

# La geografia della montagna tra interpretazioni, progettualità e percorsi di sviluppo turistico

*Elisa Piva, Marcello Tadini\**

Parole chiave: *aree montane, progettualità, sviluppo turistico*

## 1. *Introduzione*

A partire dagli anni Novanta, le aree montane sono state oggetto di crescente attenzione dal punto di vista sia accademico che politico. Nonostante ciò, ad oggi la condivisione sull'identificazione delle aree montane non va oltre il mero criterio altimetrico ed orografico.

Il contributo intende in primo luogo far luce sul concetto di montagna con la consapevolezza che, sebbene non ne esista una definizione unitaria né a livello mondiale né europeo, il ricorso all'individuazione dei contesti montani appare rilevante e necessario per la loro interpretazione nonché per l'elaborazione di politiche territoriali mirate.

Sebbene questi ambiti siano tradizionalmente riconosciuti come aree marginali, deboli, periferiche o ultraperiferiche caratterizzate da spopolamento e invecchiamento della popolazione, stiamo assistendo negli ultimi anni a fenomeni di «ritorno alla montagna» (Emanuel, Savi, 2020, p. 193).

Recenti studi hanno evidenziato come sia avvenuta una significativa ripresa demografica in alcuni contesti della montagna – sebbene altre aree montane abbiano continuato inesorabilmente a seguire una spirale negativa – sia in Europa sia in Italia, avviando una e vera e propria inversione di rotta rispetto al precedente forte spopolamento (Pascolini, 2011; Varotto, 2020; Dematteis, 2016).

In tale contesto, il turismo e la progettualità che da esso scaturisce rappresentano un vettore importante per la rivitalizzazione della montagna.

Lo sviluppo turistico di quest'ultima, tuttavia, non può più basarsi esclusivamente sul turismo tradizionale ma deve manifestarsi attraverso buone pratiche e nuove forme di fruizione turistica della montagna di tipo esperienziale, dolce, lento, sostenibile a livello ambientale, sociale e culturale (Dematteis, 2016), ovvero che tengano conto della «sensibilità» dell'ambiente montano (De Vecchis, 1998, p. 5).

Quello che ne deriva è dunque un tipo di turismo che genera investimenti

---

\* Novara, Università del Piemonte Orientale, Italia.

Il presente contributo è frutto dell'opera congiunta dei due autori, tuttavia a Elisa Piva vanno attribuiti i paragrafi 4, 5, 6, 7 e 8, a Marcello Tadini i paragrafi 1, 2 e 3.

e iniziative per il recupero del consistente patrimonio storico e identitario legato alla montagna (Pedrazzini, 2019), promuovendo pratiche responsabili e uno sviluppo locale duraturo che coinvolga attivamente i soggetti presenti sul territorio (De Vecchis, 2004).

Alla luce di queste considerazioni, il lavoro si pone altresì l'obiettivo di analizzare le recenti proposte di sviluppo turistico nelle diverse aree montane italiane, attraverso un campione selezionato di 250 iniziative.

In sintesi, grazie allo studio delle suddette proposte, sarà possibile valutare lo stato dell'arte della progettualità nella montagna italiana, evidenziando le differenti configurazioni assunte nel contesto alpino e appenninico. Ciò consentirà di estendere il dibattito sulla progettualità montana nella letteratura geografica, di offrire indicazioni per il riconoscimento delle necessità di tali aree, linee guida per l'elaborazione progettuale nonché spunti per l'attuazione di politiche turistiche delle aree montane.

## 2. *La geografia della montagna e l'individuazione degli ambiti montani*

L'attenzione dei geografi per le aree montane affonda le sue radici alla fine dell'Ottocento, nei paesi europei e in particolare in quelli alpini (De Vecchis, 1988).

La scuola italiana e quella francese hanno studiato il contesto montano, contribuendo in modo determinante ad evidenziarne le caratteristiche distintive.

I lavori iniziali erano caratterizzati da un approccio metodologico rivolto prevalentemente alla dimensione fisica. L'elemento discriminante risultava la componente verticale, cioè l'altimetria, i limiti connessi e le zone che essi designavano. Tuttavia, grazie alle ricerche della scuola italiana, in particolare di Almagnà (1930), è emersa l'importanza dell'elemento antropico e quindi la rilevanza del rapporto tra morfologia e attività umana.

Anche la letteratura francese ha dibattuto molto sulla definizione di montagna (si veda a questo proposito l'analisi di Bras, Le Berre, Sgard, 1984), individuandola inizialmente come un'elevazione naturale della crosta terrestre, con versanti in forte pendenza e che occupa una vasta area.

I successivi sviluppi della ricerca transalpina appaiono particolarmente significativi poiché tra gli elementi definitivi della montagna, accanto a quelli fisici (altitudine, pendenza, clima e vegetazione), vengono annoverati i «caratteri umani» (Veyret, 1962, p. 19-25).

Ciò implica la necessità di non rinchiudere la montagna in un concetto fisico-morfologico quanto piuttosto di intenderla come «un tipo di ambiente ecologico e storico, un particolare rapporto natura-uomo» (Barbieri, 1972).

Analogamente, secondo Baldacci (in De Vecchis, 1988, p. 5), «la base fisica è certamente fondamentale, ma è la componente umana che caratterizza la montagna conferendole, con paesaggi tipici, la sua individua geograficità».

Pertanto, la montagna diventa un ambito geografico contraddistinto da un ambiente di vita originale per persone, animali e piante, associato al rilievo, alle pendenze, all'altitudine e ai loro effetti sulle attività e sulle forme di sviluppo (Brunet *et al.*, 1992).

Ciò che caratterizza la montagna rispetto agli altri territori è la forte di-

mensione verticale degli spazi di vita (Messerli, Ives, 1997; Dematteis, 2013). Ad essi sono associate certe specificità fisiche (rilievo, clima, acque e bioce-nosi), la cui interazione con le società locali ha definito nel tempo i caratteri peculiari di quell'area montana (Dematteis, 2016).

Ne consegue che sono necessarie diverse declinazioni, specifiche per ambito montano, che derivano dalla combinazione unica degli elementi fisici con quelli antropici.

Come ha evidenziato De Vecchis (1992), il contributo fondamentale e ancora attuale di Veyret (1962) consiste nell'aver sottolineato, andando oltre la questione definitoria, l'importanza di una visione globale dei territori montani intesi come ambiti interagenti con i contesti di pianura.

Ciò in considerazione del fatto che lo spazio geografico va inteso come un *continuum* in cui non è possibile «fissare nettamente un limite tra territorio montano e territorio non montano» (De Vecchis, 1992, p. 50).

