

IL VIAGGIO TRA TURISMO CULTURALE E SVILUPPO LOCALE.
L'OCCASIONE DELLA TABULA PEUTINGERIANA
GUIDO CANDELA, FIORELLA DALLARI, MARCELLA GOLA, ANTONELLO SCORCU

PREMESSE

Il viaggio è da sempre un'esperienza presente nella storia dell'uomo. E questo è avvenuto a partire dal viaggio di Ulisse, spinto dalla *curiositas*, a quello dei rampolli della nobiltà romana nei luoghi della cultura greca per arrivare al *grantur* dell'evo moderno. Sempre esso si presentava come un fenomeno esclusivo di pochissimi fortunati che costruivano il loro futuro proprio sulla base delle esperienze e delle conoscenze acquisite in questi lunghi viaggi; si trattava di uomini politici, artisti, poeti, pittori e così via. Per non parlare, poi, dei geografi per i quali il viaggio era una "sapienza" cercata e voluta (von Humboldt A., 1805, de la Blache V., 1903).

Nell'ultimo decennio il viaggio di cultura ha via via recuperato una sua importanza nel nuovo scenario turistico, sulla scia di una rinnovata attenzione alla componente culturale. E quando si parla di cultura non ci si riferisce solo al generico concetto d'arte né al puro folklore, ma a quel complesso di situazioni che fanno di un luogo, o piuttosto di un insieme di luoghi, un fenomeno turistico irripetibile. Questa rinnovata concezione di fare turismo si riappropria del significato preciso di culturale, là dove s'intende un fenomeno che ha per oggetto la cultura e la sua promozione, e dove il significato di culturale si articola secondo due aspetti, nell'accezione cioè di M. Arnold e quella di E.B. Tylor. Per il primo la cultura è l'insieme delle conoscenze possedute da una persona nei vari campi; concetto elitario, che si declina con un turismo culturale d'élite, che sa scegliere, operare e domandare. Nel secondo caso si fa riferimento all'insieme dei valori spirituali, ideologici e artistici, al complesso delle opere su tali valori che contraddistinguono un'epoca storica o un determinato ambiente, e che si declinano con un turismo culturale di massa. La capacità di fare riferimento alle due componenti si pone come momento centrale nelle politiche turistiche, nelle progettualità e nelle pianificazioni relative nell'ambito di un nuovo modello culturale di assetto del territorio (o di riterritorializzazione come direbbe C. Raffestin).

L'emergere del turismo culturale porta con sé non poche indicazioni, quali un progressivo superamento del turismo come manifestazione di massa, legato alla pratica della villeggiatura, che ha caratterizzato

la società del XX secolo. Oggi si parla della società del tempo libero dove il turismo è qualcosa di permanente, un fenomeno che si mostra in grado di affrontare e superare ogni crisi e in continua crescita, praticato in ogni momento dell'anno¹.

La progettazione di un itinerario è un'operazione complessa per la quale è necessario un approccio sistemico per chi si occupa di turismo nella pubblica amministrazione e nell'impresa turistica privata, senza dimenticare che, di fatto, viene usata empiricamente anche dai singoli turisti ed escursionisti. E' esperienza quotidiana di tutti che la progettazione di un itinerario includa una serie di elementi certi ed altri solo probabili, elementi spaziali, temporali ed economico-gestionali, nonché elementi caratterizzati da forte soggettività. Pianificare un itinerario risulta così un processo decisionale complesso che si può basare su strumenti applicativi utilizzabili in modo integrato. Naturalmente, anche se negli ultimi decenni lo sviluppo tecnologico ha contribuito notevolmente allo sviluppo di una metodologia di progettazione di itinerari sempre più scientifica, integrata e strutturata, non si può (e non si deve) prescindere dalla creatività e dall'esperienza del progettista/operatore turistico composta dalle sue competenze tecniche e delle conoscenze accumulate nel tempo.

Tradizionalmente i dati di settore, le statistiche, gli indicatori, le carte geografiche tematiche, le guide turistiche forniscono gli elementi di base per l'analisi preliminare del territorio, mentre per raccogliere dati legati alla sfera soggettiva, agli andamenti di mercato, ad elementi economico-gestionali possono essere utili le indagini dirette effettuate tramite ricerche sul campo, quali, ad esempio, questionari somministrati ad un campione significativo. E' altrettanto importante partire dalla condivisione di una base teorica, che dia corpo in modo integrato alle scelte e ai processi organizzativi. Negli ultimi anni, poi, si sono sviluppati anche sistemi informatici in grado di raccogliere, organizzare ed elaborare in modo automatico le informazioni, fornendo così un supporto importante all'analisi spaziale, a quella statistica e quindi – in definitiva – un supporto delle decisioni².

Comunque, i viaggi culturali nascono tutti da un progetto, sulla base di un'azione politica, mirata da una parte a costruire un prodotto turistico nel caso degli attori del territorio e dall'altra a realizzare esperienze ed emozioni quando si tratta dei fruitori.

¹ Si parla (Berger P.L., 1974) di un uomo senza dimora (homeless Mind), che vive proiettato nel nuovo e cerca sempre nuove mete e nuove emozioni, dove la sua mobilità si associa ad una nozioni più precisa, o progressivamente migliore, della società.

² Tra gli strumenti più completi e versatili sviluppati vi sono i sistemi di gestione Geographical Information Systems (G.I.S.), anche se risultano utili operativamente anche i sistemi più semplici come, ad esempio, i pacchetti informatici di identificazione di itinerari stradali, grazie al loro basso costo, alla facilità d'uso per non esperti ed alla disponibilità direttamente on-line.

Qui si rifletterà sull'itinerario turistico secondo un approccio economico, geografico e giuridico; e cioè attraverso un'analisi spaziale, un'analisi territoriale ed una giuridica.

La prima parte del contributo presenta un rapporto di fattibilità in funzione di una valorizzazione turistica delle strade romane presenti nella Tabula Peutingeriana, per il progetto Interreg III B "ROMAN ITINERARIES" (ROMIT). Essa parte da una riflessione sul turismo culturale per una sua definizione e misurazione per poi focalizzarsi sugli aspetti economici dell'itinerario lineare e circolare, declinato in un contesto d'élite e di massa; e questo per mettere in luce le relative capacità di attrazione in termini di presenze e poi completare l'analisi economica sulla base di una proposta per un prodotto turistico, il prodotto ROMIT, con un valore equamente distribuito quindi di incentivazione alla più ampia partecipazione di attori pubblici e privati.

Nella seconda parte si prospettano le diverse condizioni di accessibilità sulla base di alcuni modelli geografici (itinerario lineare, circolare e a raggiera), attraverso l'approccio che deriva dalla componente cognitiva e dalle tecniche rivolte all'efficienza logistica, tutto mirato a maturare le prime proposte per un itinerario circolare basato sulle suggestioni della Tabula Peutingeriana.

Per la promozione del prodotto turistico risulta fondamentale la proposta di un sistema di regole e di un protocollo di comportamenti da condividere per completare e legittimare il progetto tra le diverse regioni europee. A partire dalle competenze per la tutela e la gestione dei siti archeologici di origine romana nel "sistema Italia" è opportuno riflettere sulla gestione dei beni culturali e del paesaggio dove turismo e viabilità costituiscono le materie essenziali dal punto di vista giuridico connesse nel progetto ROMIT.

GLI ELEMENTI ECONOMICI DEL RAPPORTO DI FATTIBILITÀ

Nell'analisi economica la costruzione di un itinerario turistico si presenta un fenomeno quanto mai complesso per una serie di elementi che pur in un approccio sintetico si possono articolare in una lunga serie di riflessioni, su cui occorre confrontarsi.

Come primo punto, la definizione di turismo culturale si presenta particolarmente complessa in quanto i dati empirici (presenze, arrivi e spese) non tengono conto della motivazione del viaggio che risulta una variabile latente. La motivazione culturale nel viaggio del turista è quasi sempre presente, ma con diverse intensità. A queste diversità della domanda devono corrispondere diverse tipologie di prodotti turistico culturali.

Per rispondere alla precedente considerazione, è parso opportuno come secondo passo sviluppare due possibili itinerari, uno lineare, con un inizio ed una fine predeterminati ed uno circolare, in cui siano inserite tutte le località coinvolte nel progetto ROMIT.

Il percorso di natura lineare si caratterizza per una maggiore organicità, una più spiccata valenza artistica e un bacino potenziale di utenti limitato. In questo itinerario non è invece presente la simmetria tra destinazioni, in quanto si ha un inizio e una fine dell'itinerario; per questa ragione nell'effettuazione del percorso è prevedibile una certa mortalità nelle presenze turistiche.

L'itinerario di natura circolare, che pone tutte le destinazioni su un piano di completa simmetria, si caratterizza per una maggiore frammentarietà nella proposta culturale e una maggiore flessibilità di fruizione, avendo un bacino atteso di utenza superiore a quello lineare. Pur in presenza di un'inevitabile mortalità nelle presenze turistiche nell'effettuazione del percorso, questa non dovrebbe influire in modo differente sulle differenti destinazioni.

Una valutazione diretta suggerisce che se esiste un solo itinerario circolare sia, invece, possibile sviluppare un certo numero di itinerari lineari, che propongono secondo una certa logica, tutte le destinazioni coinvolte oppure solo un certo numero di esse. E' tuttavia possibile sviluppare percorsi misti con una componente lineare ed una circolare; un esempio in questo caso potrebbe essere un percorso a raggiera, in cui esiste una località di inizio del percorso (il centro) dalla quale si dipartono tutte le rimanenti destinazioni, che sono invece in una posizione di simmetria tra loro.

L'esistenza di distanze geografiche significative tra le località aderenti al progetto ROMIT (e quindi di scala) rende difficile una fruizione sequenziale e continuativa di più di una località alla volta. Il modo tipico di fruizione delle strade romane è infatti l'acquisto di un singolo soggiorno in ciascuna località, con intervalli significativi (per esempio un anno) tra un acquisto e l'altro.

Il precedente aspetto comporta due conseguenze:

- all'interno di ciascun periodo di tempo la competizione tra località risulta alta (il tempo e le risorse monetarie da destinare alla vacanza ROMIT sono limitate e la spesa su una località di fatto esclude le altre località);
- su due o più periodi la competizione tra le diverse destinazioni per accaparrarsi il turista culturale è meno forte; anzi, avendo effettuato il soggiorno nella propria località, e poiché difficilmente si avrebbe un ritorno per la motivazione ROMIT, l'impresa turistica ha l'incentivo a promuovere le altre località in uno spirito di cooperazione che allarghi il bacino dei potenziali utenti.

Peraltro, il puntare su una diluizione nel tempo del percorso comporta una possibile de-enfatizzazione dell'aspetto del viaggio, dell'itinerario che invece deve caratterizzare strategicamente il progetto ROMIT.

Un significativo rafforzamento dal punto di vista della strategia di presentazione del pacchetto può derivare dall'introduzione di vendite leganti, nella forma di riduzioni sul costo di acquisto di una ulteriore tappa del progetto ROMIT da parte di chi ha già acquistato una destinazione ROMIT, per esempio nella forma di voucher per le altre destinazioni, regalati agli acquirenti di una destinazione.

Il sistema di sconti tramite voucher punta ad allargare il numero degli utenti potenziali (sia nel caso lineare che in caso circolare) nonché (nel solo caso lineare) a diminuire le asimmetrie che inevitabilmente si creano tra diverse destinazioni ordinate in modo sequenziale.

Nella convinzione che il modello lineare comporti un turismo "di élite", mentre quello circolare un turismo "di massa", un itinerario ROMIT circolare potrebbe essere accettato all'unanimità dalle diverse nazioni. Inoltre, il modello circolare è proprio quello che realizza una maggiore equità sociale in termini di distribuzione dei flussi turistici.

Naturalmente, l'equidistribuzione dei flussi turistici in termini di presenze è solo un indicatore imperfetto dei profitti e dell'effettivo grado di importanza dello sviluppo turistico indotto nelle diverse destinazioni. La misura più appropriata sarebbe il livello di reddito generato dal turismo ROMIT; tuttavia riteniamo che in questa fase preliminare del progetto non si possano e non si debbano sviluppare analisi dettagliate sui prezzi e sulla struttura dei costi delle diverse località che costituiscono le tappe degli itinerari ROMIT.

Il turista è alla ricerca di esperienze positive, caratterizzate dalla presenza di diversi aspetti di arricchimento personale. Mentre dal punto di vista dello sviluppo del prodotto turistico si richiedono competenze estremamente differenti, per esempio, per i servizi di trasporto, di ristorazione e di approfondimento culturale, dal punto di vista del fruitore del pacchetto questi differenti servizi vengono percepiti come aspetti di un unico prodotto.

L'analisi empirica più recente sui flussi turistici evidenzia come ci sia una netta preferenza per prodotti "su misura" (customization) piuttosto che pacchetti standardizzati. Inoltre tra le caratteristiche maggiormente apprezzate di questi prodotti compare l'elemento turistico-culturale. In questa prospettiva emerge l'interesse per il pacchetto turistico ROMIT che lega tra loro diverse località presenti sulle strade romane

IL TURISMO CULTURALE: ASPETTI DI DEFINIZIONE E MISURAZIONE

Il pacchetto ROMIT rientra nell'ambito più vasto del cosiddetto turismo culturale, che viene considerato dagli studiosi come un comparto in grande crescita, presente e potenziale, in quanto l'aumento del reddito, la riduzione dei costi e dei tempi di trasporto, l'aumento del comfort durante il viaggio, un progressivo aumento del grado di acculturazione di sempre più ampi strati di popolazione suggeriscono l'esistenza di interessanti prospettive di crescita del turismo culturale.

E' però opportuno individuare una prima difficoltà di natura empirica che concerne la misurazione statistica del fenomeno: si dispongono di valutazioni su presenze, arrivi e spesa dei turisti, mentre quello di cui si desidererebbe disporre è l'informazione sulla motivazione del viaggio, che invece rimane una variabile non osservabile. Le valutazioni di cui disponiamo sono quindi parziali, perché dall'osservazione di alcuni comportamenti (l'ingresso a un museo, il pernottamento in una "città d'arte") si riferiscono quelle che dovrebbero essere le motivazioni del turista. Inoltre, le valutazioni risultano distorte, talvolta ristrette, poiché sfuggono alle rilevazioni tutti i turisti-escursionisti che "viaggiano" nei dintorni (o, al limite, nella propria città), talvolta troppo ampie, perché un soggiorno in una città d'arte non è necessariamente dovuto al turismo culturale.

La stessa presenza di un elemento culturale tra le motivazioni addotte per l'effettuazione di un viaggio può suscitare alcune ambiguità, in quanto la maggior parte dei turisti ha il gusto della scoperta, dell'arricchimento delle proprie esperienze. In questo senso, se si utilizza una definizione troppo ampia si corre il rischio di comprendere praticamente tutto il turismo nell'ambito "culturale". Al contrario, in passato ci si basava su una definizione fin troppo ristretta di turismo culturale, limitandosi ai soli turisti esperti, con preferenze già definite secondo canoni socio-economici precostituiti (reddito elevato, istruzione universitaria o superiore, età relativamente avanzata).