Le definizioni in precedenza riportate vanno intese pertanto come aperte, cioè volte ad individuare da una parte la continuità dello spazio geografico e dall'altra a specificare alcuni caratteri distintivi; questi ultimi possono essere «precisati e puntualizzati quando, per varie esigenze (statistiche o politico-amministrative), occorrono formulazioni rigide» (De Vecchis, 1996, p. 99-100).

Anche se non è possibile pervenire ad una definizione unitaria di montagna, appare evidente la necessità di ricorrere all'individuazione dei contesti montani per una pertinente interpretazione delle dinamiche che li interessano e per l'elaborazione di politiche territoriali *ad hoc*.

### 3. La montagna italiana e le sue interpretazioni

Come evidenziato nel paragrafo precedente, l'individuazione delle zone montane risulta complessa. Tuttavia, una chiara delimitazione di queste aree si rende necessaria sia a fini statistici che a fini giuridici e amministrativi (ISTAT, IMONT, 2007).

Di conseguenza, l'interrogativo su che cosa si intenda per montagna in Italia ha condotto a molteplici interpretazioni (De Vecchis, 1988, 1992; Ferlaino, Rota, 2010).

Innanzitutto, va evidenziato come sul territorio nazionale sia stata predominante la concezione «tradizionale» della montagna come «area marginale» che affonda le sue radici all'inizio del Novecento e si è rafforzata durante il Secondo dopoguerra; secondo questa visione i contesti montani coincidono con i territori più svantaggiati e soggetti a rischio di spopolamento e abbandono (Landini, 1971; Paratore, 1979; De Vecchis, 1988, 1992, 2004; Ciaschi, Pesaresi, 2007; Crescimanno *et al.*, 2010).

In relazione alle suddette interpretazioni, la prima in ordine di tempo è quella relativa alla «montagna normativa o legale», caratterizzata da un'individuazione iniziale (che risale alla legge 991/1952) dei territori montani in base all'altimetria e al dislivello all'interno dall'area comunale con l'inserimento di parametri economici e agrari. Ciò determinò una tassonomia dei comuni secondo tre diversi gradi di «montanità»: comuni totalmente montani, comuni parzialmente montani e comuni non montani (De Vecchis, 1988, p. 33-34).

Nel contempo produsse l'indissolubile associazione del concetto di montanità a quello di marginalità socio-economica, che sarà rafforzata dagli interventi legislativi degli anni Settanta e dagli strumenti messi in atto dalle politiche comunitarie (Crescimanno *et al.*, 2010).

La seconda interpretazione è quella relativa alla «montagna statistica», cioè quella che deriva dalla suddivisione ISTAT del territorio nazionale in zone altimetriche (risalente al 1958). Secondo questa definizione è montagna il territorio caratterizzato dalla presenza di rilievi, aventi altitudini non inferiori ai 600 metri nell'Italia settentrionale e 700 metri nell'Italia centro-meridionale e insulare (fig. 1) (De Vecchis, 1988, 1992). La montagna statistica è in genere la definizione più utilizzata nelle analisi socio-economiche e territoriali, perché misurabile e confrontabile a livello nazionale.

Dagli anni Cinquanta, i territori di montagna in Italia sono stati oggetto di una serie di atti legislativi che hanno fatto operare su delimitazioni del territorio nazionale e determinato un evidente scollamento tra l'individuazione della montagna sancita dalla normativa nazionale e quella derivante dalle elaborazioni dell'ISTAT basate su criteri di natura altimetrica (De Vecchis, 1992; Crescimanno *et al.*, 2010).

Le evoluzioni normative registrate a partire dagli anni Settanta hanno portato all'individuazione della «montagna amministrativa» (fig. 1), che corrisponde all'insieme degli enti locali di area vasta per la gestione dei servizi, la valorizzazione, la tutela e lo sviluppo montano (De Vecchis, 1988, 1992). Rientrano in questa tipologia le Comunità montane (istituite nel 1971 e riformate nel 2008) e le più recenti Unioni montane (introdotte a livello nazionale nel 2016).

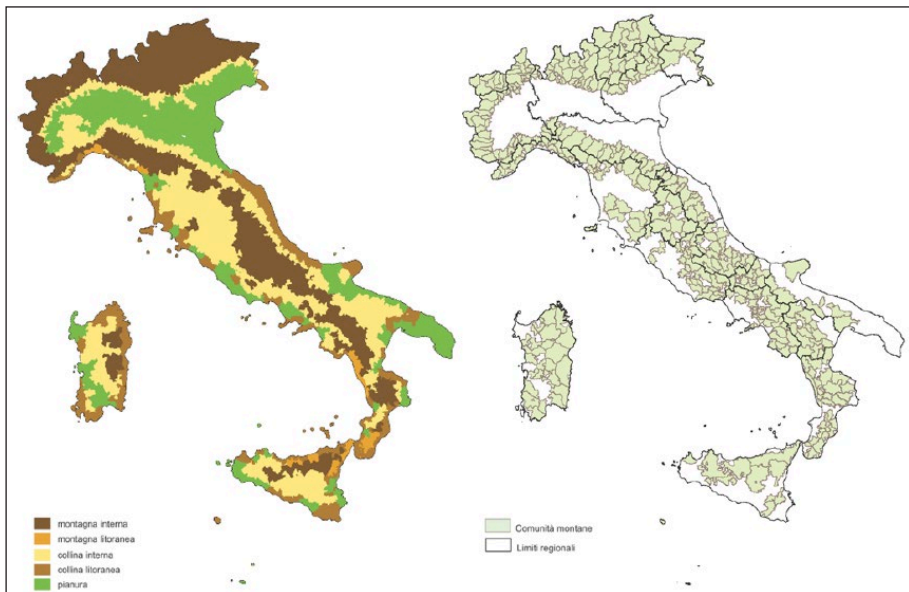


Fig. 1 – La montagna “statistica” (sinistra) e quella amministrativa (destra) in Italia.

Fonte: ISTAT e IMONT, 2007.

Alla luce di queste interpretazioni, la montagna italiana emerge come un caso esemplare di territorio a geometria variabile impossibile da racchiudere entro una definizione univoca (Ferlaino, Rota, 2010).

Tra la fine dello scorso millennio e l'inizio dell'attuale, è stata raggiunta la consapevolezza che lo sviluppo dei territori di montagna presenti una rilevante diversificazione interna e che la connotazione di problema con cui si è affrontato per lungo tempo il tema della montagna risulti in contrasto con la ricchezza di risorse e potenzialità custodite nelle terre alte (De Vecchis, 1996, 2004).

Nonostante permangano alcuni fattori che alimentano la frammentazione e l'isolamento di alcuni borghi montani, è stata progressivamente abbandonata la tradizionale visione della montagna come zona marginale e depressa per considerarla piuttosto come un'area di pregio le cui dotazioni, naturali e culturali, vengono viste come risorse e occasioni di sviluppo (De Vecchis, 2004; Dematteis, 2016; Varotto, 2020; Barbera, De Rossi, 2021).

Mutando la visione della montagna, cambiano necessariamente anche le politiche ad essa indirizzate. La ridefinizione del concetto di «montanità» si attua attraverso il riconoscimento delle specificità dei diversi territori montani e dei sistemi che li caratterizzano (Barruet, 1989), definendo successivamente le strategie e le progettualità in grado di alimentare le potenzialità di sviluppo, in un'ottica di incentivazione e valorizzazione piuttosto che di semplice sostegno (IREALP, 2008).

Una soluzione auspicabile appare pertanto quella di puntare sul turismo sostenibile (basato sulla valorizzazione delle differenti risorse e sulla collaborazione e partecipazione dei soggetti locali), inteso come paradigma per la rivitalizzazione delle aree montane (Meini, 2018).

#### 4. *Progettare la rivitalizzazione e lo sviluppo turistico delle aree montane*

Il turismo e la progettualità che da esso deriva sono considerati un elemento essenziale per lo sviluppo dei territori. Ciò è particolarmente rilevante per le aree montane, contesti che tradizionalmente sono stati concepiti come marginali e svantaggiati. Più recentemente, invece, la montagna ha assunto ruoli e funzioni in cui vengono riconosciuti il suo valore, i suoi patrimoni, la sua ricchezza in una prospettiva di recupero e rivitalizzazione.

Progettare in ambito montano significa comprendere innanzitutto le sue caratteristiche peculiari, la sua definizione ed interpretazione, nonché essere consapevoli del percorso che ha portato la montagna da territorio marginale ad ambito di pregio da riscoprire.

Per comprendere appieno il ruolo della progettazione turistica negli ambienti montani è necessario altresì capire i fattori che essa influenza, ovvero quei fattori che ne avevano determinato la marginalità.

Secondo la già citata concezione «tradizionale», la marginalità della montagna viene attribuita a quei territori in cui si sono verificati processi negativi e cumulativi di contrazione demografica ed economica, perdita di capitale umano e impoverimento dei servizi e delle infrastrutture del territorio (Buran *et al.*, 1998). L'indebolimento progressivo della montagna è avvenuto soprattutto nei comuni più piccoli e isolati, in cui la contrazione demografica ha

portato ad un impoverimento del tessuto produttivo ed al collasso del sistema dei servizi locali. Inoltre, tali processi di spopolamento che hanno connotato le aree montane hanno portato ad una struttura demografica poco equilibrata, con una forte prevalenza di anziani ed una riduzione significativa della popolazione attiva e qualificata (Crescimanno *et al.*, 2010; Dematteis, 2016).

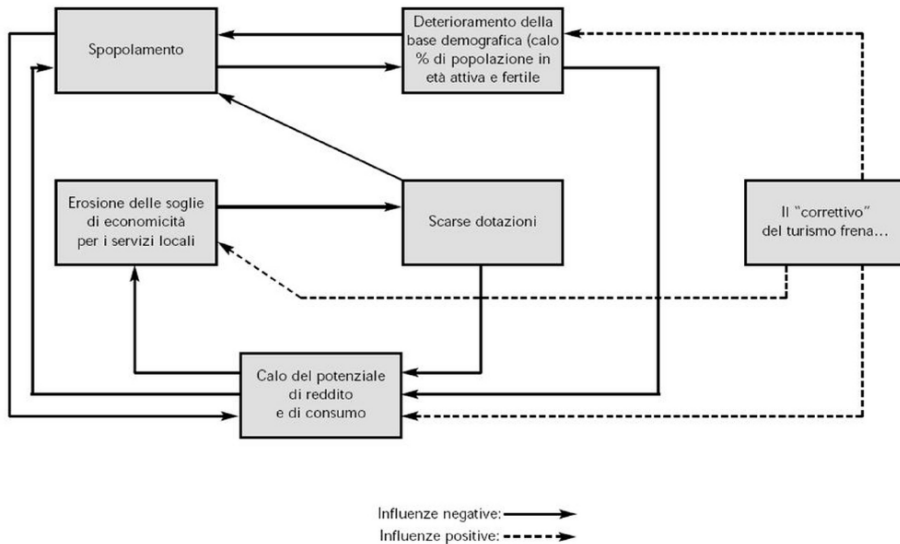


Fig. 2 – La spirale della marginalità.  
Fonte: Buran *et al.* (1998).

Secondo Buran *et al.* (1998, p. 9) il concetto di marginalità può essere definito come «un depotenziamento strutturale della capacità di reazione del sistema locale prodotta dal processo di spopolamento attraverso un incrocio di effetti recessivi». Gli autori, infatti, interpretano la marginalità come un processo a spirale (fig. 2), in cui il calo demografico indebolisce la struttura della popolazione, il potenziale di consumo e di produzione del reddito, il sistema dei servizi locali, e ciò finisce per generare ulteriori spinte allo spopolamento, producendo una spirale perversa e un ostacolo strutturale agli sforzi di rivitalizzazione dell'area.

Inoltre, i processi della globalizzazione hanno ulteriormente accentuato la marginalità delle aree montane, soprattutto in quei contesti caratterizzati da evidenti svantaggi economico-strutturali (Ciaschi, Pesaresi, 2007).

In tali ambiti, in particolare, il turismo rappresenta un antidoto per contrastare la spirale negativa di cui sopra e promuovere lo sviluppo locale (Buran *et al.*, 1998).

È necessario evidenziare come negli ultimi anni l'attenzione verso le aree marginali, le aree interne e le regioni periferiche sia sempre più significativa, e la loro valenza strategica, anche in chiave turistica, sia maggiormente riconosciuta soprattutto a partire dal 2012, anno in cui è stata promossa in Italia la cosiddetta Strategia nazionale per le aree interne (SNAI).

La SNAI sottolinea come, nonostante le aree interne siano generalmente

caratterizzate da forte declino demografico e perifericità rispetto ai servizi primari, esse si contraddistinguono per il loro vasto patrimonio naturale e culturale che le rende fortemente attrattive. Pertanto, uno dei settori chiave identificati per lo sviluppo locale di queste aree risulta essere proprio il turismo (Lucatelli, 2016).

Il turismo ha agito e può concorrere ad agire come volano per una ripresa demografica e per la rivitalizzazione della montagna, soprattutto per i contesti più marginali.

La progettualità turistico-territoriale – in particolare quella innovativa – si configura dunque come strumento per lo sviluppo della montagna e la rivitalizzazione della comunità locale.

È bene innanzitutto precisare che cosa si intenda con il termine progettualità. Come sostiene Dematteis (1995, p. 37), la progettualità dal punto di vista della geografia «non è di tipo normativo, ma descrittivo. È progettuale la rappresentazione di ciò che di nuovo sta emergendo dal territorio e su cui si può realisticamente intervenire in date circostanze per imprimere eventualmente ai processi in atto una direzione piuttosto che un'altra».