Nell'accezione tradizionale il turismo culturale, non sorprendentemente, si presenta quindi come un fenomeno d'élite, e quindi di dimensioni limitate. La tabella successiva mette in luce le marcate differenze tra il turismo di massa e quello culturale, con riferimento agli USA.

	Turista	Turista culturale	Differenza Assoluta	Differenza percentuale
Reddito	\$ 37.000	\$ 48.000	\$ 11.000	+30%
Istruzione universitaria (quota su 100)	32	41	+9	+28%
Dirigenti o professionisti (quota su 100)	24	31	+7	+29%

In pratica, sembra opportuno valutare l'importanza del turismo culturale in termini di grado di motivazione del turista, senza introdurre rigide differenziazioni. In questo senso una possibile segmentazione è quella che distingue tra turisti culturali molto motivati (circa il 15%, corrispondente alla definizione tradizionale), turisti che sono abbastanza interessati a un viaggio culturale (circa il 30%), turisti poco motivati dall'aspetto culturale (circa il 20%), turisti per i quali l'aspetto culturale rappresenta semplicemente un elemento accessorio (e quindi debole) del viaggio (circa il 15%) ed infine turisti completamente refrattari a motivazioni di ordine culturale (il rimanente 15%).

Sulla base di tale interpretazione del turismo culturale, è quindi importante riconoscere motivazioni differenti per differenti potenziali turisti. E' allora importante fare entrare sul mercato, con adeguate formulazioni di pacchetti turistici, non solo i soggetti molto motivati dagli aspetti culturali (in genere caratterizzati da una disponibilità a pagare elevata) ma anche turisti meno motivati (caratterizzati da una disponibilità a pagare più contenuta). Anche nel caso degli itinerari ROMIT, quindi, si dovrà tenere conto di queste differenze e dalla possibilità di intercettare tali potenziali domande.

ASPETTI ECONOMICI DEGLI ITINERARI ROMIT

Lo sviluppo di un progetto di fattibilità di un prodotto turistico ROMIT richiede l'analisi coordinata di differenti aspetti, gli ambiti: storico, archeologico, geografico, giuridico e naturalmente economico.

La necessità di considerare congiuntamente questi differenti aspetti è immediatamente evidente: non è infatti plausibile ipotizzare lo sviluppo di un pacchetto turistico coerente solo sotto l'aspetto storico, perché l'offerta ROMIT implica spostamenti estremamente complessi dal punto di vista geografico. Ugualmente, un itinerario adeguato sotto il profilo della profittabilità economica deve anche avere caratteristiche storico-archeologiche tali da poterlo definire valido e coerente. Infine, devono essere considerati i vincoli che derivano dal coinvolgimento delle differenti località partecipanti al progetto, sia sotto l'aspetto della rispondenza delle diverse legislazioni nazionali in termini di protezione delle aree, sfruttamento commerciale dei beni culturali e di protezione dei diritti del turista, ma anche sotto l'aspetto economico della convenienza a partecipare da parte delle singole località (con enti pubblici e imprese private).

Nel caso degli itinerari ROMIT emerge, quindi, una peculiare difficoltà. Infatti, in una prospettiva di breve periodo, le diverse località partecipanti al progetto sono tra loro in concorrenza nell'attrarre flussi

turistici. Lo sviluppo di pacchetti giudicati dal mercato come particolarmente validi potrebbe in parte ridurre questo problema, poiché consente di accrescere la durata complessiva del viaggio e la permanenza in una (o più) destinazioni senza tuttavia ridurre necessariamente la permanenza nelle altre destinazioni prevista dal pacchetto. Sotto queste condizioni la somma della capacità di attrazione delle varie destinazioni coordinate e integrate in ROMIT risulta superiore a quella dell'insieme delle località considerate isolatamente³.

Tuttavia il grado di endogenità della spesa per il viaggio da parte del turista è complessivamente limitata e, quindi, in prima approssimazione, potremmo considerare la spesa (e probabilmente anche il tempo libero disponibile) come dati. In questo caso, allora, un incremento di spesa presso in una destinazione comporta una pari riduzione della spesa nelle altre destinazioni.

Questo problema è ben noto nell'organizzazione dei viaggi da parte dei tour operator e viene solitamente risolto, in modo molto pragmatico dall'organizzatore del viaggio, il quale mette in concorrenza tra loro gli operatori delle diverse località.

A seconda:

- del “valore” di attrazione della località per l'acquirente del pacchetto,
- del prezzo che viene richiesto per l'offerta di un certo servizio in tale località,

si modifica il ruolo e il tempo concesso a ciascuna destinazione nell'ambito del viaggio. Il decisore in questo caso è l'organizzatore del tour, che bilancia costi e validità del viaggio pesando i vari aspetti secondo il criterio della massimizzazione dei propri profitti d'impresa.

Nel caso di ROMIT la questione si pone tuttavia in termini differenti. Non esiste infatti un decisore privato, il tour operator, che ordina in termini di convenienza le varie proposte: ciascuna località partecipante deve allora avere un certo peso, in quanto è garantita da un ente pubblico a livello di board direzionale del progetto. Quindi la valutazione complessiva e il peso delle diverse località in un itinerario, nonché il numero degli itinerari, avverrebbe su *base contrattuale*, nell'ambito di un contesto giuridico-istituzionale adeguatamente istruito (esplicitamente esaminato in altra parte del rapporto).

I costi di questo modo di procedere sono ben noti: la contrattazione porta usualmente ad esiti inefficienti⁴, che si traducono in un elevato livello di conflittualità all'interno degli operatori del pacchetto e con la tendenza a scaricare all'esterno (sugli eventuali acquirenti) i costi di tale conflittualità, in termini di maggiori prezzi.

³ In termini tecnici, questa situazione è nota come condizione di superadditività: $X_1 + X_2 + \dots + X_n < X_N$, dove indichiamo con X_i la capacità di attrazione della singola destinazione in isolamento, e con X_N la capacità di attrazione del pacchetto ROMIT.

⁴ Questo risultato è ben noto, in quanto si rifà al concetto di equilibrio non cooperativo di Nash; cfr. Philips, *The economics of imperfect competition*

Sempre nel caso specifico di ROMIT è però possibile ipotizzare una soluzione a questo problema: *poiché le diverse tappe di un itinerario ROMIT sono geograficamente distanti tra loro, è plausibile pensare che la maggior parte dei turisti interessati all'itinerario intenda acquistare il percorso in tutto o in parte, ma certamente in tempi diversi.*

In altre parole, è opportuno pensare a un turista ROMIT che acquista un itinerario in modo flessibile, prevedendo una tappa in una certa località in un certo periodo e un'altra tappa, in una diversa destinazione in un altro periodo, non con tempi rigidi (un itinerario programmato), ma flessibili: la seconda (terza o quarta) tappa dell'itinerario può avvenire dopo alcune settimane oppure dopo alcuni mesi oppure un anno, a seconda delle scelte operate dal turista.

Questo modo di proporre l'itinerario ROMIT risponde non solo alle esigenze del turista, ma permette di ridurre la portata del problema, sopra accennato, di concorrenza tra le località (e quindi rende più facile lo sviluppo di un particolare itinerario). Anzi, una sosta in una particolare destinazione dell'itinerario, dati i tempi e le modalità scelte a piacimento del turista, rende possibile creare una sorta di complementarità tra le diverse destinazioni. Mentre nel breve periodo la decisione di acquistare una particolare destinazione riduce drasticamente le possibilità di acquisto di altre destinazioni, nel lungo periodo questo effetto può ridursi o magari cambiare di segno: è infatti possibile ipotizzare la creazione di un particolare pacchetto, in cui ciascuna destinazione di un itinerario "traina" (in un momento successivo) le altre⁵.

Il meccanismo che dovrebbe rendere particolarmente efficace questo aspetto di traino complessivo del pacchetto è basato su un sistema di sconti sul costo del soggiorno sulle destinazioni dell'itinerario successive alla prima, con lo *strumento dei voucher* offerti in ciascuna destinazione per le destinazioni rimanenti.

IL TURISMO CULTURALE: PERCORSI DI ÉLITE E PERCORSI DI MASSA.

Parlando di turismo culturale è tuttora invalso lo stereotipo di un turismo per pochi, una élite ricercata che possiede conoscenze di base elevate ed ha anche disponibilità monetarie superiori alla media dei turisti. Questa visione riduce di molto le dimensioni del mercato potenziale del turismo culturale e dell'itinerario ROMIT in particolare. Peraltro, questo concetto del turismo culturale appare certamente inadeguato a rappresentare la situazione odierna. Il turista attuale ha molteplici interessi, e non si

⁵ Evidentemente, si potrebbe pensare a un "effetto vagone" anche tra i diversi itinerari sviluppati; questa estensione, concettualmente semplice non è stata tuttavia esplicitamente considerata.

conforma a modelli nei quali un interesse (la cultura oppure, al suo opposto, il puro svago) prevale nettamente sugli altri. Quindi le esigenze del turista attuale sono molteplici: una minoranza è certamente descritta dal profilo tradizionale del turista culturale di élite, ma in altri casi convivono altre esigenze, anche apparentemente potenzialmente divergenti: turismo culturale e divertimento (magari considerando come centro di spesa una famiglia). Il turista culturale, allora, mentre può essere più o meno motivato rispetto alla stessa cultura, è certamente disposto ad ampliare le proprie conoscenze.

In questa prospettiva appare opportuno prevedere per ROMIT lo sviluppo di (almeno) due differenti tipologie di itinerari, caratterizzati da prerequisiti conoscitivi differenti⁶.

Nel percorso dal profilo “alto” il processo conoscitivo proposto si sviluppa secondo una ben precisa proposta per esempio la dimensione temporale del succedersi degli eventi e delle culture lungo le strade romane, con un itinerario che segue destinazione dopo destinazione lo sviluppo cronologico e offrendo nel contempo al visitatore esperto l’evoluzione degli aspetti architettonici, di ingegneria idraulica, stradale ed altro. Nel percorso dal profilo “basso” (ma non per questo meno importante), il grado di sostituibilità tra le destinazioni è maggiore, in quanto non avrebbe senso privilegiare gli aspetti specialistici di manifestazioni culturali in evoluzione. Questi aspetti, più strettamente legati a considerazioni di natura storica, artistica ed architettonica sono sviluppati in altra parte del Rapporto.

Sulla base della precedente suddivisione, è opportuno individuare due differenti itinerari, che per semplicità verranno definiti come *itinerario lineare* ed *itinerario circolare*. Per le assunzioni considerate in precedenza è plausibile ipotizzare che *l’itinerario circolare sia di élite* (alta rigidità in termini di tempo, maggiore organicità dell’offerta culturale che quindi si rivolge a un bacino di utenti potenziali più ristretto) rispetto *all’itinerario circolare di massa* (alta flessibilità in termini di tempo e di esigenze culturali) con la possibilità di prevedere un programma “à la carte” che consenta personalizzazioni, differenti livelli di lettura e acquisizione delle informazioni così da allargare, relativamente all’itinerario lineare, il numero dei potenziali fruitori.

L’ITINERARIO LINEARE ROMIT

L’itinerario lineare è caratterizzato da un percorso predefinito, con una località che costituisce l’inizio dell’itinerario, una seconda ecc. fino al termine dell’itinerario. I possibili criteri che ordinano in modo

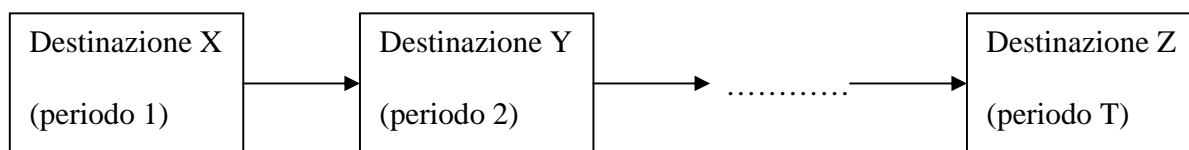
⁶ I modelli sviluppati nel Rapporto possono essere fatti rientrare tra quelli competizione economica nello spazio, inizialmente proposti da Hotelling H. (1929).

sequenziale le differenti tappe dell'itinerario possono essere molteplici: per esempio, si può seguire un criterio di natura cronologica, oppure una classificazione (crescente o decrescente) sull'importanza storica, archeologica, artistica delle destinazioni coinvolte, oppure ancora un percorso che minimizzi le distanze complessive richieste.

Data la sequenzialità del percorso nel passaggio da una destinazione a quella successiva, si determinerà un certo tasso di abbandono da parte dei turisti. Questo tasso di abbandono risponde a precise logiche interne all'itinerario: se l'importanza artistica delle destinazioni decresce lungo l'itinerario proposto, è plausibile pensare che le presenze nelle prime tappe siano elevate, e che l'abbandono sia altrettanto elevato per le tappe successive. Al contrario, se l'importanza artistica delle destinazioni aumenta nel corso dell'itinerario, è plausibile ipotizzare flussi inizialmente più limitati per le prime tappe, ma anche tassi di abbandono più contenuti.

In questo percorso c'è un inizio ed una fine, cui corrisponde una destinazione iniziale, delle destinazioni intermedie e una finale, come immediatamente evidenziato dalla figura 1a.

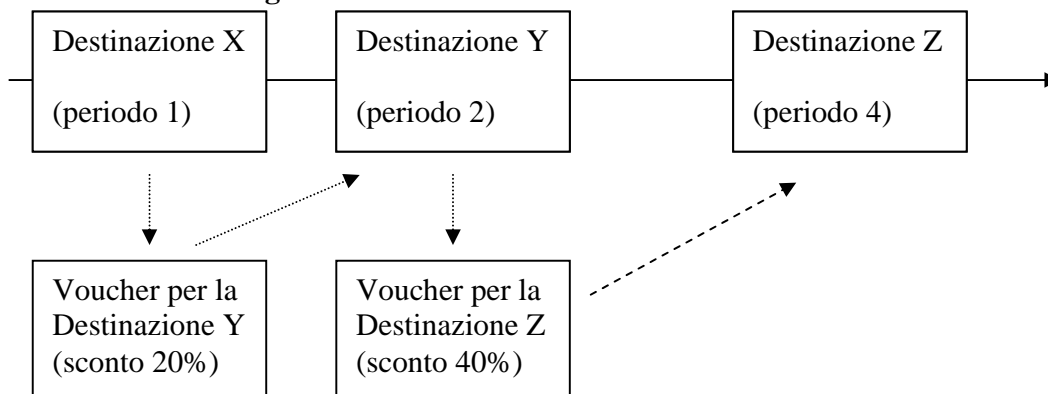
Figura 1a: l'itinerario lineare



Come ricordato in precedenza, il collegamento tra le diverse destinazioni del percorso lineare ROMIT, basato in parte sui contenuti sequenziali di ciascuna destinazione, a livello di mercato è certamente rafforzato da un adeguato sistema di sconti, realizzato tramite i voucher, che incentiva il visitatore di una tappa a proseguire con l'acquisto di una tappa successiva.

In questo caso una rappresentazione completa del percorso può essere data tramite la figura 1b.