Secondo l'autore, un progetto si manifesta dunque come tramite per rappresentare dei cambiamenti o delle diversità, «in termini di possibili risposte locali a mutamenti globali» (*ibidem*, p. 42). Progettare il territorio, infatti, «richiede di tener presenti sia le necessità insite nelle dinamiche globali, sia quelle che regolano la riproduzione delle identità locali» (*ibidem*, p. 43).

Anche secondo altri autori, i progetti turistico-territoriali che possono favorire il recupero dei territori marginali richiedono un forte contributo locale, ovvero proposte realistiche di valorizzazione e una prospettiva di gestione duratura, sostenuta da politiche pubbliche mirate (Pedrazzini, 2019) e basate su principi di lentezza, sostenibilità, responsabilità (De Vecchis, 1992, 2004).

Secondo Pedrazzini (2019), i progetti di sviluppo territoriale dovrebbero incentivare la partecipazione e la nascita di reti locali e promuovere attività innovative, preservando contestualmente il capitale fisso territoriale e paesaggistico della montagna. L'obiettivo è quello di valorizzare una «salvaguardia proattiva, riconoscendo agli abitanti della montagna il ruolo di custodi del territorio del cui presidio attivo beneficiano anche i cittadini» (*ibidem*, p. 7).

In sintesi, progettare la rivitalizzazione delle aree montane non si deve limitare all'allestimento di un nuovo prodotto turistico, ma anche attivare processi sociali partecipativi in grado di orientare la montagna verso nuovi e innovativi sentieri di sviluppo locale (Emanuel, Savi, 2020).

##### 5. *La progettualità turistica nella montagna italiana: metodologia dell'analisi*

Il paragrafo illustra la metodologia utilizzata per la raccolta e l'analisi delle iniziative progettuali nei contesti montani nazionali. Vengono inoltre evidenziati i criteri utilizzati per la classificazione di tali iniziative, nonché la loro distribuzione spaziale.

Un totale di 250 iniziative progettuali distribuite nell'ambito della montagna italiana compone il campione di riferimento.

I progetti sono stati inizialmente individuati mediante consultazione di

fonti secondarie, tra cui principalmente siti web istituzionali e privati, rapporti di ricerca, banche dati, *social network*, ecc. Successivamente sono stati selezionati sulla base di due principali parametri. Il primo è quello temporale: sono state incluse le iniziative più recenti, promosse a partire dal 2010. Il secondo, invece, è quello tematico, ovvero sono stati considerati i progetti che privilegiassero lo sviluppo turistico in maniera diretta o almeno indiretta.

Ulteriore elemento discriminante è stata la presenza nel progetto di pratiche turistiche innovative, sostenibili e partecipative coerenti con la nuova visione di sviluppo delle aree montane.

Le iniziative sono state successivamente classificate sulla base dei seguenti criteri:

1. *Scala del progetto*: se l'iniziativa riguarda un contesto locale o sovralocale, dove per contesto locale si intende un ambito territoriale circoscritto o puntuale (ad esempio un comune, un insieme di comuni montani, una specifica valle), mentre per contesto sovralocale si intende un ambito territoriale allargato (ad esempio una regione o più regioni, o un'aggregazione di sistemi locali);
2. *Tipologia di iniziativa*: se il soggetto promotore dell'iniziativa è di tipo pubblico, privato o misto (partecipazione pubblico-privata);
3. *Tipologia di fondi*: se il progetto è finanziato attraverso fondi pubblici (tra cui quelli europei), privati o misti (pubblico-privati);
4. *Tipologia di innovazione*:
  - a) Innovazione di prodotto o servizio (ovvero la creazione di nuovi prodotti e servizi turistici, o un cambiamento innovativo dei prodotti e servizi turistici esistenti);
  - b) Innovazione di rete o *governance* (ovvero la creazione di nuovi modelli organizzativi per la gestione delle destinazioni turistiche e di nuove reti collaborative di attori territoriali, o un cambiamento innovativo dei modelli di *governance* esistenti).
  - c) Innovazione di marketing o promozione (ovvero l'adozione di nuovi strumenti di marketing per la promozione delle destinazioni turistiche, o un cambiamento innovativo degli strumenti di marketing esistenti).
  - d) Innovazione di mercato o target (ovvero la creazione e l'apertura a nuovi mercati, la creazione di proposte turistiche dedicate a particolari target, o un cambiamento innovativo del target delle proposte turistiche esistenti).
5. *Tipologia di risorsa mobilitata*: analisi delle iniziative anche dal punto di vista della risorsa prevalente su cui essi fanno leva, ovvero le diverse forme di offerta turistica, tra cui ad esempio la componente culturale e artistica, l'enogastronomia, l'ambiente e il paesaggio;
6. *Innovazione digitale*: è stata altresì considerata la presenza di innovazioni di tipo digitale (es. nuove *app*, nuove piattaforme web, ecc.). Tale valutazione risulta significativa in quanto stiamo assistendo ad una transizione dall'analogico al digitale sempre più rapida (Paradiso, 2017), accelerata ancora di più dalla pandemia da Covid-19.



Infine, la distribuzione territoriale della progettualità selezionata (fig. 3) evidenzia una maggior vivacità progettuale nelle aree alpine, in particolare in particolare in Piemonte, Lombardia, Trentino Alto-Adige e Veneto. Tra i contesti appenninici si evidenziano in particolare quelli centro-settentrionali, tra cui Emilia-Romagna, Lazio, Abruzzo e Toscana.

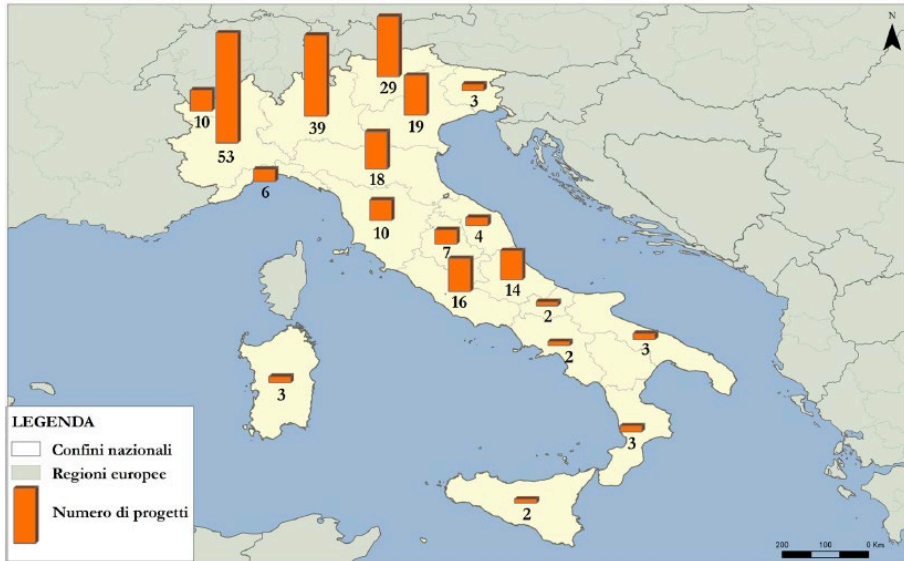


Fig. 3 – Distribuzione geografica delle iniziative individuate.