Figura 1b: l'itinerario lineare e sistema dei voucher



RIQUADRO 1: *lo sviluppo analitico dell'itinerario lineare*

Nel modello lineare, le tappe sono ordinate in maniera sequenziale, per cui i flussi delle presenze turistiche diminuiscono progressivamente nelle tappe successive (si suppone che le tappe siano ordinate secondo i numeri naturali fino ad N).

Ad ogni tappa è supposta un certo tasso di abbandono dei flussi turistici all'interno dell'itinerario, secondo il coefficiente $0 < a < 1$; nell'analisi formale presentata di seguito, tale coefficiente di abbandono deve essere inteso in senso tecnico: è un parametro esogeno che indica la quota di turisti che escono dall'itinerario ROMIT, vuoi perché scoprono altri, più vivi interessi, vuoi per ragioni di scarsa disponibilità di tempo e di moneta nel caso di tappe più lontane geograficamente. Peraltro, in un modello più generale, come già affermato nel testo, la quota di turisti che decidono di acquistare la tappa successiva dell'itinerario potrebbe essere modificata tramite l'introduzione di un sistema di incentivi, e il problema si potrebbe tradurre nella scelta dell'incentivo ottimale da offrire per massimizzare i profitti complessivi. Nell'analisi formale sviluppata di seguito, tuttavia, non si tiene conto di questo effetto.

Se K è il numero di turisti che accede al progetto in forma lineare, le tappe e le località segnalano le seguenti presenze:

$$PR_1 = K, PR_2 = Ka, PR_3 = Ka^2, \dots, PR_i = Ka^{i-1}, \dots, PR_N = Ka^{N-1}$$

Nel totale i turisti che accedono al progetto sono:

$$PR_{Lin} = \sum PR_i = K(1 + a + a^2 + \dots + a^{i-1} + \dots + a^N) = K(1 - a^N)/(1 - a)$$

Concludendo, il modello lineare è caratterizzato dai seguenti flussi turistici:

- presenze della località i .ma aderente al progetto: $PR_i = Ka^{i-1}$
- presenze totali del progetto: $PR_{Lin} = K(1 - a^N)/(1 - a)$

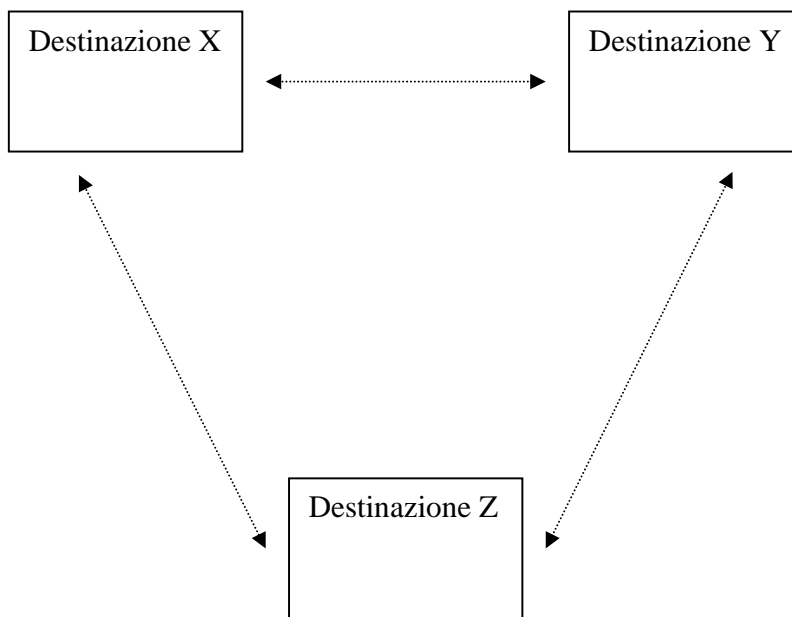
L'ITINERARIO CIRCOLARE ROMIT

Come risulta evidente dalla figura 2a, nel caso dell'itinerario circolare ROMIT non esiste un inizio e una fine del percorso. Il turista può iniziare da un punto qualunque dell'itinerario che si sviluppa con una serie di proposte alternative ma del tutto simmetriche.

La scelta di cominciare l'itinerario dalla destinazione X piuttosto che da Y oppure da Z può essere legato a specifici interessi culturali del turista ed alla distanza tra regioni di partenza e di arrivo. In questo caso ciascuna destinazione ha un ovvio incentivo a migliorare la propria posizione, per cercare di attrarre più turisti, ma l'esito di questa competizione è lasciata al un meccanismo impersonale, le

scelte effettuate sul mercato, che si può orientare alla minimizzazione dei costi di accesso al pacchetto ROMIT (nella forma di costi di trasporto), essendo tale itinerario un bene *experience* che, come noto, consente una valutazione della sua qualità (e quindi del grado di soddisfazione che il consumatore ritrae) solo dopo il suo consumo – almeno parziale.

Figura 2a: l’itinerario circolare



Come già affermato in precedenza un aspetto cruciale del progetto ROMIT dovrebbe essere la presenza di voucher con sconti in grado di incentivare l’acquisto di una o più destinazioni ulteriori dell’itinerario.

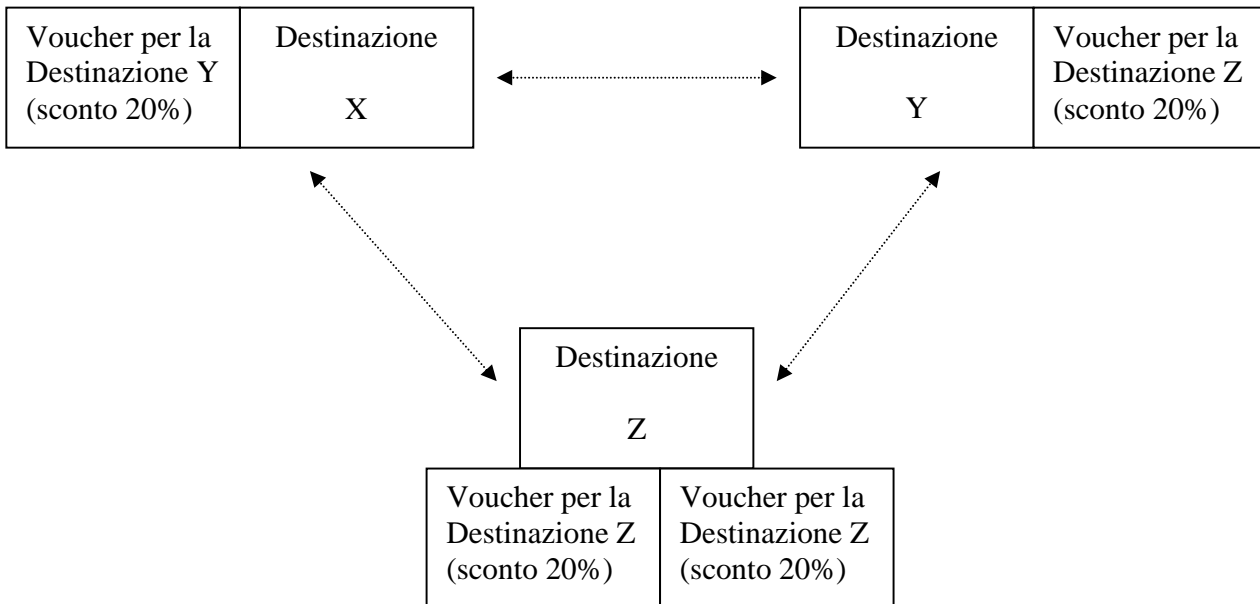
Nel caso in esame, l’itinerario circolare, la struttura dei voucher potrebbe essere sviluppata nei termini seguenti. Nella destinazione X viene dato ad ogni turista un voucher con sconti per ciascuna delle altre destinazioni dell’itinerario (le destinazioni Y e Z). Evidentemente, data la simmetria assoluta delle diverse destinazioni, altrettanto avviene nel caso di Y (voucher per X e Z) e Z (voucher per X e Y).

Il turista che ha cominciato l’itinerario in X, allora, sarà incentivato a effettuare una sosta in Y (oppure in Z, a seconda delle sue preferenze monetarie e di tempo) in quanto ottiene uno sconto del soggiorno, per esempio, del 20%, su una qualsiasi seconda tappa dell’itinerario. Con il soggiorno in Y il turista ottiene altri due voucher di sconti, per X e Z (figura 2b).

Al termine del soggiorno in Y, seconda tappa dell’itinerario circolare ROMIT, questo ipotetico turista può completare il percorso circolare, visitando la destinazione Z a un prezzo particolarmente

favorevole⁷, in quando dispone di due voucher per tale destinazione, che consentono di avere uno sconto del 40%⁸.

Figura 2b: l'itinerario circolare e il sistema dei voucher



E' da notare che, in condizioni di simmetria tra le destinazioni, il numero atteso di presenze indotte dall'itinerario circolare in ciascuna località è sempre lo stesso; in altre parole, non ci dovrebbe essere un leader. Per l'itinerario lineare, il ruolo dei voucher è duplice: accrescere la dimensione complessiva degli utenti potenziali di ROMIT nonché quello di ridistribuire le presenze tra destinazioni "diverse" per via della natura sequenziale del percorso. Nel caso dell'itinerario circolare, invece, stante la simmetria in termini di presenze attese tra le destinazioni, il ruolo del sistema dei voucher è esclusivamente quello di accrescere il numero degli utenti potenziali.

Il sistema dei voucher deve essere tale da assicurare un certo margine di profitto (anche nel caso dello sconto cumulato, che quindi dovrebbe raggiungere livelli significativi)⁹. Inoltre, deve essere presente

⁷ In linea di principio, potrebbe essere possibile visitare nuovamente la prima destinazione con uno sconto del 20%; peraltro questa soluzione non sembra particolarmente interessante, in quanto la destinazione è già conosciuta e lo sconto è limitato, rispetto all'alternativa di conoscere qualcosa di nuovo (incentivo sempre presente nel turista culturale) e anche a un prezzo relativamente più conveniente (il 40% di sconto). In questo caso si permette (e anzi si incentiva) la formazione di abitudini.

⁸ In questo caso abbiamo sviluppato l'ipotesi che l'itinerario circolare consenta l'accumulo dei voucher e quindi sconti progressivi per tappe successive. Naturalmente, la stessa politica di offerta può essere attuata anche nell'itinerario lineare con la differenza, però, che l'aumento degli sconti non avviene automaticamente con la collezione dei voucher presso il turista, ma con un più complesso meccanismo di contabilità personalizzata che faccia memoria del numero delle tappe acquistate dal cliente (uno strumento di fidelizzazione molto simile al *frequent flyer* usato dalle compagnie aeree).

⁹ Questo risultato è più facilmente raggiungibile se l'utente tipico dell'itinerario ROMIT fosse un turista fortemente motivato sotto l'aspetto culturale, con una disponibilità a pagare sufficientemente elevata.

un meccanismo perequativo che sulla base delle presenze finali nel complesso dell'itinerario: a) riduca l'effetto degli sconti sulle località periferiche a livello geografico (ma non per quanto riguarda l'organizzazione dell'itinerario); b) tenga conto dell'effetto inclusione in un mercato turistico di località precedentemente escluse o marginali (che in autonomia non potrebbero quindi esercitare attrattive sufficienti).

RIQUADRO 2: *lo sviluppo analitico dell'itinerario circolare*

Nel modello circolare, le tappe non sono ordinate in maniera sequenziale, ma i turisti possono iniziare e procedere in ogni anno in maniera differente. Per cui, se non vi sono motivi che giustificano delle preferenze strutturate, si può pensare ad una distribuzione casuale dei flussi turistici che si ripartiranno in media uguale fra le N tappe (in questa ipotesi si suppone che il surplus del consumatore per l'acquisto del prodotto turistico sia identico in ogni destinazione, per cui a qualità inferiore deve corrispondere un prezzo inferiore, secondo una determinata proporzione dettata dalla funzioni di domanda).

Anche nel caso dell'itinerario circolare ad ogni tappa è supposto un certo tasso di abbandono dei flussi turistici per le tappe successive dell'itinerario. Questo effetto è indicato tramite il coefficiente $0 < b < 1$ che, in base alle precedenti argomentazioni, supponiamo differente dal coefficiente di abbandono del percorso lineare. Infatti, è plausibile ipotizzare che la capacità di attrazione dell'itinerario circolare (di massa) sia maggiore di quello lineare (di élite): $H > K$, mentre, sempre per la stessa ragione, il grado di mortalità dei turisti tra tappe successive degli itinerari potrebbe essere maggiore nel caso circolare rispetto a quello lineare, costituito da turisti più selezionati e motivati: $a > b$.

Nel caso circolare, se H è il numero di turisti che accede all'itinerario, e se ogni anno solo una quota b di questi decidono di acquistare un'altra tappa, la generica località *i.ma* appartenente all'itinerario avrà le seguenti presenze:

$$PR_i = H/N + (Hb + Hb^2 + \dots + Hb^N)/N = H/N (1 + b + b^2 + \dots + b^N) = H(1 - b^N) / N(1 - b) = PR$$

Tale numero non dipende da i (infatti, c'è perfetta simmetria tra tutte le destinazioni); per questa ragione, tutte le località che partecipano all'itinerario circolare ricevono potenzialmente lo stesso flusso turistico.

Nel totale i turisti che accedono al progetto sono:

$$PR_{Cir} = \sum PR_i = NPR = H(1 + b + b^2 + \dots + b^N) = H(1 - b^N)/(1 - b)$$

Sotto queste ipote, il modello lineare risulta caratterizzato dai seguenti flussi turistici:

- presenze in ogni località aderente al progetto: $PR_i = PR = H/N (1 + b + b^2 + \dots + b^N)$
- presenze totali del progetto: $PR_{Cir} = H(1 - b^N)/(1 - b)$.

Concludendo, le dimensioni dei flussi turistici dei due progetti dipendono dal raffronto fra le dimensioni dei mercati cui rispettivamente accedono, cioè i valori di K e H e di a e b; in ogni caso comunque il modello circolare realizza un'equidistribuzione, in media, dei flussi turistici fra le

diverse località che invece nel modello lineare sono differenziati, e progressivamente calanti con il progredire delle tappe. Questa differente proprietà dei modelli è vera qualunque sia la dimensione del mercato.

Nel caso particolare (ma poco realistico in cui $K = H$ e $a = b$, i due modelli hanno stessa dimensione globale ($PR_{Cir} = PR_{Lin}$) ma si differenziano solo per la distribuzione del flussi tra le diverse località.

Mentre nella presentazione ci siamo limitati ai casi estremi di un itinerario lineare oppure circolare, è evidente che è possibile sviluppare delle soluzioni intermedie.

Un'altra possibilità è quella di un percorso a raggiera, in cui esiste una destinazione leader, e per passare a una qualsiasi delle altre destinazioni satellite è necessario ripassare (almeno virtualmente) per essa. Questa destinazione leader non ha un'immediata giustificazione in termini di itinerario culturale, ma invece potrebbe essere tale per volontà politica dei partecipanti al percorso ROMIT: per esempio, consente una gestione centralizzata (e magari potenzialmente più efficiente) del sistema di prenotazioni, di distribuzione dei voucher, ecc. Peraltro, proprio per le prevedibili difficoltà a creare il consenso politico rispetto a una simile soluzione, il modello a raggiera sembra a priori essere di scarsa realizzabilità e di altrettanto limitato interesse¹⁰.