Fonte: elaborazione propria. Il numero totale dei progetti rappresentato è pari a 243 (7 sono interregionali).

#### 6. *Dalla rappresentazione all'interpretazione dei risultati: il profilo Alpi e il profilo Appennini*

Il presente paragrafo illustra i risultati dell'analisi condotta sulle iniziative progettuali. A partire dallo studio delle caratteristiche sopra illustrate è possibile interpretare tali risultati al fine di delineare un profilo specifico per ciascuna delle aree montane italiane.

Una tradizionale ripartizione è indubbiamente quella che distingue le Alpi dagli Appennini. Diversi studi hanno sottolineato come l'ampia articolazione territoriale della montagna italiana porti necessariamente alla distinzione tra montagna alpina e appenninica, in quanto espressione di territori molto diversi (Bernardi, 1994; De Vecchis, 1998; Fuschi, 2019). Alpi e Appennini si differenziano sia per i caratteri altitudinali, sia climatici, di posizione e dislocativi che le hanno portate a sviluppare due diverse realtà regionali (Fuschi, 2019).

Secondo Bernardi (1994, p. 10), le Alpi «a causa della loro maggiore asperità morfologica e della loro estensione che soprattutto nel passato le hanno isolate e rese più autonome, hanno dovuto e saputo, ormai da lungo tempo, trovare maggiore omogeneità nel tipo di organizzazione e di dinamica evolutiva». Gli Appennini invece si strutturano tuttora «a macchia di leopardo, ove

ogni macchia è ricca ed evoluta o povera ed arretrata non tanto in ragione delle proprie intrinseche potenzialità, quanto della sua più o meno grande perifericità e marginalità alle aree di pianura forti o deboli da cui dipende».

Il lavoro, pertanto, illustra in maniera comparata le diverse configurazioni della progettazione turistica nelle Alpi e negli Appennini. La figura 4, elaborata sulla base delle caratteristiche evidenziate nel paragrafo precedente, mostra il profilo Alpi e il profilo Appennini a confronto.

Per quanto concerne la scala del progetto, si nota come in entrambi i contesti montani siano prevalenti iniziative di scala locale, ovvero che fanno leva su ambiti territoriali circoscritti o puntuali (ad esempio un comune, un insieme di comuni montani, una specifica valle). Tuttavia, comparando i due modelli, si evidenzia altresì come i progetti di scala locale siano più numerosi negli Appennini (74,1%) rispetto alle Alpi (64,2%).

Ciò significa che nelle Alpi vi sono più progettualità che si basano sulla cooperazione tra diversi territori e sulla co-partecipazione di soggetti diversi, a scala sovralocale.

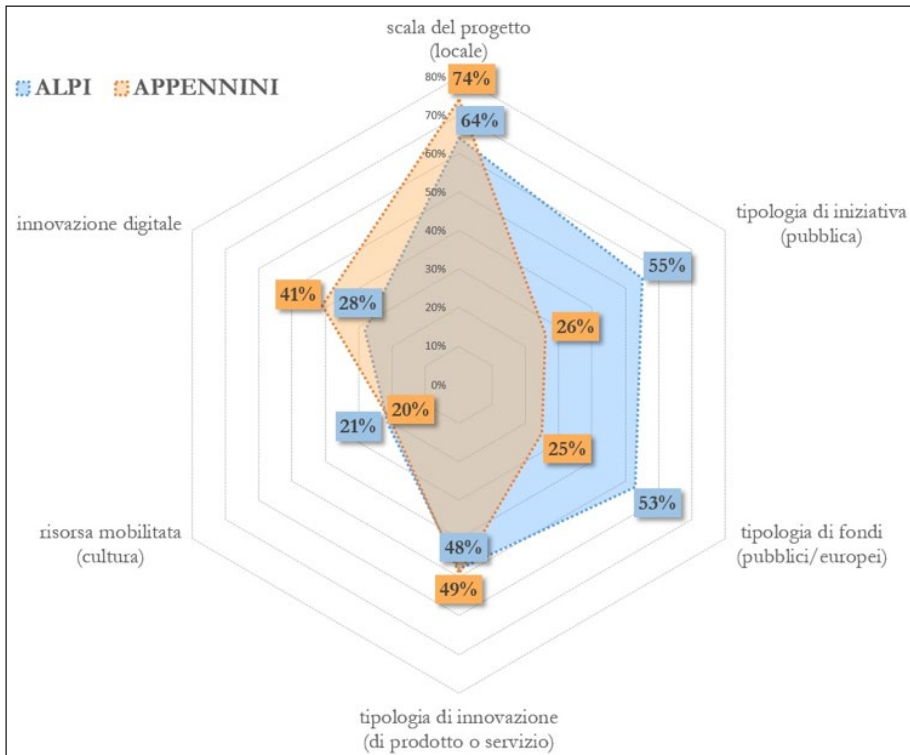


Fig. 4 – Alpi e Appennini: profili progettuali a confronto.

Fonte: elaborazione propria.

Una possibile interpretazione di tale aspetto risiede nel fatto che le Alpi siano un territorio maggiormente dinamico rispetto agli Appennini e che, dunque abbiano un peso più rilevante nei piani e nelle strategie di scala sovralocale, come confermato da diversi studi (Fuschi, 2019; Membretti *et al.*, 2017).

Secondo il lavoro condotto da Fuschi (2019, p. 1599), la differenza tra le due realtà montane è a sicuro vantaggio della catena alpina in termini di dinamica demografica, vivacità socioeconomica e peso politico. Tale differenza «potrebbe avvalorare una interpretazione veicolata dal ruolo della continuità territoriale e della prossimità geografica, segnatamente urbana».

Inoltre, Membretti *et al.* (2017, p. 19) sottolineano come sebbene gli Appennini rappresentino la montagna maggioritaria in Italia essi sono da sempre considerati marginali e

faticano a trovare una loro collocazione nel dibattito scientifico sulle trasformazioni in atto nelle terre alte, così come ad avere un ruolo nell'elaborazione di piani e strategie a scala sovralocale su tematiche quali la valorizzazione delle risorse naturali, la produzione energetica o la questione demografica.