LA CAPACITÀ DI ATTRAZIONE IN TERMINI DI PRESENZE DEGLI ITINERARI ROMIT LINEARE E CIRCOLARE

In questi diversi contesti dello stesso itinerario ROMIT, si ripropone il dualismo tra cultura di élite e quella di massa. Infatti, il problema è stato affrontato paragonando lo sviluppo di due prodotti ROMIT con caratteristiche diverse.

Si è affermato che è plausibile pensare che il percorso circolare possa attirare un maggiore numero di visitatori. Tuttavia l'analisi in termini di flussi non deve esaurire l'interesse dell'analisi, perché il visitatore tipo dei due percorsi è probabilmente caratterizzato da una differente capacità e disponibilità alla spesa. Più in particolare, se il turismo di élite è per sua propria natura caratterizzato da piccoli numeri, è altrettanto vero che per ciascun individuo di questa categoria, si registra una disponibilità alla spesa maggiore di quel turista che invece propende per un prodotto di massa, stante il diverso grado di sostituibilità nelle preferenze tra i due itinerari.

La scelta è allora tra un modello che privilegia i piccoli numeri con qualità ricettive elevate (e costi e prezzi parimenti elevati) e un modello che invece privilegia la standardizzazione nell'accoglienza e i

¹⁰ E' appena il caso di ricordare che nell'itinerario lineare è fuorviante parlare di destinazione leader; più correttamente si dovrebbe parlare una destinazione iniziale. E' altrettanto evidente che a seconda del criterio utilizzato nella preparazione dell'itinerario, la destinazione iniziale può cambiare.

grandi numeri. La scelta non è quindi ovvia; mentre più evidente è la scelta qualora l'obiettivo dell'itinerario ROMIT fosse una tendenziale equidistribuzione dei flussi turistici generati dal progetto. Peraltro, è plausibile pensare che le località turisticamente mature tenderanno a preferire il secondo modello, che permette di accrescere il grado di utilizzazione di strutture turistiche già esistenti (destagionalizzazione), mentre le destinazioni non mature dal punto di vista turistico privilegiano invece la soluzione opposta, meno invasiva sotto l'aspetto dell'adeguamento delle strutture esistenti e di più rapido approntamento.

Tuttavia, il turismo culturale è di per sé un fenomeno di élite, e quindi il grado di diversità tra le due tipologie di turisti individuate, potrebbe non essere così marcato in termini di flussi totali.

GLI INCENTIVI ALLA PARTECIPAZIONE AGLI ITINERARI ROMIT LINEARE E CIRCOLARE DA PARTE DELLE DIVERSE LOCALITÀ

Per un itinerario, nel caso plausibile che una quota di fruitori risulti insoddisfatta, o che preferisca in futuro variare l'acquisto di un prodotto turistico-culturale, è presente una riduzione, sempre crescente dei fruitori. Il numero di turisti che completa il percorso è infatti fisiologicamente più basso di quelli che sono partiti.

Il fenomeno è particolarmente importante nel caso lineare: la prima tappa dell'itinerario è intrapresa da tutti, mentre l'ultima è quella più sfavorita. Esiste quindi un ovvio conflitto per avere, in una simile situazione, una posizione prioritaria all'interno del percorso.

Questo conflitto in pratica si traduce nel confronto, calcolato dal rappresentante di ciascuna località, tra le presenze che si possono raggiungere nel caso di un percorso lineare oppure circolare. Se nello *sviluppo del progetto (che è – lo ricordiamo – di natura contrattuale) si richiede l'unanimità dei consensi tra tutti i partecipanti*, condizione necessaria è la superiorità per ciascuna destinazione a partecipare a uno specifico itinerario (lineare oppure circolare). Questo risultato di superiorità di una tipologia di percorso rispetto all'altra in qualunque circostanza non è affatto semplice da raggiungere.

Condizione sufficiente perché l'itinerario circolare sia sempre (per tutte le destinazioni o tappe) superiore a quello lineare, è in particolare che questo avvenga anche per chi verrebbe maggiormente preferito (la prima tappa) dal percorso lineare. Tale condizione è soddisfatta se il mercato del turismo culturale di massa è sufficientemente più grande di quello del turismo culturale di élite. Su questo aspetto, evidentemente, risulta cruciale una prioritaria verifica empirica mediante un'indagine pilota.

Al contrario, affinché il percorso lineare sia quello giudicato sempre ed unanimemente superiore a quello circolare, una simile valutazione deve essere verificata anche per chi è maggiormente sfavorito dal percorso lineare, cioè dall'ultima destinazione. Questa condizione sembra essere più difficile da ottenere, e richiede che il numero delle tappe sia limitato, che il grado di fedeltà dei partecipanti al percorso lineare sia elevato in assoluto e rispetto a quello dell'altro percorso, e che le dimensioni del turismo di massa non siano di molto superiori a quelle del turismo d'élite.

I due successivi riquadri sviluppano una formulazione analitica del problema e propongono alcune semplici simulazioni al riguardo.

Peraltro, la mancata accettazione all'unanimità dell'itinerario circolare potrebbe non comportare l'automatica accettazione dell'itinerario lineare (o viceversa). In pratica, il progetto ROMIT potrebbe trovarsi nella spiacevole situazione di stallo, in cui ogni proposta trova degli oppositori, il cui superamento è lasciato alle capacità e alla volontà di contrattazione tra le parti. Una possibile soluzione per questa impasse potrebbe venire, come già detto, da un *sistema redistribuivo sia in termini di trasferimento di incassi sia in termini di voucher* tra le diverse destinazioni che, incentivando un allargamento del numero dei potenziali fruitori, potrebbe ridurre almeno in parte le precedenti obiezioni.

RIQUADRO 3: *le condizioni analitiche di partecipazione culturale agli itinerari ROMIT lineare e circolare.*

E' importante rilevare che nella selezione dei due progetti si instaura un *conflitto di interessi* fra le località aderenti al progetto. Infatti, con la seguente equazione è possibile calcolare – supponendo per semplicità $a = b$ nelle formule dei riquadri 1 e 2 – le preferenze, in termini volume di presenze, delle N località chiamate a scegliere fra i due progetti:

$$PR_i = PR \quad \text{quindi} \quad Ka^{i-1} = H(1 - a^N) / N(1 - a)$$

Da cui otteniamo:

$$i^* = \log (H/KN) + \log[(1 - a^N) / (1 - a)] = f(a ; H,K,N).$$

Sulla base di questo risultato si osserva che:

- per le prime i località (con $i < i^*$), il modello lineare risulta più conveniente;
- per la località $i = i^*$ vi è indifferenza tra i due modelli;
- per le ultime località (quelle oltre $i > i^*$), il modello circolare risulta il più conveniente.

Se $H = K$, allora, non vi è nessuna possibilità che il modello circolare passi in una delibera all'unanimità, mentre una delibera a maggioranza può risolversi a vantaggio dell'una o dell'altra soluzione in funzione del valore di a . Poiché $df/da > 0$, si può concludere che quanto più a è

maggiore tanto più è probabile che sia approvato il modello lineare (purché le località in cui $i < i^*$, risultano più di $1/2$), mentre tanto più a è minore tanto più è probabile che venga approvato il modello circolare (se le località in cui $i < i^*$, risultano meno di $1/2$).

Se H è diverso da K , si possono cercare le condizioni per cui il passaggio da un modello ad un altro costituisce un miglioramento paretiano, e quindi suscettibile di raggiungere l'unanimità dei consensi:

a) Il modello lineare per imporsi all'unanimità deve risultare più conveniente anche per l'ultima tappa, la destinazione N . Esso è approvato all'unanimità se:

$$PR_N > PR$$

Tale condizione comporta che $Ka^{N-1} > H(1 - b^N)/N(1 - b)$. E' evidente che nel caso di un numero elevato di partecipanti al progetto risulta sempre più improbabile che si possa verificare un simile caso.

b) Il modello circolare può essere approvato all'unanimità se il modello lineare non è conveniente nemmeno per la destinazione che dovrebbe essere più favorita:

$$PR_1 < PR$$

La condizione comporta che $K < H(1 - b^N)/N(1 - b)$.

Quindi il modello lineare può passare all'unanimità se

$$H > KN(1 - b)/(1 - b^N)$$

Allora è sufficiente che H sia maggiore di K , cioè che il mercato del prodotto turistico circolare sia sufficientemente più ampio di quello lineare, poiché il modello circolare si imponga anche ad una decisione all'unanimità.

Ovviamente, la non accettazione all'unanimità dell'itinerario lineare non comporta l'automatica accettazione all'unanimità del modello circolare (e viceversa). Rimane, in altre parole, il problema di evitare una soluzione di stallo in cui non essendoci una soluzione unanimemente superiore all'altra, ci sarà sempre almeno una località insoddisfatta e con un potere di veto riguardo a una decisione sgradita.

RIQUADRO 4: *la superiorità dell'itinerario lineare rispetto a quello circolare.*

Nella tabella successiva, si è calcolato il numero massimo di tappe di un itinerario ROMIT lineare oppure circolare affinché la scelta lineare risulti superiore rispetto a quella circolare, in termini di presenze. I risultati dipendono dalla dimensione relativa dei fruitori attesi nei due casi: sono stati considerati tre possibili scenari.

Nel primo caso ($H = K$) non c'è differenza numerica tra turismo d'élite e di massa; nel secondo caso ($H = 1,5 K$) il mercato del turismo di massa è del 50% superiore in termini di numerosità al turismo di élite; nel terzo caso ($H = 2 K$), ogni due turisti di massa si avrebbe un turista di élite. Il risultato della simulazione dipende anche dalla probabilità con cui i due tipi di turisti acquistano una successiva tappa dell'itinerario. Anche in questo caso sono state fatte, a puro scopo esemplificativo, quattro diverse ipotesi: nel primo scenario il turista di élite ha un elevato grado di fedeltà all'itinerario ROMIT, in quanto c'è il 60% di possibilità che esso effettui un ulteriore soggiorno lungo l'itinerario proposto, mentre nel caso del potenziale fruitore dell'itinerario circolare, la probabilità è dimezzata e pari al 30%; nel secondo e terzo scenario il grado di fedeltà del turista d'élite si riduce al 50% e al 40%, rispettivamente, mentre per l'altra tipologia di turista non ci sono modificazioni. Nel quarto ed ultimo scenario considerato, il grado di fedeltà per entrambi i programmi è relativamente basso e pari al 40% nel caso lineare e del 20% nel caso circolare.

L'esempio della Tabella 1 mostra, allora, che nel caso il mercato dell'itinerario ROMIT circolare sia del 50% superiore a quello lineare e che la probabilità di prosecuzione in un periodo successivo sia il 30% e il 50% rispettivamente, già con tre partecipanti al progetto (e quindi con tre diverse tappe) risulta preferibile l'itinerario circolare, in quanto il numero massimo di tappe compatibili con la superiorità unanime dell'itinerario lineare è due (ma, come detto con $N = 3$ non è detto che l'itinerario circolare sia accettato all'unanimità).

Ovviamente nel caso "triviale" in cui il numero massimo di tappe sia pari all'unità, scompare qualsiasi differenza tra itinerario lineare e circolare; in pratica viene meno il concetto stesso di itinerario.

E' facile rendersi conto che la convenienza del caso lineare per ogni possibile località può essere raggiunta solo per un numero piuttosto basso di tappe e comunque in presenza di un grado di fedeltà elevato e di limitate riduzioni della dimensione del mercato rispetto al caso circolare.

Tabella 1: Tasso di abbandono (a: itinerario lineare, b: itinerario circolare)

Dimensione relativa del mercato turistico culturale di elite e di massa		a=0,6	a=0,5	a=0,4	A=0,4
		b=0,3	b=0,3	b=0,3	B=0,2
	H/K = 1	4	3	2	2
	H/K = 1,5	3	2	1	1
	H/K = 2	1	1	1	1

È evidente che le azioni economiche che si applicano al territorio e che sono rivolte a processi di ricomposizione territoriale e sviluppo locale richiedono una riflessione transdisciplinare in grado di offrire un approccio complesso e il più possibile vicino ad una realtà fenomenica che va interpretata e progettata sulla base di un progetto condiviso e concertato su più ambiti, da quello geografico a quello giuridico.

LA GEOGRAFIA DI FRONTE AL VIAGGIO DI CULTURA: I MODELLI

Il viaggio è il trasferimento da un luogo ad un altro e per estensione implica la messa in atto di un percorso. Che lo stesso termine turismo, poi, deriva dalla parola *tour*, che significa giro sia inglese che in francese, la dice lunga sull'importanza del viaggio per il turismo; tanto è vero che il turismo nasce quando gli uomini hanno cominciato a spostarsi a scopo ricreativo lungo determinati itinerari per visitare luoghi diversi. Ancora oggi il percorso adottato per lo svolgimento del viaggio o di una visita turistica si rivela, quindi, un elemento centrale e strategico nello sviluppo di prodotti turistici sia a livello del singolo tour operator che nell'ambito della pianificazione e valorizzazione territoriale ai fini turistici. E anche più in generale come uno strumento strategico nei processi di sviluppo locale e come mezzo di ricomposizione territoriale¹¹. Il fatto che il ROMIT abbia assunto come strategia l'itinerario archeologico per raggiungere l'obiettivo di uno sviluppo regionale nel quadro europeo risulta ben fondato.

Il turismo è considerato sin dagli inizi degli anni Cinquanta da U. Toschi un fenomeno prettamente geografico, proprio per il fatto di essere un fenomeno legato alla mobilità e alla circolazione. Tuttavia per molto tempo le pubblicazioni geografiche hanno riguardato principalmente monografie descrittive, approfondimenti tipologici e studi dettagliati di alcune regioni, che non analizzavano in alcun modo gli impatti territoriali e socio-culturali del fenomeno. Nessun tentativo di deduzione metodologica era stato fatto¹² e l'elaborazione di modelli era assente¹³. Dalla fine degli anni Sessanta i modelli di

¹¹ Il riferimento alla teoria di territorializzazione-deterritorializzazione-riterritorializzazione (Raffestin C., 1984) o secondo la riflessione di E. Morin (1967) ci permette di vedere nel viaggio o itinerario turistico un modo per organizzare o ricomporre (e capire) i segni territoriali del passato, i punti di un ordito mentale definito da un ordine economico, sociale, politico e culturale di società trascorse (Dallari F., 1991).

¹² Uno dei primi tentativi di configurazione geografica del fenomeno turistico, si deve a U. Toschi che nel 1948 fa una distinzione tra regioni attive: "...di densa popolazione, con alto grado di sviluppo civile, intensa vita urbana, industriale e commerciale, con paesaggio naturale uniforme, con climi estremi o lungamente rigidi, piovosi, nebbiosi, povere di storia", e regioni recettive: "...con paesaggio vario, accidentato e frastagliato, con clima mite o secco, con popolazione varia per razza, costumi, tradizioni, ricche di storia,"(Toschi U., 1948).