Al contrario,

le Alpi sembrano occupare in questo senso tutta la scena, per la loro indubbia centralità geografica a livello europeo [...], così come per il loro essere un'area transnazionale a cavallo tra diversi Paesi, economie e culture; e, non da ultimo, per la dimensione simbolica forte che le caratterizza, legata ad immaginari sostanzialmente assenti in ambito appenninico (*ivi*).

A tali interpretazioni si possono ricondurre anche i risultati relativi alla tipologia di iniziativa da cui scaturiscono i progetti e alla tipologia di fondi con cui essi vengono finanziati.

I risultati dell'analisi mostrano che nelle Alpi la maggior parte dei progetti nascono da iniziative promosse da soggetti pubblici (55,2%), ed in misura minore da soggetti privati (35,8%). Le iniziative miste di collaborazione pubblico-privata sono le più ridotte (9,1%).

Al contrario, negli Appennini i progetti scaturiscono principalmente da iniziative promosse da soggetti privati (68,2%) ed in misura inferiore da soggetti pubblici (25,9%). Le iniziative miste di collaborazione pubblico-privata sono minori anche in questo caso (5,9%).

In maniera coerente, anche la tipologia di fondi che finanziano le iniziative progettuali è prevalentemente di tipo pubblico nelle Alpi e di tipo privato negli Appennini. In particolare, nei contesti alpini il 53,3% dei progetti sono finanziati da fondi pubblici, di cui il 28,5% derivano da fondi europei.

Negli Appennini sono prevalenti i progetti finanziati da fondi privati (31,8%) e da fondi misti (43,5%), ovvero iniziative private finanziate con il contributo di fondi pubblici. I progetti finanziati interamente da fondi pubblici sono solo il 24,7%, di cui il 12,9% con fondi europei.

Tali risultati sono coerenti con lo scenario programmatico relativo alle montagne. È indubbio come le Alpi siano state oggetto di grande attenzione da diverso tempo, come dimostra la costituzione della CIPRA (Commissione internazionale per la protezione delle Alpi) già nel lontano 1952 al fine di promuovere l'incontro fra persone e organizzazioni che si impegnano a favore

dello sviluppo sostenibile nelle Alpi, superando confini linguistici, culturali, geografici e politici.

Successivamente, la firma della Convenzione delle Alpi nel 1991 ha segnato un punto di svolta nella programmazione europea, fino ad arrivare in tempi più recenti all'istituzione della macroregione alpina (*EU Strategy for the Alpine Region-EUSALP*) nel 2015.

Se, dunque, come argomentato in diversi studi sulla programmazione europea in ambito montano (Dematteis, 2014; Cusimano, Mercatanti, 2018), le Alpi sono state un campo fertile di programmi e strategie macroregionali guidati dall'iniziativa dei soggetti pubblici, lo stesso non è avvenuto per gli Appennini. L'analisi sui progetti individuati come campione rivela come negli Appennini sembrano essere maggiormente presenti micro-iniziative proposte da enti privati, talvolta con l'ausilio di contributi pubblici.

Per quanto concerne le tipologie di innovazione promosse dai progetti, la maggioranza di essi riguarda innovazioni di prodotto o servizio sia nelle Alpi (48,5%) sia negli Appennini (49,4%).

Anche le innovazioni di rete o *governance* sono significative in entrambi i contesti (23% nelle Alpi e 24,7% negli Appennini), ma con alcune differenze. Nelle Alpi, infatti, le innovazioni di rete sono maggiormente di scala sovralocale, mentre negli Appennini si tratta prevalentemente di reti tra soggetti locali, coerentemente con quanto evidenziato precedentemente.

Negli Appennini spiccano tuttavia progettualità di iniziativa privata che fanno leva su innovazioni di tipo digitale (41,2% contro il 28,5% nelle Alpi). Tale risultato deriva dalla nascita di diverse *start-up* lungo la catena Appenninica, lanciate e gestite da giovani che fanno ritorno alla montagna o a giovani «nuovi montanari», nell'accezione proposta da Corrado, Demaittes e Di Gioia (2014) e riargomentata da Dematteis (2014).

Per quanto riguarda le risorse mobilitate nei progetti, in entrambi i contesti risultano prevalenti le iniziative che promuovono la cultura montana (20,6% nelle Alpi e 20% negli Appennini), a cui seguono progetti di valorizzazione delle risorse ambientali e paesaggistiche (18,8% nelle Alpi e 11,9% negli Appennini) e quelli che promuovono attività legate allo sport e all'*outdoor* (13,3% nelle Alpi e 12,9% negli Appennini). Tuttavia, negli Appennini sono più rilevanti rispetto alle Alpi le iniziative che fanno leva sulle risorse legate all'agricoltura e allevamento (9,4% *vs* 6,7%) e il turismo legato al *wellness* (9,4% *vs* 3%). Maggiormente significativi sono anche i progetti che riguardano i servizi per le imprese turistiche (10,6% *vs* 3,6%).

In sintesi, dall'analisi emerge che la montagna appenninica, seppur maggiormente marginale rispetto alle Alpi, sembra dunque aver avviato un percorso di riscoperta delle potenzialità insite nelle sue risorse e nei suoi patrimoni. Come ricorda Dematteis (2016), tale percorso di ripopolamento e rigenerazione territoriale non è, infatti, diffuso in egual misura nelle aree montane ed è ancora limitato, tuttavia rivela un nuovo modo di pensare la montagna, da area svantaggiata a luogo attrattivo ricco di patrimoni e risorse locali da valorizzare.

## 7. *Quale progettualità per la montagna italiana? Alcune riflessioni*

L'analisi delle iniziative progettuali nell'ambito della montagna alpina ed appenninica italiana consente di tracciare alcune linee guida sui percorsi di sviluppo turistico che possono concorrere alla rivitalizzazione sostenibile e partecipata delle aree montane marginali.

In primo luogo, la progettualità turistica dovrebbe basarsi su uno sviluppo di tipo partecipativo (Pascolini, 2011). In particolare, il coinvolgimento della comunità locale nei processi decisionali è oggi considerata una condizione essenziale per una gestione sostenibile delle risorse territoriali, nonché per generare uno sviluppo turistico che porti beneficio alla comunità stessa (De Vecchis, 1992).

In secondo luogo, le iniziative progettuali dovrebbero consentire l'attivazione di processi di valorizzazione territoriale e di sviluppo locale basati sulle risorse distintive del territorio. Attraverso i saperi tradizionali ritrovati ed il patrimonio locale materiale e immateriale, è infatti possibile promuovere iniziative destinate al rilancio e alla rivitalizzazione dell'economia locale e alla ricostruzione della comunità stessa.

Negli ultimi anni stiamo inoltre assistendo ad un cambiamento nelle modalità e nelle pratiche turistiche, in cui i principi di sostenibilità e responsabilità sono diventati un punto cardine. Tra gli elementi chiave che connotano le nuove pratiche turistiche si evidenziano il maggiore rispetto e salvaguardia dell'ambiente, la riduzione dell'impatto ambientale delle attività legate al turismo, il rispetto e salvaguardia della cultura tradizionale delle popolazioni locali (Calzati, 2016).

Inoltre, tra i nuovi paradigmi del turismo post-moderno, diventa di fondamentale importanza la partecipazione attiva della comunità locale nei processi decisionali della gestione turistica e nel rapporto diretto con i turisti nella co-creazione dell'esperienza turistica. Ciò si traduce nella necessità di implementare esperienze attive e coinvolgenti in cui il turista si immerge in una dimensione più spirituale e culturale del viaggio (Costa, 2005), invece di essere un semplice spettatore.

In sintesi, i cambiamenti avvenuti nella fruizione dell'offerta turistica e nelle nuove esigenze espresse dalla domanda, anche alla luce della pandemia da Covid-19, richiedono necessariamente un ripensamento ed un approfondimento di nuovi modelli di fruizione che pongano attenzione sullo sviluppo partecipativo, sulla valorizzazione delle risorse distintive territoriali, sulla sostenibilità, sull'autenticità dell'esperienza, sulla partecipazione attiva del turista e sull'incontro costruttivo tra turista e comunità locale.

## 8. *Conclusioni*

Il lavoro ha messo in luce l'importanza dell'identificazione e rappresentazione dei contesti montani come premessa ineludibile per definirne le dinamiche evolutive e i relativi assetti territoriali.

Ciò si è reso necessario poiché negli ultimi anni la percezione e l'interpretazione del territorio montano sono cambiate. Infatti, ad una concezione

tradizionale di montagna come area marginale e depressa si è andata progressivamente sostituendo una visione differente basata sul riconoscimento del valore di questi contesti e delle relative dotazioni di risorse naturali e antropiche che costituiscono elementi essenziali dei percorsi di sviluppo.

In questo scenario, il turismo rappresenta un'opportunità per la rivitalizzazione dei territori montani, facendo leva sulle suddette risorse come elemento imprescindibile per l'affrancamento dalla marginalità.

Il contributo ha esaminato la progettualità turistica espressa dai territori montani nazionali ritenendola un ambito di osservazione privilegiato per valutare il cambiamento intercorso recentemente nella visione della montanità.

Attraverso l'analisi delle iniziative progettuali per lo sviluppo turistico delle aree montane, è stato possibile infatti delineare lo stato dell'arte della progettualità nella montagna italiana, evidenziando altresì le differenti configurazioni assunte in ambito alpino e appenninico.

Tale analisi ha consentito anche di individuare alcune linee guida sui percorsi di sviluppo turistico che possono concorrere alla rivitalizzazione sostenibile e partecipata delle aree montane marginali.

Pertanto, il valore aggiunto del lavoro si riscontra in primo luogo a livello teorico-metodologico, attraverso l'analisi della progettazione per lo sviluppo turistico della montagna e l'individuazione dei due diversi profili riconducibili al contesto alpino ed appenninico.

In secondo luogo, il lavoro offre implicazioni operative e spunti di riflessione per comprendere come migliorare la progettazione nei contesti più svantaggiati e/o marginali della montagna italiana.

Come ricorda Dematteis (1995, p. 40), «progettare il territorio significa essenzialmente costruire rappresentazioni interpretative di contesti locali nel loro rapporto con le dinamiche globali». Chi progetta il territorio «rappresenta e allo stesso tempo interpreta [...] si pone in una posizione di ascolto, di esplorazione di nuovi significati, per scoprire possibilità già iscritte negli stati di cose esistenti» (*ivi*).

Tale approccio alla progettazione risulta necessario per le aree più deboli della montagna italiana, ambiti in cui è fondamentale l'allestimento di proposte realistiche di valorizzazione delle risorse distintive secondo una prospettiva di gestione duratura, un approccio partecipativo e inclusivo, che veda come protagonisti anche le comunità locali e i turisti.

### Bibliografia

- ALMAGIÀ R., "Saggio di carta antropogeografica dell'alta Val Venosta", in *Bollettino della Società Geografica Italiana*, 1930, pp. 641-683.
- BALDACCIO O., "Prefazione", in DE VECCHIS G., *La montagna tra degrado e sviluppo. Il ruolo delle Comunità montane*, Pubblicazioni della Cattedra di Geografia, Roma, Istituto Universitario Pareggiato di Magistero "Maria SS. Assunta", 1988.
- BARBERA E., DE ROSSI A. (a cura di), *Metromontagna. Un progetto per riabitare l'Italia*, Roma, Donzelli, 2021.
- BARBIERI G., *Tutela e valorizzazione del paesaggio montano*, Firenze, Istituto di Geografia dell'Università di Firenze, 1972.

- BARRUET J., “Spécificité montagne: aménagement du territoire et politique de la montagne. Points de repères dans l’itinéraire d’un concept”, in *Revue de géographie alpine*, 77, 1-3, 1989, pp. 325-337.
- BERNARDI R., “Montagna e montagna”, in BERNARDI R., SALGARO S., SMIRAGLIA C. (a cura di), *Evoluzione della montagna italiana fra tradizione e modernità*. Bologna, Pàtron, 1994, pp. 9-16.
- BRAS C., LE BERRE M., SGARD A., “La montagne, les géographes et la géographie”, in *Revue de Géographie Alpine*, 72, 2-4, 1984, pp. 141-153.
- BRUNET R., FERRAS R., THÉRY, H., *Les mots de la géographie, dictionnaire critique*, Montpellier, Reclus, Paris, La Documentation Française, 1992.
- BURAN P., AIMONE S., FERLAINO F., MIGLIORE M. C., *Le misure della marginalità. I fattori del disagio territoriale delle aree montane piemontesi*, Working Paper n. 121, Torino, IRES Piemonte, 1998.
- CALZATI V., *Nuove pratiche turistiche e slow tourism. Il caso della Valnerina in Umbria*, Milano, FrancoAngeli, 2016.
- CIASCHI A., PESARESI C., *La ricchezza del Molise. Potenzialità e prospettive di una montagna da scoprire*, Quaderni della Montagna “Studium”, Roma, Istituto nazionale della montagna, Bologna, Bononia University Press, 2007.
- CORRADO F., DEMATTEIS G., DI GIOIA A., *Nuovi montanari. Abitare le Alpi nel XXI secolo*, Milano, FrancoAngeli, 2014.
- COSTA N., *I professionisti dello sviluppo turistico locale*, Milano, Hoepli, 2005.
- CRESCIMANNO A., FERLAINO F., ROTA F. S., *La montagna del Piemonte: varietà e tipologie dei sistemi territoriali locali*, Torino, IRES Piemonte, 2010.
- CUSIMANO G., MERCATANTI L., “La strategia europea delle macroregioni. Opportunità e criticità”, in *Geotema*, 57, 2018, pp. 8-17.
- DE VECCHIS G., *La montagna tra degrado e sviluppo. Il ruolo delle Comunità montane*, Pubblicazioni della Cattedra di Geografia, Roma, Istituto Universitario Pareggiato di Magistero “Maria SS. Assunta”, 1988.
- DE VECCHIS G., *La montagna italiana. Verso nuove dinamiche territoriali: i valori del passato e le prospettive di recupero e di sviluppo*, Roma, Kappa, 1992.
- DE VECCHIS G., *Da problema a risorsa: sostenibilità della montagna italiana*, Roma, Kappa, 1996.
- DE VECCHIS G., “Alpi e Appennini a raffronto: concezioni, processi evolutivi, equilibri”, in SCARAMELLINI G. (a cura di), *Montagne a confronto. Alpi e Appennini nella transizione attuale*, Torino, Giappichelli Editore, 1998, pp. 3-17.
- DE VECCHIS G. (con la collaborazione di PESARESI C.), *Un futuro possibile per la montagna italiana*, Roma, Kappa, 2004.
- DEMATTEIS G., *Progetto implicito. Il contributo della geografia umana alle scienze del territorio*, Milano, FrancoAngeli, 1995.
- DEMATTEIS G., “Montagna e aree interne nelle politiche di coesione territoriale italiane ed europee”, in *Territorio*, 66, 2013, pp. 7-15.
- DEMATTEIS G., “Montagna, città e aree interne in Italia: una sfida per le politiche pubbliche”, in *Documenti geografici*, 2, 2014, pp. 7-22.
- DEMATTEIS G., “La città ha bisogno della montagna. La montagna ha diritto alla città”, in *Scienze del territorio*, 4, 2016, pp. 10-17.
- EMANUEL C., SAVI P., “Le tecnologie digitali per la rivitalizzazione turistica della montagna “debole””, in LAZZERONI M., MORAZZONI M. (a cura di), *Interpreta-*