Nel 1955 W. Christaller, affinando i metodi di indagine in tale disciplina, individua alcuni fattori condizionanti la localizzazione turistica: clima e paesaggio, possibilità di effettuare sport, siti terapeutici, arte ed antichità, luoghi storici o culturali, specialità e peculiarità economiche, risulterebbero determinanti per le sorti turistiche di una località. Questo autore distingue inoltre cinque fasi temporali dello sviluppo turistico: la prima tra il 1790 e il 1840, caratterizzata dall'agevolazione agli spostamenti tramite ferrovia; la seconda tra il 1840 e il 1870, parallela alla prima industrializzazione; la terza tra il 1870 ed il 1900 in cui si intravede il primo germe dell'industria turistica; ed infine dal 1930 fino agli anni sessanta (momento in cui effettua tale ricerca) in cui prendono piede i viaggi di gruppo organizzati da agenzie. Qualche anno più tardi, W. Christaller riflette sulla natura periferica degli spazi turistici, fornendo un valido punto di partenza per gli studi di settore inerenti le dinamiche centro-periferia; ma come ben si può comprendere non si parla ancora di studi approfonditi sulla geografia del turismo

interpretazione della struttura spaziale del turismo hanno iniziato ad apparire in campo geografico, anche se si sviluppavano autonomamente e senza riconoscere un interesse verso i lavori precedenti. E' possibile comunque delineare degli aspetti comuni e delle interazioni spaziali inerenti tutte le forme di turismo. La maggior parte dei modelli, come riassume D. Pearce (1989) in un'opera da considerarsi un pilastro della recente geografia del turismo, ruota attorno ai concetti di: *origine*, *collegamento*, *destinazione*, di cui ogni studioso ha approfondito l'uno o l'altro dei tre elementi secondo un proprio differente approccio.

I modelli spaziali di interpretazione del fenomeno turistico si possono così raggruppare in quattro principali categorie: modelli di mobilità, modelli origine-destinazione, modelli strutturali, modelli di evoluzione (Pearce D., 1989). Ad essi è opportuno aggiungere il modello reticolare e quello del ciclo di vita del prodotto (località o tipologia di offerta turistica) più recentemente approdati nella riflessione geografica.

Per quanto riguarda il tema del viaggio e dell'itinerario turistico-culturale, si mostrano di particolare interesse i modelli di mobilità turistica, il cui fulcro è costituita dalla componente "mobilità" o "collegamento", e il modello reticolare, tutti mirati ad una sua ottimizzazione.

Nel modello di A. Mariot si formalizza un itinerario sia lineare che circolare, dove si propende per il secondo tipo; a C.K. Campbell si deve la formalizzazione dell'itinerario circolare con integrazioni di tipo a raggiera; il modello che emerge dal "problema del commesso viaggiatore" e dal problema del trasporto punta sulla forma lineare complessa o a semiraggiera; il modello dello zoning presenta la figura della raggiera. La letteratura propende per un itinerario circolare o a raggiera complessa, dove il modello reticolare acquisisce una capacità progettuale sempre più forte per le marcate implicazioni a sostegno di forme di *governance*.

¹³ E' da premettere in ogni caso che un modello non deve avere la pretesa di garantire l'interpretazione di un fenomeno in tutte le sue componenti, ma semplicemente di fornire una base teorica e concettuale per l'esame di una configurazione generata dall'attività turistica.

RIQUADRO 5: *Modello di A.Mariot, itinerario lineare e circolare*

Il modello più noto della prima categoria è quello di A.Mariot , che individua tre possibili percorsi di collegamento tra la residenza abituale (*origine*) ed un centro turistico (*destinazione*), distinguendo così tre flussi all'interno dei quali si sviluppa il movimento turistico: un percorso di *accesso*, un percorso di *ritorno* ed un percorso *ricreativo*.

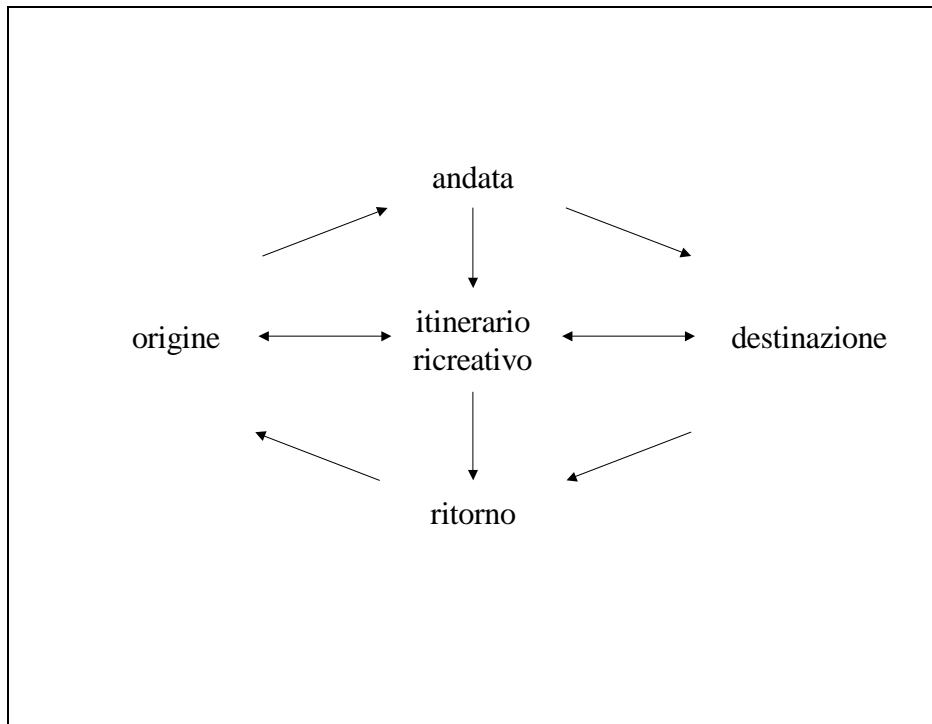


Figura 3: Il modello di A. Mariot (Matley I.M., 1976, Pearce D., 1989)

I percorsi di accesso e di ritorno, che possono anche coincidere, svolgono principalmente la funzione di collegamento tra i due luoghi, senza ulteriori accezioni.

Molto più invitante dal punto di vista della ricerca, risulta invece l'analisi del percorso ricreativo, lungo il quale il turista è già immerso nella sua missione vacanziera ed è più interessato ad usufruire delle risorse ricettive e ricreative presenti lungo il tragitto. Un'alternativa del modello prevede che il turista possa decidere di usare il percorso ricreativo solo per una parte del viaggio, entrandovi od uscendone in un determinato punto tra l'origine e la destinazione.

Il modello di A. Mariot contempla dunque anche l'idea di viaggio, in cui ad un'unica destinazione finale si preferisce la visita a differenti luoghi.

Dopo aver introdotto la formulazione dell'itinerario come funzione da ottimizzare sia che si tratti di un percorso lineare e/circolare, il sistema a rete (*network*) si presenta fondamentale per l'analisi e lo studio degli itinerari. Ad esempio, in questa logica, un percorso stradale si può semplificare come un *network* formato da archi (strade) e nodi (incontro di due o più strade). Qui i percorsi di andata e ritorno

potranno essere ricondotti a problemi di identificazione dell'itinerario più breve (si ritorna al modello di A. Mariot), oppure il più breve in un *network* che si dispiega tra l'origine e la destinazione¹⁴. Giova rilevare che già nel modello di A. Mariot è compreso l'idea del *tour*, vale a dire visitare più luoghi in un solo viaggio e non focalizzare tutto su una destinazione: chiaramente il problema quando le destinazioni sono multiple si complica.

RIQUADRO 6: *il problema del commesso viaggiatore (il modello lineare complesso)*

Per dare un'idea della dimensione delle possibili soluzioni, è utile menzionare il più semplice dei problemi di identificazione di un percorso, il cosiddetto problema del "commesso viaggiatore". In questo caso vi sono un certo numero n di luoghi che devono essere visitati in un *tour*, data un'origine e note le distanze a due a due tra le tappe. Il problema è quello di scegliere l'itinerario migliore, tra i possibili itinerari, in modo da minimizzare la distanza totale percorsa, sapendo che al commesso viaggiatore non interessa la direzione in cui viene eseguito il tour. Il numero di possibili itinerari è dato dalle possibili combinazioni delle n località escluso il deposito, ossia è dato da $(n-1)!/2$. Il numero degli itinerari cresce incredibilmente veloce, vista la presenza dell'operazione fattoriale (!); ovvero se i luoghi da visitare sono 3, l'itinerario possibile è uno solo, se i luoghi sono 4, gli itinerari sono 3, se si devono fare 5 tappe le possibilità sono 12, ed ancora con $n=6$ seguono 60 potenziali percorsi, $n=7$ implica 360 itinerari, per $n=8$ le possibilità salgono a 2520, e così via (Longley et al., 2001).

Non di meno, è facile immaginare che nel caso di progettazione di itinerari turistici la direzione in cui viene eseguito un tour potrebbe pure essere rilevante, così il numero di possibili itinerari da considerare in prima istanza, data l'origine e le varie distanze tra le tappe è dato da $(n-1)!$.

¹⁴ Attributi associati potrebbero essere lunghezza, la velocità di viaggio, restrizioni sulla direzione da seguire sulle strade (es: sensi unici, lavori in corso), il livello di traffico.

RIQUADRO 7: il problema del trasporto (lineare complesso e a raggiera)

Un modello di ottimizzazione di base, che include l'elemento costo, è quello del cosiddetto "problema del trasporto", ovvero la programmazione del trasporto di prodotti da m punti di origine O_1, O_2, \dots, O_m (stabilimenti) aventi disponibilità a_1, a_2, \dots, a_m a n destinazioni D_1, D_2, \dots, D_n (magazzini o clienti) aventi capacità b_1, b_2, \dots, b_n in modo che, noti i costi unitari c_{ij} , il costo totale sia minimo. Il problema¹⁵ può essere schematizzato come segue:

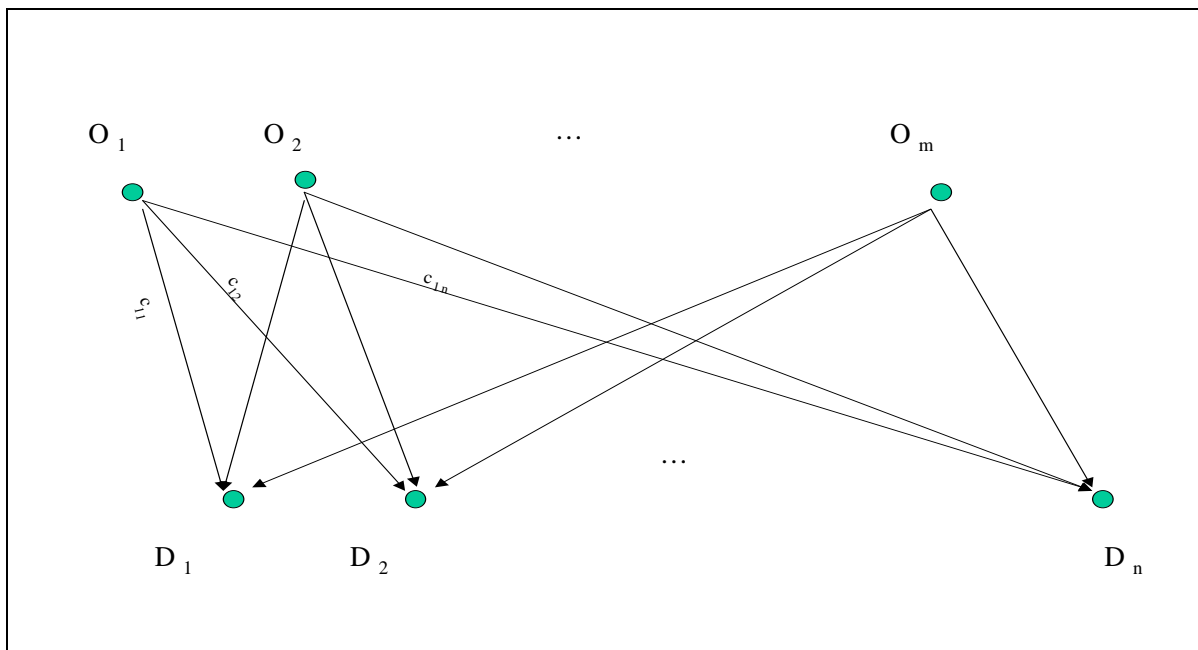


Figura 4: Schema del "problema del trasporto"

E' da notare che la soluzione dei problemi sopra esposti spesso viene implementata in sistemi informatici tramite algoritmi di approssimazione, ovvero designati a dare una risposta velocemente vicina a quella reale, senza garantire che sia quella migliore in assoluto.

¹⁵ Questo è un problema di ottimizzazione che si risolve con metodi di ricerca operativa, detti di programmazione lineare, e si presenta utile per ottimizzare semplici itinerari logistici di fornitura o di distribuzione. Nel settore turistico, problemi così strutturati in senso stretto sono quelli relativi alla catena della fornitura ad esempio alimentare, della gestione della biancheria, oppure della gestione dei rifiuti, etc.

RIQUADRO 8: *il modello di C.K. Campbell*

Si deve, poi, al modello studiato da C.K. Campbell la distinzione tra la diversa configurazione spaziale generata da un turismo itinerante rispetto a quella generata da un turismo stanziale.

C.K. Campbell definisce alcune tipologie di turisti in base all'importanza relativa che essi attribuiscono alle variabili spostamento/staticità del viaggio, e si avrà così un "ricreazionista" quando ci si trova di fronte un turista che attribuisce massima importanza all'attività ricreativa in sé stessa; un "vacanziera" quando il fulcro d'interesse è spostato sul viaggio e sulle singole fermate che si possono effettuare lungo il percorso di allontanamento dalla residenza abituale; un "vacanziera-ricreazionista" quando si effettuano escursioni secondarie partendo da una base che funge da baricentro per i vari spostamenti.

I movimenti ricreativi danno luogo ad una configurazione che si estende radialmente dalla città: la fuga dai centri urbani durante il fine settimana, per esempio, predilige mete entro una determinata soglia e facilmente accessibili, siano esse di campagna, lago, mare o montagna.

Il movimento del turista vacanziera si dispone invece lungo percorsi lineari, configurandosi come vettori che seguono generalmente le direzioni autostradali.

Una situazione ibrida si avrà invece per la terza tipologia turistica, dove alla configurazione lineare del vacanziera si associa quella radiale quando il turista decide di visitare i dintorni di una delle varie mete di viaggio.

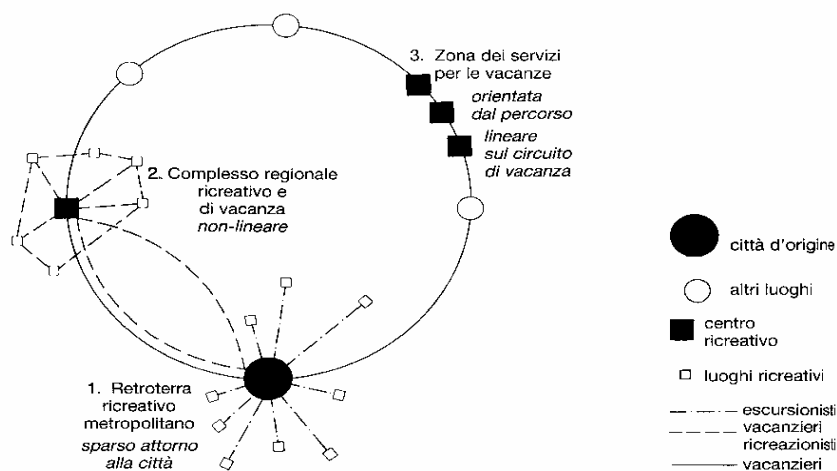


Figura 5: Modello di C.K. Campbell (1967) del viaggio ricreativo e di villeggiatura

Se si sposta l'attenzione dagli itinerari alle variazioni nel volume degli spostamenti, si possono definire nuovi modelli turistici che evidenziano diverse tipologie di fasce di domanda. D.C. Mercer, F. Rajotte e K. Ruppert costruiscono la loro teoria partendo dal postulato che il volume di traffico, sia a livello nazionale che internazionale, è inversamente proporzionale alla distanza da un centro generante: il viaggio costa, sia in termini di denaro che di crescente impegno, e quindi la domanda diminuisce

all'aumentar della distanza. Si individuano così aree concentriche sulla base del tempo libero disponibile: una zona accessibile per la gita di un giorno, la cintura raggiunta durante il fine settimana (generalmente qui sono situate le seconde case) ed infine la zona che C.K. Campbell attribuisce ai vacanzieri. T. Greer e G. Wall integrano questo modello sottolineando che, nonostante la domanda sia inversamente proporzionale alla distanza dalla città, l'offerta potenziale di opportunità di svago aumenta con l'allontanamento dal centro urbano, in quanto "ciascuna unità successiva di distanza dà accesso a porzioni di territorio sempre più vaste". Sovrapponendo domanda ed offerta, si possono individuare dei "coni di visita" con vertice ad una certa distanza dalla città (o dal centro generativo più in generale) e la cui forma dipende dal tipo di attività turistica considerata e dalla sua sensibilità alla distanza. Queste teoriche zone concentriche non trovano un'esatta rispondenza nel mondo reale; possono essere soggette a "deformazioni positive" che provocano un loro ampliamento, come per esempio un clima particolarmente favorevole che spinge oltre i limiti teorici, oppure un basso costo della vita che riduce i costi totali di viaggio, legami storici e così via; oppure possono essere soggette a "deformazioni negative" molto spesso riconducibili a questioni politiche che le comprimono.

Partendo da queste basi, è facile pensare alla traslazione dei modelli presentati all'identificazione di percorsi turistici propriamente detti, preferibilmente sulla base di un percorso circolare. Tuttavia è evidente che non si terrebbe conto di elementi importanti dai quali non si può prescindere, qualora si voglia progettare un itinerario di successo. Infatti, nei problemi sopra esposti non si tiene conto della presenza di traffico¹⁶, della scelta di percorsi più scenografici, del desiderio di pause durante il percorso, etc.; ed inoltre vengono date per assunte le destinazioni, cosa che spesso fa parte integrante della pianificazione di un itinerario. Questa complessità viene riflessa nei vari aspetti dai modelli turistici più completi, come il modello di J.M. Miossec sullo spazio turistico, in cui vengono integrati alla distanza ulteriori elementi: climatici, politici, linguistici e cognitivi (Pearce D, 1989). Non solo, negli sviluppi più recenti sono stati inglobato, oltre agli elementi spazio-temporali, altri elementi dinamici, come i cambiamenti culturali, sociali e quelli concernenti il rapporto locale o regionale al processo di sviluppo turistico-economico, la struttura sociale del flusso turistico, la quantità e la variazione dell'offerta delle strutture recettive, la personalità (turisti psicocentrici versus allocentrici), etc. Bisogna inoltre menzionare che, mentre può essere più facile preparare un itinerario per una singola persona, man mano che i partecipanti aumentano può diventare sempre più complesso soddisfare esigenze e vincoli di ciascun partecipante del gruppo, soprattutto se questo non presenta

¹⁶ Programmi che integrano la funzione GPS in tempo reale sono di fatto in grado di tenere conto di questo elemento con algoritmi matematici.

elementi di omogeneità. Quando i numeri diventano sufficientemente grandi, allora, si può usare un approccio “gaussiano” (o “normale”), ovvero supporre un comportamento della maggioranza e puntare a soddisfare questo.

Ancora un’altra logica è quella di creare delle classi di potenziali tipologie di turisti. Ad esempio, nel modello già illustrato di Campbell, i viaggiatori vengono articolati in tre classi di individui: i ricreativi (coloro che considerano l’elemento più importante del viaggio l’attività ricreativa, e quindi si muovono in modo radiale a partire dal luogo di destinazione), i vacanzieri (coloro che considerano il percorso l’attività principale dell’atto di viaggio seguendo essenzialmente strade principali e scorrevoli – autostrade -, compreso eventualmente alcune soste durante il viaggio d’andata e ritorno) ed i vacanzieri-ricreativi (gruppo intermedio, ovvero coloro che a partire da una base fanno spostamenti secondari: sono coloro che associano elementi ricreativi in modo più forte alle soste durante l’itinerario) (Pearce D, 1989). Oppure si può fare riferimento al turista culturale d’élite e il turista culturale di massa sulla base di un’articolazione del prodotto turistico, accantonando una volta per tutte l’accezione negativa che il termine “massa” ha assunto negli ultimi anni.

RIQUADRO 9: la zonizzazione

Un metodo a supporto al pianificatore di itinerari, che ben si adatta ad applicazioni supportate da sistemi G.I.S., è quello di suddividere il territorio in aree – operazione di *zoning* – secondo criteri che presentando caratteri di omogeneità. Ad esempio, nell’ambito della progettazione di itinerari ecoturisticici è possibile identificare le aree che rispondono alle diverse sensibilità del turista/escursionista verso un ecosistema integro¹⁷. I modelli turistici di distanza rientrano anche questi in una logica di *zoning*; mettendo in risalto gli elementi di volume dei flussi turistici, vengono create delle zone concentriche attorno al punto di partenza (origine). Da cui si stima che i volumi della circolazione diminuiscono in funzione della distanza, in quanto espressione di aumento di costo, di spesa energetica e di tempo libero disponibile.

Una zonizzazione basata sui modelli di distanza può essere fatta suddividendo il territorio in tre classi, la prima, legata ad una distanza piccola dall’origine definita come “zona escursioni”, la seconda con distanza maggiore “zona week-end” ed, infine, per maggiori distanze, la “zona vacanze”. Questa suddivisione è particolarmente utile nell’analisi del bacino d’utenza di determinati itinerari, per stimare la domanda ed i potenziali flussi turistici, nonché identificare politiche di marketing territoriale (Grandi S., 2004b).

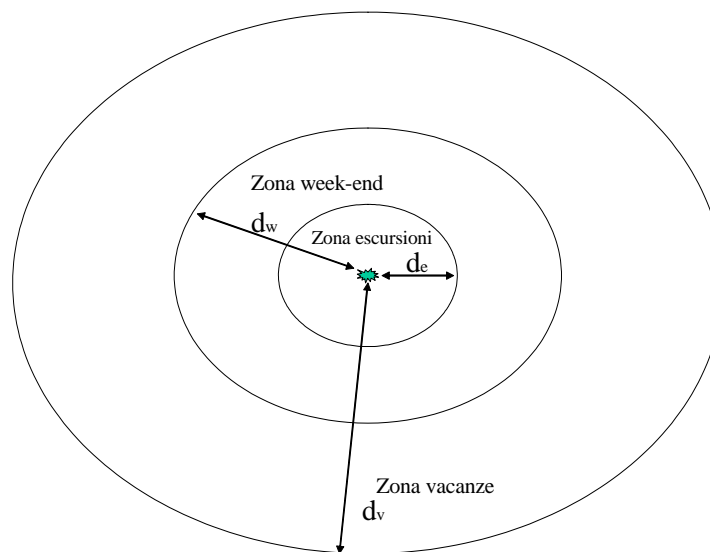


Figura 6: Rappresentazione del modello di distanza (Pearce D., 1989)

¹⁷ Il territorio viene quindi suddiviso in aree remote, quelle a più alto valore naturalistico e con una natura più incontaminata, aree antropizzate ed aree a caratteri intermedi (Kliskey, 1998; Dall’Ara *et al*, 2001). All’interno delle zone identificate attraverso una mappatura di caratteri che rispondono alla sfera cognitiva, sarà poi più facile creare itinerari che soddisfino i criteri di ottimizzazione più matematica e riconducibili a metodi illustrati precedentemente, quali i percorsi brevi o con limitata pendenza, oppure che permettano di fare tappa a luoghi di ristorazione o souvenir, piuttosto che in aree di avvistamento di uccelli rari, etc.

LE TECNICHE E L'EFFICIENZA LOGISTICA

Nell'ambito della pianificazione territoriale, e in particolare delle decisioni che riguardano l'uso sostenibile delle risorse ambientali, sono stati elaborati diverse tecniche che non mancano di essere potenzialmente utili per la pianificazione dello spazio turistico (Pistocchi A., 2003).

Fra i molti strumenti disponibili, si ritiene in particolare che i seguenti siano particolarmente utili nelle problematiche di interesse:

- le tecniche di analisi multicriterio per identificare le priorità e le localizzazioni ottimali di oggetti nello spazio sulla base di un set di criteri specificati;
- le tecniche di calcolo delle distanze pesate (*cost distance*);
- le tecniche di mappatura delle caratteristiche percepite del paesaggio e delle relative potenzialità di fruizione;
- le analisi di intervisibilità.

Le tecniche di analisi multicriterio sono in generale utilizzate per effettuare un confronto fra alternative. Un caso particolare di confronto fra alternative è quello per cui ad ogni punto del territorio si assegna un valore in base ad una scala prestabilita. In tal modo si può effettuare una graduatoria dei diversi punti e si possono individuare i punti più favorevoli rispetto alla scala definita. Esse sono impiegate per individuare i siti ottimali in base ad un "valore" che viene a ciascuno di essi attribuito sulla base di una serie di criteri che vengono sintetizzati in un giudizio unificato. Il modo più semplice per effettuare tale sintesi è dato dalla media pesata di punteggi ognuno dei quali corrisponde al giudizio in base ad un certo criterio, anche se possono essere utilizzati molti altri algoritmi.

Le tecniche di *cost distance* consentono di calcolare la distanza pesata da un punto di ogni parte del territorio di interesse, tenendo conto delle diverse resistenze al moto (interpretabili come costi di trasporto) che si incontrano nelle varie parti del territorio stesso. Esse sono impiegate per individuare i bacini di utenza di un sito, i percorsi ottimali per connettere due località etc.

Le tecniche di mappatura delle caratteristiche percepite del paesaggio (che derivano da un insieme complesso di fattori) attengono generalmente al campo dell'analisi architettonica del paesaggio, e consentono di identificare ambiti nei quali le proprietà estetiche (morfologiche, strutturali, culturali...) del paesaggio possono essere ritenute omogenee. Il principale vantaggio che si ha dall'identificare aree di questo tipo è la possibilità di costituire un rationale per individuare le opportunità di fruizione delle medesime, in coerenza con le proprietà percepite, e configurare di conseguenza un supporto alla progettazione.

Le analisi di intervisibilità sono concettualmente molto semplici e permettono di identificare, dato un obiettivo, la porzione di territorio dalla quale l'obiettivo è visibile. La principale applicazione di queste analisi è da individuare nella scelta dei punti panoramici lungo percorsi turistici.

Per quanto riguarda l'efficienza logistica delle localizzazioni, essa può essere valutata sulla base di quattro fattori fondamentali, e cioè:

- l'accessibilità delle località di turismo passivo rispetto ai mercati turistici attivi esterni all'area di studio (cioè rispetto a quei mercati per i quali il trasporto avviene certamente attraverso il reticolo autostradale o attraverso un passaggio gomma/ferro);
- l'efficienza con cui le località di turismo passivo sono collegate con altre località di turismo passivo all'interno dell'area di studio, oppure con i centri abitati;
- il numero di località diverse cui è possibile accedere in ugual tempo da ciascun sito, ovvero la potenzialità di sinergie spaziali con altre aree;
- il grado di agglomerazione delle aree turistiche passive, ovvero la potenzialità di economie di agglomerazione.

Per ciascuno dei quattro fattori assunti, si possono definire indicatori geografici capaci di caratterizzare il territorio rispetto al fattore corrispondente e precisamente:

- indicatori di accessibilità rispetto ai mercati esterni;
- indicatori di efficienza di collegamento con altri siti turistici;
- indicatori di potenzialità di sinergie spaziali;
- indicatori di agglomerazione.

Gli indicatori sopra elencati sono stati sviluppati per supportare la valutazione di ipotesi progettuali, e possono essere impiegati in varie analisi multicriteriali. Giova sottolineare che gli indicatori possono mostrare disponibilità ampia in funzione di ciascuna situazione di progetto per esplorare gli effetti dello scenario sulle proprietà di sistema, nei limiti dell'interpretazione teorica del funzionamento del territorio che ne sottende la definizione (la Tabella 2 propone un possibile quadro degli indicatori proposti).

Tabella 2: Sintesi del quadro degli indicatori

Indicatore	Significato	Esempi di utilizzo ai fini di valutare uno scenario
Tempo di accesso al casello autostradale più vicino	Accessibilità rispetto a mercati turistici “esterni”	Tempo di accesso all’autostrada con la realizzazione di un nuovo casello
Tempo di accesso al nodo di scambio ferro-gomma più vicino	Accessibilità rispetto a mercati “esterni” (soprattutto per concentrazione e successivo spostamento persone)	Tempo di accesso al trasporto ferroviario con la realizzazione di un nuovo nodo di scambio ferro-gomma
Grado di interazione con le altre località turistiche	Efficienza nei collegamenti “interni”	Possibilità di scambi interni fra località turistiche con la realizzazione di una nuova infrastruttura
Grado di interazione con i centri abitati	Efficienza nei collegamenti “interni”	Variazione della possibilità di scambi interni con il mercato con la realizzazione di una nuova infrastruttura
Agglomerazione	Effetti “di distretto”	Individuazione dei maggiori bacini di utenza per un servizio centralizzato (es. <i>groupage</i>)
Numero di aree turistiche raggiungibili in pari tempo	Potenzialità di sinergie spaziali	Localizzazione ottimale dei servizi che non dipendono tanto dalla dimensione, quanto dal numero di aziende (es. servizi di ospitalità, sicurezza e qualità)

La Tabella 3 mostra uno schema esemplificativo di decisioni che possono essere supportate con l’uso di due o più criteri fra quelli rappresentati dagli indicatori.