re la quarta rivoluzione industriale. *La geografia in dialogo con le altre discipline*, Roma, Carocci, 2020, pp. 193-209.

FERLAINO F., ROTA F.S., *La montagna nell'ordinamento italiano: un racconto in tre atti*, XXXI Conferenza italiana di scienze regionali, Aosta, 20-22 settembre 2010.

FUSCHI M., "La Montagna, sistema aperto. Per una geografia comparata, Alpi e Appennini", in SALVATORI F. (a cura di), *L'apporto della Geografia tra rivoluzioni e riforme*, Atti del XXXII Congresso geografico italiano (Roma, 7-10 giugno 2017), Roma, AGEI, 2019, pp. 1593-1601.

ISTAT, IMONT, *Atlante statistico della montagna italiana*, Bologna, Bonomia University Press, 2007.

ISTITUTO DI RICERCA PER L'ECOLOGIA E L'ECONOMIA APPLICATE ALLE AREE ALPINE (IREALP), *Montagna: territorio di valore. Ridefinire il concetto di montanità*, Chiuro, IREALP, 2008.

LANDINI P., "Lincio (Varzo-Novara) centro alpino in via di abbandono", in *L'Universo*, 1971, p. 651-660.

LUCATELLI S., "Strategia Nazionale per le Aree Interne: un punto a due anni dal lancio della Strategia", in *Agriregionieuropa*, 12, 45, 2016, pp. 4-9.

MAGNAGHI A., *Il progetto locale. Verso la coscienza di luogo*, Torino, Bollati Boringhieri, 2010.

MEINI M. (a cura di), *Terre invisibili. Esplorazioni sul potenziale turistico delle aree interne*, Soveria Mannelli, Rubbettino, 2018.

MEMBRETTI A., KOFLER I., VIAZZO P., "Introduzione", in MEMBRETTI A., KOFLER I., VIAZZO P. (a cura di), *Per forza o per scelta. L'immigrazione straniera nelle Alpi e negli Appennini*, Roma, Aracne editrice, 2017, pp. 15-28.

MESSERLI B., IVES J.D. (Eds.), *Mountains of the world: a global priority*, Carnforth, Parthenon, 1997.

PASCOLINI M., "Governo del territorio e partecipazione nelle Alpi", in SCARAMELLINI G., DAL BORGO A.G. (a cura di), *Le Alpi che cambiano tra rischi e opportunità*, Innsbruck, Innsbruck University Press, 2011, pp. 183-198.

PARADISO M., *Abitare la terra al tempo di internet: luoghi, comunicazione e vita umana*, Sesto San Giovanni, Mimesis, 2017.

PARATORE E., *Un emblematico abbandono della montagna abruzzese: Santo Stefano di Sessanio*, Roma, Edigeo, 1979.

PEDRAZZINI L., "Le diverse facce della montagna in declino: un'esperienza lombarda", in *Journal of Alpine Research/Revue de géographie alpine*, 107, 1, 2019, pp. 1-17.

VAROTTO M., *Montagne di mezzo. Una nuova geografia*, Bologna, Piccola Biblioteca Einaudi, 2020.

VEYRET P., VEYRET G., "Essai de définition de la montagne", in *Revue de géographie alpine*, 50, 1, 1962, pp. 5-35.



### *Mountain geography among interpretations, projects and tourist development processes*

This paper firstly aims to shed light on the concept of mountain, underlining the importance of interpreting mountains as a baseline for the development of territorial policies.

Although mountains are traditionally recognized as marginal areas, tourism and planning have been recognized as an important vector for countering the effects of marginalization and for the revitalization of these areas. Thus, this paper also aims at analysing the current project initiatives in the Italian mountains, through a selected sample of 250 initiatives.

The study offers a theoretical contribution, through the analysis of the tourist projects and the identification of two different profiles attributable to the Alpine and Apennine areas. The research also provides practical implications that enable a better understanding of how to improve tourism planning in the most disadvantaged contexts of the Italian mountains.

### *La géographie de la montagne entre interprétations, aménagement et parcours de développement touristique*

Cet article vise à éclaircir le concept de montagne, en soulignant l'importance d'interpréter la montagne comme référence pour le développement efficace des politiques territoriales.

Bien que les montagnes soient traditionnellement reconnues comme des zones marginales, le tourisme et l'aménagement ont été reconnus comme un vecteur important pour contrer les effets de la marginalisation et pour la revitalisation de ces zones. Donc, cet article vise également à analyser les initiatives de projets dans les montagnes italiennes, à travers un échantillon sélectionné de 250 initiatives.

L'étude offre une contribution théorique, à travers l'analyse des projets touristiques et l'identification de deux profils différents attribuables aux régions alpines et apennines. La recherche fournit également des implications pratiques qui permettent de mieux comprendre comment améliorer la planification du tourisme dans les contextes les plus défavorisés des montagnes italiennes.