Tabella 3: Schema delle decisioni da assumere

	Accessibilità rispetto ai mercati turistici esterni	Efficienza di collegamento con altre località tur.	Potenzialità per sinergie spaziali	Agglomerazione
Accessibilità rispetto ai mercati turistici esterni	-	-	-	-
Efficienza di collegamento con altre località tur.	Siti favorevoli per lo scambio ingrosso-dettaglio e le forniture interazienda	-	-	-
Potenzialità per sinergie spaziali	Siti favorevoli per il <i>groupage</i>	Siti favorevoli per la localizzazione di servizi condivisi fra più aree turistiche	-	-
Agglomerazione	Siti “attrattori” di flussi di turisti dall’/all’esterno	Siti a caratteristiche urbanistico-territoriali di comparto economico “compatto”		-

A questo punto giova sottolineare l’importanza di selezionare i punti panoramici grazie all’analisi di *viewshed*, cioè la definizione dell’area visibile da ciascun punto considerato idoneo alla predisposizione di un “punto panoramico” . Essa si effettua sia attraverso il lavoro sul terreno con campagne fotografiche e di rilievo che con tecniche digitale a conferma che sempre si debba attribuire la massima attenzione sia alla congruenza logica che a quella geometrica.

LA LISTA DI CONTROLLO (CHECK-LIST)

In conclusione, sembra appropriato riepilogare i diversi elementi x_i che vincolano la soluzione del problema di decisione e/o ottimizzazione dell’itinerario $I = f(x_1, x_2, \dots, x_n)$, rifacendosi ad una sua definizione pseudo-matematica. Lo schema si pone come uno strumento operativo, riconducibile alla tipologia delle “liste di controllo” o *check-list*, un metodo semplice ed intuitivo che può innanzi tutto

diventare uno strumento per la progettazione in sé, perché permette di ricordare tutti gli elementi da tenere in potenziale considerazione e supportare nell'analisi e nelle scelte.

Qui di seguito ne proponiamo un possibile modello (Tabella 4); tuttavia per la natura stessa della *check-list* essa potrà essere integrata e personalizzata, adattandola alle esigenze specifiche ed, infine, arricchita delle esperienze che ciascun progettista/operatore accumula durante la sua esperienza professionale. In questo modello le x_i sono classificate, in base della loro natura, in quattro categorie principali, vale a dire quelle che ricadono maggiormente nelle dinamiche di materia organizzativa-gestionale, quelle economico-finanziarie, quelle socio-culturali e quelle di natura più geografico politico ed ambientale.

Tabella 4: Elementi per la determinazione di un percorso

• elementi organizzativi e gestionali	<ul style="list-style-type: none"> - numero di persone coinvolte - mezzi di trasporto utilizzati - numero di giorni disponibili - orari dei mezzi di trasporto - partnership privilegiate del tour operator - etc.
• elementi economici e finanziari	<ul style="list-style-type: none"> - costo del trasporto - margine operativo dell'attività turistica - reddito dei partecipanti - situazione dei cambi valutari - costi entrate in musei, siti, guide turistiche, etc. - costi hotel e ristorazione - costi assicurativi - eventuali benefit ed offerte degli operatori del trasporto, ristorazione, etc. - etc.
• elementi socio-culturali dei partecipanti	<ul style="list-style-type: none"> - obiettivi personali ed aspettative riposte nella vacanza/escursione - età - stato di salute - abitudini alimentari - stato familiare (single, coniugato, con figli, ecc) - personalità - tipo di vita condotta - livello sociale/culturale - gusti culturali - percezione del paesaggio - sistema sanitario del territorio visitato - disponibilità a pagare - etc.

<ul style="list-style-type: none"> • Elementi geopolitici e ambientali 	<ul style="list-style-type: none"> - stagione dell'anno - clima - stabilità politica del luogo - distribuzione delle risorse ambientali - distribuzione delle risorse storiche-culturali - distribuzione delle risorse ricreative - etc.
---	---

LE COMPETENZE PER LA TUTELA E LA GESTIONE DEI SISTI ARCHEOLOGICI DI ORIGINE ROMANA NEL
“SISTEMA ITALIA”

Sulla base di quanto riportato in precedenza, lo sviluppo dell'itinerario ROMIT richiede la definizione di un contesto istituzionale che tenga conto delle diverse esigenze delle località e delle peculiarità delle legislazioni nazionali. In assenza di un insieme condiviso di regole e di comportamenti, può risultare problematica la creazione di un simile prodotto. Nell'ottica del rapporto, questo problema, che ha una portata più generale rispetto a ROMIT, è affrontato a partire dal sistema legislativo di tutela dei siti archeologici vigente in Italia e dai connessi problemi di valorizzazione, regolato dalla correnti disposizioni in materia di turismo e trasporti.

Le recenti riforme dell'ordinamento giuridico nazionale hanno molto opportunamente rinnovato il quadro di riferimento normativo relativo ai beni culturali.

La prima, più evidente, modifica, riguarda la distribuzione delle funzioni pubbliche tra i vari soggetti dell'ordinamento, come risultante dalla revisione del Titolo V della Costituzione approvata con l. cost. n. 3 del 2001.

A questo proposito deve essere in ogni caso rilevato che il testo Costituzionale prevedeva già il necessario concorso di ogni livello d'intervento per la realizzazione per la 'promozione (del)lo sviluppo della cultura' e la tutela del paesaggio e del 'patrimonio storico e artistico della Nazione'. Questi obiettivi, sanciti dall'art. 9 Cost. tra i principi fondamentali, si rivolgono infatti alla 'Repubblica', espressione utilizzata dal Costituente appunto per comprendere tutti i soggetti dell'ordinamento, insieme resi corresponsabili nella cura dell'interesse comune, ciascuno nella propria sfera d'azione.

Da questo punto di vista, quindi, la modifica della Costituzione più significativa riguarda, nello specifico, la differenziazione tra attività (di norma esclusivamente statali) rivolte alla tutela ed attività (concorrentemente statale e regionali) rivolte alla valorizzazione dei 'beni culturali' e alla promozione e organizzazione di 'attività culturali'.

Questa differenziazione, non sempre agevole da tradurre in sede attuativa, rivela la sua importanza ai fini dell'impostazione del progetto qui allo studio: l'assetto giuridico delle competenze può infatti

variare significativamente a seconda che si intenda concentrare l'intervento sui siti, ovvero sui singoli beni culturali che si intendono tutelare e valorizzare, ovvero sul percorso riferibile alle strade romane, da intendere come attività culturale da promuovere e organizzare.

Il dato più interessante ricavabile dal nuovo assetto costituzionale riguarda il riferimento alla pluralità delle azioni esercitabili a favore del settore qui esaminato, che ne riflette almeno parzialmente la complessità. Sempre in occasione del nuovo decentramento avviato con le riforme di fine anni '90 sono state anche indicate, dal legislatore delegato (d. lgs. n. 112 del 1998, artt. 148 e ss.) le ulteriori azioni rivolte alla gestione dei beni culturali. Ulteriori distinzioni, inoltre, sono contenute nel testo della principale fonte legislativa di settore, il codice dei beni culturali approvato con d.lgs. n. 40 del 2004, atto sul quale si tornerà in seguito.

La necessità del concorso di tutti i livelli di governo per la realizzazione della tutela dei beni culturali trova un'importante indicazione già nel testo Costituzionale, a proposito dell'esercizio della funzione amministrativa. Il nuovo testo dell'art. 118 cost., comma 2, infatti, pone un vincolo al legislatore statale, nell'esercizio della sua potestà legislativa esclusiva, prevedendo che la disciplina statale comprenda 'forme di intesa e coordinamento nella materia della tutela dei beni culturali'.

Il modello costituzionale per l'amministrazione dei beni culturali è quindi quello della collaborazione tra tutti i livelli di governo interessati, ciascuno per la parte corrispondente alla propria struttura organizzativa e alla propria sfera territoriale.

Altro aspetto, di grande rilievo, dettato dal nuovo testo costituzionale, riguarda l'affermazione del principio della c.d. 'sussidiarietà orizzontale', inserendo quindi a pieno titolo i privati – più precisamente 'i cittadini singoli o associati' – che svolgono attività d'interesse generale tra i soggetti di riferimento per il raggiungimento di fini pubblici.

Accanto alle attività dirette alla tutela del bene, come si è detto costituzionalmente imprescindibili, la più recente disciplina specifica del settore è impostata nel senso di garantire al massimo livello la sua fruibilità, nella quale si concentra perciò la soddisfazione dell'interesse pubblico.

Proprio il capo del codice dei beni culturali e del paesaggio dedicato alla fruizione dei beni consente di delimitare, in senso giuridico, l'oggetto del progetto qui affrontato.

L'art. 101, infatti, definisce tra 'gli istituti e i luoghi della cultura "d) «area archeologica», un sito caratterizzato dalla presenza di resti di natura fossile o di manufatti o strutture preistorici o di età antica; e) «parco archeologico», un ambito territoriale caratterizzato da importanti evidenze archeologiche e dalla compresenza di valori storici, paesaggistici o ambientali, attrezzato come museo all'aperto". Il primo effetto derivante dall'inclusione in queste categorie è indicata dallo stesso

articolo, in base al quale “ (3) gli istituti ed i luoghi di cui al comma 1 che appartengono a soggetti pubblici sono destinati alla pubblica fruizione ed espletano un servizio pubblico. 4. Le strutture espositive e di consultazione nonché i luoghi di cui al comma 1 che appartengono a soggetti privati e sono aperti al pubblico espletano un servizio privato di utilità sociale”

Nello stesso contesto è data attuazione, a livello legislativo, al principio di intesa e coordinamento sancito dall’art. 118 Cost. già richiamato. Si stabilisce infatti all’art. 102 che, relativamente agli ambiti pubblici, “(4) al fine di coordinare, armonizzare ed integrare la fruizione relativamente agli istituti ed ai luoghi della cultura di appartenenza pubblica lo Stato, e per esso il Ministero, le Regioni e gli altri enti pubblici territoriali definiscono accordi nell’ambito e con le procedure dell’articolo 112. In assenza di accordo, ciascun soggetto pubblico è tenuto a garantire la fruizione dei beni di cui ha comunque la disponibilità. (5). Mediante gli accordi di cui al comma 4 il Ministero può altresì trasferire alle Regioni e agli altri enti pubblici territoriali, in base ai principi di sussidiarietà, differenziazione ed adeguatezza, la disponibilità di istituti e luoghi della cultura, al fine di assicurare un’adeguata fruizione e valorizzazione dei beni ivi presenti”.

La fruizione del bene, per inciso, in analogia con il parallelo settore della tutela ambientale, dovrà essere comunque sostenibile per la natura dei beni stessi, secondo valutazioni da esprimere nel caso concreto. Tale compito non può che spettare all’Amministrazione pubblica, che, qualora proceda direttamente alla realizzazione di iniziative attinenti al bene soggetto alla sua cura, deve perciò sempre procedere alla valutazione dell’impatto prodotto oltre che monitorarne la perdurante salvaguardia.

La concretizzazione del progetto, qui analizzato con primo riferimento alla sua dimensione culturale, potrà richiedere nel futuro anche interventi strutturali, quali nuove opere o modifiche sostanziali di quelle esistenti, a garanzia della effettiva salvaguardia dei beni che si intendono valorizzare e per la migliore fruibilità degli stessi – si pensa in particolare proprio alla viabilità riferita ai percorsi ipotizzati, secondo il giudizio delle competenti Autorità locali e di settore. In questa prospettiva, ed in aggiunta alle specifiche misure cautelari preventive regolate dall’art. 28 del codice, sarà necessario l’espletamento di una procedura di valutazione d’impatto ambientale - V.I.A., con specifica considerazione dei beni interessati e della loro dimensione culturale. In prospettiva può quindi essere strategicamente utile prefigurare i possibili sviluppi applicativi del progetto anche per gli aspetti strutturali ad esso riferibili, limitatamente all’impatto sui beni culturali di cui si acquisisce piena conoscenza, per facilitare l’eventuale studio d’impatto futuro richiesto e anche per prendere in tal modo parte attiva, sia pure con posizione esterna, anche della trasformazione urbanistica eventualmente disposta in sede di governo del territorio.

Questo adempimento si aggiunge a quanto già specificamente previsto dall'art. 152 del codice dei beni culturali e del paesaggio, in cui si dispone infatti che "1. nel caso di aperture di strade... nell'ambito e in vista delle aree di particolare interesse (nella specie indicate alle lettere c) dell'articolo 136, come si ricorderà infra), "la Regione ha facoltà di prescrivere le distanze, le misure e le varianti ai progetti in corso d'esecuzione, le quali, tenendo in debito conto l'utilità economica delle opere già realizzate, valgano ad evitare pregiudizio ai beni protetti da questo Titolo. La medesima facoltà spetta al Ministero, che la esercita previa consultazione della Regione. 2. Per le zone di interesse archeologico elencate all'articolo 136, lettera c), o all'articolo 142, comma 1, lettera m), la Regione consulta preventivamente le competenti soprintendenze". Alcune specifiche prescrizioni sono inoltre disposte direttamente dalla legge, come ad es. all'art. 153, dove si pone il divieto di collocare "cartelli e altri mezzi pubblicitari se non previa autorizzazione dell'amministrazione competente individuata dalla regione".

LA GESTIONE DEI BENI CULTURALI E DEL PAESAGGIO E MATERIE CONNESSE NEL PROGETTO ROMIT. TURISMO E VIABILITÀ

Il progetto ROMIT si propone di individuare nuovi metodi di tutela e di gestione relativa ad un insieme di determinati siti archeologici, basata sul collegamento storico e, fattore di grande novità, sul ripristino dell'uso originario (inteso nel senso di strade da percorrere) dei beni stessi.

Al fine di realizzare questa particolare fruizione dei beni, le cui implicazioni sul piano culturale per la valorizzazione dei beni e per la conservazione della memoria storica sono di tutta evidenza, è necessario ragionare in termini di sistema per conseguire quel risultato unitario.

A questo proposito non deve sembrare contraddittorio, bensì al contrario è necessario per l'impostazione del programma di lavoro che, come primo approccio, ciascuno degli Stati membri del progetto provveda autonomamente alla ricostruzione del proprio quadro normativo di riferimento, dal quale prima di tutto sia agevole individuare gli interlocutori che devono concorrere all'obiettivo comune. Stabilita infatti la distribuzione delle competenze e il ruolo dei soggetti pubblici e privati, nel rispetto dell'autonomia organizzativa di ciascuno Stato partecipante - o comunque coinvolto dal progetto -, la definizione delle azioni coordinate richieste dal progetto elaborato potrà essere garantita da uno o più appositi strumenti convenzionali, da formulare con riferimento alla specifica attività, o suo segmento, caso per caso, tenuto specificatamente conto della necessaria copertura finanziaria e della ripartizione degli oneri tra i contraenti.

Per quanto concerne l'ordinamento italiano, si deve ricordare che la legislazione vigente prevede già un recente modello di istituzione finalizzato appunto alla considerazione di luoghi ed attività su essi incidenti dedicati al turismo.

Si fa riferimento ai 'sistemi turistici locali' regolati dalla l. n. 135 del 2001, c.d. legge quadro sul turismo', disciplina la cui vincolatività è peraltro posta in discussione dalle Regioni alla luce della già ricordata revisione costituzionale che ha ricondotto la materia 'turismo' alla competenza legislativa esclusiva dei Consigli regionali.

Con la precisazione preliminare che la presenza di siti archeologici coerenti e rapportabili ad una matrice comune non è di per sé sufficiente a ricondurre l'ipotesi qui in esame all'ambito di applicazione di quel modello, o altro di individuazione regionale analogo nell'impostazione, la configurazione di questo istituto operante in generale nel settore del turismo è comunque significativa.

La legge statale demanda doverosamente la concreta definizione dei sistemi turistici locali alle Regioni, compresa la determinazione dei confini, rinviando inoltre per l'istituzione dei singoli istituti a strumenti convenzionali idonei a coinvolgere attivamente tutti i soggetti, pubblici e privati, interessati allo sviluppo delle attività turistiche.

Questa soluzione di carattere istituzionale, come si è avvertito, è legata alla piena operatività del nuovo assetto di competenze in materia di turismo tracciato dalla Costituzione vigente. Per quanto riguarda la Regione Emilia Romagna, in particolare, l'istituto del sistema turistico locale non sembra essere prossimo ad un'adozione in quanto attualmente non si riscontra un disegno volto al superamento del diverso modello applicato nel territorio regionale, quello delle Unioni di prodotto individuate nella legge regionale.

Al momento, in vista di una tempestiva operatività, si deve quindi concentrare l'attenzione sull'approfondimento della principale disciplina di settore applicabile al progetto, quella dedicata ai beni culturali, oggi contenuta nel 'codice per i beni culturali e il paesaggio' del 2004, sopra ricordato.

In quel testo non sono previste disposizioni idonee a coprire integralmente la materia qui trattata, anche se non mancano utili riferimenti adatti all'immediata applicazione anche nella fattispecie.

Si pensa in particolare all' art. 136, che alla lett. c) elenca 'i complessi di cose immobili che compongono un caratteristico aspetto avente valore estetico e tradizionale', riferimento che richiama l'attenzione in quanto si riferisce non a beni singoli, bensì a 'complessi', cioè a sistemi di beni la cui rilevanza assume una particolare connotazione basata proprio sulla considerazione unitaria delle singole 'cose' in cui restano materialmente distinguibili. Anche il richiamo espresso alla valenza tradizionale, immateriale, è di particolare interesse ai fini qui considerati.

Si deve inoltre notare che questa norma riguarda la delimitazione del ‘paesaggio’, in continuità con la disciplina precedentemente in vigore, ed in particolare con quella dettata dalla legge del 1939 riferita alle bellezze naturali, parallela rispetto a quella contemporanea sui beni culturali, dedicando quindi attenzione all’integrazione delle ‘cose’ con i luoghi che le ospitano. Più circoscritta, sia pure valida per tutelare il singolo bene integrato nel percorso allo studio,

Questa definizione, o meglio la riconducibilità dell’oggetto di tutela alla norma appena citata, estende la dimensione dell’interesse pubblico oltre a quello, più ristretto, riferibile alle aree individuate ex lege, cioè senza necessità della puntuale valutazione dell’Amministrazione competente, ai sensi dell’art. 142, lett. m), cioè a dire ‘le zone di interesse archeologico individuate alla data di entrata in vigore del (presente) codice’.

L’OGGETTO DA PROMUOVERE

La dimensione culturale del progetto ROMIT dà un’impostazione ben definita alle attività in esso comprese, valida a condizionare anche il connesso sviluppo turistico. Sono perciò da suggerire alcuni specifici aspetti giuridici da sviluppare con azioni di volta in volta da impostare in relazione al singolo caso.

Per la fase relativa alla costruzione dei cataloghi, o comunque alla diffusione dell’iniziativa presso il pubblico, è di grande interesse prevedere un riferimento non limitato alle origini storiche e all’uso dei percorsi e delle strade romane completare il quadro dell’*heritage* con un preciso riferimento alle norme giuridiche, scritte o consuetudinarie, che hanno nei secoli regolato l’uso delle strade stesse. Questa ricostruzione, oltre all’interesse storico che di per sé riveste per indicare l’origine della disciplina vigente, e la sua evoluzione nel tempo, rappresenta inoltre un ulteriore elemento unificante per enfatizzare quella parte di tradizione comune che si intende ricordare.

Occorre poi ricordare che il codice dei beni culturali e paesaggistici, pur perseguendo gli obiettivi di completezza ed organicità che caratterizzano questo tipo di atto, non esclude già all’atto della sua entrata in vigore l’esistenza di leggi speciali: il t.u. del 2004, infatti, all’art. 129 fa espressamente salve “le leggi aventi ad oggetto singole città o parti di esse, complessi architettonici, monumenti nazionali, siti od aree di interesse storico, artistico od archeologico”.

Può sembrare inopportuno ipotizzare l’adozione di un nuovo provvedimento legislativo aggiuntivo rispetto ad un quadro già ricco di vincoli e riferimenti quale quello vigente, tuttavia tale evenienza si potrebbe rivelare utile per ottenere ad esempio l’estensione di altre disposizioni che risultino adattabili

alla materia qui esaminata, dalle quali il progetto ROMIT potrebbe ottenere utili forme d'incentivazione. Si pensa ad esempio alle norme relative ai sistemi turistici locali, ovvero, per altri profili di analogia con il contesto trattato, all'interessante scenario legislativo dettato per regolamentare le 'strade dei vini', anch'esso idonea a considerare in un contesto organico luoghi, beni su questi incidenti, ed attività ad essi connessi, in una logica di distretto conforme agli obiettivi di gestione integrata degli interventi e degli usi qui ipotizzati.

La l. n. 268 del 1999, infatti, ha introdotto i principi fondamentali di riferimento per l'esercizio dell'attività legislativa regionale, allora di tipo concorrente o ripartito, in tema di strade dei vini, anticipata dalla Regione Toscana con l.r. n. 69 del 1996, cui hanno fatto seguito alcune leggi regionali, come ad es. per la Regione Emilia Romagna la l.r. n. 23 del 2000, per la Regione Piemonte la l. r. n. 37 del 1999. Nella legge nazionale, all'art. 1, comma 2, le strade dei vini sono definite come "percorsi segnalati e pubblicizzati con appositi cartelli, lungo i quali insistono valori naturali, culturali e ambientali....; esse costituiscono strumento attraverso il quale i territori vinicoli e le relative produzioni possono essere divulgati, commercializzati e fruiti in forma di offerta turistica". Un dato significativo è rappresentato dal fatto che questi provvedimenti legislativi di settore sono sempre fortemente intrecciati, com'è opportuno, con la dimensione culturale e di continuazione delle tradizioni locali, anche attraverso la previsione dell'istituzione di appositi musei situati lungo il percorso indicato.

La fruibilità turistica dei siti archeologici di origine romana come organizzata dal progetto ROMIT richiede attenzione immediata, cioè sin dalla sua prima elaborazione, delle tematiche interferenti, in particolar modo riconducibili anche al settore dello sviluppo economico, quali, ad esempio, quella relativa all'esercizio di attività commerciali. È infatti da tenere presente che, ai sensi dell'art. 52 del codice, "con le deliberazioni previste dalla normativa in materia di riforma della disciplina relativa al settore del commercio, i Comuni, sentito il soprintendente, individuano le aree pubbliche aventi valore archeologico, storico, artistico e ambientale nelle quali vietare o sottoporre a condizioni particolari l'esercizio del commercio". L'approccio interdisciplinare è, in questo caso esemplare, reso necessario per espressa indicazione del legislatore.

Per questo, infatti, oltre all'attesa di forme di sostegno a favore dei promotori dell'iniziativa, appare di particolare interesse ipotizzare una sorta di disciplinare comune tra i vari soggetti interessati, in cui determinare tra l'altro la fissazione di standard di qualità uniformi per i prodotti e i servizi offerti dal turista, a partire dalle informazioni rese disponibili attraverso la prevista modulistica, da diffondere, nonché, lungo il percorso, l'adozione di una segnaletica armonizzata per l'indicazione dei percorsi

proposti, aspetto che, come si è visto, nel caso di specie incontra particolari vincoli da rimuovere attraverso prescritte autorizzazioni (art. 153 codice, cit.).

Come avvertito in apertura, il progetto ROMIT può variare notevolmente la propria impostazione giuridica a seconda che si intenda promuovere il percorso che ripropone l'itinerario romano ovvero i singoli reperti che ne testimoniano l'esistenza.

La prima ipotesi presuppone un imprescindibile azione contestuale da parte di tutti gli enti locali interessati - sono ad esempio da ricordare le competenze provinciali in tema di viabilità -, che dovranno prefigurare un apposito organismo di coordinamento cui demandare la definizione del percorso, e fungere da referente unitario per le istituzioni non territoriali e i soggetti privati coinvolti nella predisposizione dei servizi richiesti.

Nel secondo caso - che, peraltro, può anticipare la precedente soluzione in chiave sperimentale, di cui resta possibile la stabilizzazione - i centri di riferimento sono rappresentati dai singoli gestori dei siti interessati, qualificabili come si è sopra ricordato come 'musei all'aperto' in questa ipotesi sarà possibile valutare l'opportunità di creare gestioni separate rispetto al restante patrimonio archeologico avente diversa destinazione, allo scopo di rendere più agevole la realizzazione del progetto e la sua valutazione in opera.

Un' interessante prospettiva riguarda la possibilità di includere tra i servizi di accoglienza, indicati tra i servizi aggiuntivi apprestabili dai musei anche in forma di *outsourcing*, le attività e i servizi riconducibili al viaggio e alla permanenza necessari per la fruizione turistica dei siti.

L'OCCASIONE DELLA TABULA PEUTINGERIANA: QUALE PROPOSTA DI ITINERARIO?

L'idea di un itinerario, o meglio di una rete di itinerari, che raccolga le suggestioni della Tabula Peutingeriana è di grande fascino per molti motivi.

In primo luogo il progetto si pone l'obiettivo di contribuire al disegno politico dell'UE che proprio nel 2004 si è andata allargando verso Est, in un processo di ricomposizione economica e politica senza precedenti: cancellare i confini e ricostruire il territorio della società occidentale. E in questo scenario le relazioni e le comunicazioni sono fondamentale, come ci ricorda la stessa TP, realizzata proprio in quel periodo storico (III/IV secolo d.C.) in cui l'impero romano dominava sul continente europeo e sull'Africa mediterranea con un sistema di comunicazioni stradali senza precedenti, tanto che ancora oggi queste strade storiche ne costituiscono l'ossatura principale.

Realizzata per scopi pratici, la *Tabula* descrive l'intero mondo conosciuto dagli antichi, l'*orbis terrarum*, cioè i tre continenti, Europa, Asia e Africa, circondati dall'Oceano, che fa da cornice alla

carta. Così la descrizione del mondo antico comincia dalla Britannia, dalla Spagna e dalla parte occidentale dell’Africa (sino al limite del fiume Nilo) in quel primo segmento andato perduto (dei dodici che compongono la carta) per continuare verso oriente sino all’India e forse alla Birmania.

Essa era nata per fornire una grande quantità di informazioni utili a chi viaggiava: circa 100.000 km di strade tracciate, 3.000 indicazioni di luoghi, disegni relativi alla morfologia del territorio e alla popolazione, oltre a numerose raffigurazioni allegoriche. La ricchezza e la precisione con cui vengono disegnati gli elementi fisici¹⁸ e quelli antropici¹⁹ è di gran lunga superata dalla rappresentazione della rete viaria; e questo la dice lunga sulla importanza che tale sistema di infrastrutture avesse nella cultura romana tanto da costituirne un’eredità tra le più importanti soprattutto per il valore culturale acquisito nei secoli spesso in modo inconsapevole e che il progetto ROMIT vuole recuperare e rimettere in vita grazie ad un processo di ricomposizione che parte da cinque città, Rimini, Vienna, Norimberga, Sofia e Patraso.

I percorsi stradali sono tracciati in rosso con una serie di segmenti praticamente rettilinei e di diversa lunghezza, ognuno dei quali rappresenta una frazione dell’intero percorso. Questi segmenti sono uniti tra di loro tramite angoli o gomiti che servono a indicare i centri o i luoghi di tappa e di sosta (*mansiones o mutationes*) toccati dalla strada (Bosio L., 1983). I nomi delle località che accompagnano lo sviluppo delle rete viaria sono costituiti da città e centri conosciuti, di rilevante importanza storica, ma anche toponimi dalle derivazioni più disparate e diverse che potrebbero permettere un “riconoscimento territoriale” sorprendente: oronomi, idronimi, fitonimi o nomi che si rifanno a particolari edifici o ad opere caratteristiche (*ad Horrea, Ad pretorium, Castra, Tabernis*), come pure dalla vicina presenza di attività industriali; quelle originali e fantasiosi poi ci riportano sicuramente alle scritte che dovevano apparire sulle insegne delle locande e delle osterie dove il viaggiatore poteva trovare vitto ed alloggio lungo il suo cammino. Le distanze sono espresse in miglia, con numeri romani. I diversi percorsi stradali trovano il loro centro d’incontro e di diramazione nelle città principali: oltre a Roma, Costantinopoli e Antiochia, Ravenna e le quattro città orientali di Tessalonica, Nicea, Nicomedia e Ancyra.

Allora, quale sarà il cammino che potrà nascere dal progetto ROMIT?

Come primo momento di riflessione si possono individuare alcune priorità da concertare, per poi dedicarsi allo studio logistico, e cioè:

- l’obiettivo politico che in questa prima fase si orienta verso est;

¹⁸ Si tratta a grandi linee della rappresentazione di mari, linee costiere e isole, monti, fiumi, laghi, selve.

- il riconoscimento di Rimini come nodo leader²⁰ perché porta di arrivo della via Flaminia e porta di partenza della via Popilia e della via Emilia;
- la scelta del modello di itinerario circolare sulla base di 5 nodi o gomiti capitali (le cinque città, Rimini, Vienna, Norimberga, Sofia e Patrasso);
- la scelta di scale geografiche diverse (*re-scaling*), con l'utilizzo dello *zoom in* con articolazioni in archi regionali o interregionali, archi locali;
- l'individuazioni di nodi regionali e nodi locali per una rete di itinerari;
- l'individuazione degli ispessimenti localizzativi per la individuazione degli archi;
- l'individuazioni di archi regionali o interregionali diversi, come per esempio l'arco tra Rimini e Norimberga partendo dalla via Emilia e verso il passo del Brennero o/e l'arco tra Rimini e Vienna lungo la via Popilia e il passo del Tarvisio (Allegato 2).

Dalle riflessioni economiche, geografiche e giuridiche sono quindi emersi una serie di elementi di sintesi del rapporto di fattibilità (Allegato 1), commitments per quel complesso sistema di conoscenze necessario al progetto ROMIT, a partire dall'archeologia per giungere agli attori del territorio, pubblici e privati, gli animatori dell'accomodation territoriale.

Il contributo che la *Tabula* apporta alla nostra conoscenza del territorio e dei luoghi è eccezionale: essa può essere giustamente considerata come una *summa* di quello che gli antichi sapevano del loro mondo e rivela anche quanto i Romani abbiano saputo spingersi oltre i limiti dell'Impero, nella conoscenza di luoghi e di genti con usi e costumi differenti. E' arrivato il momento e l'occasione che questo contributo costituisca un patrimonio condiviso tra le regioni europee per i suoi valori culturali e di civiltà e costruire da questo comune passato un futuro comune.

Bibliografia

- ARNOLD M. (1869), *Culture and Anarchy*, Smith Elder, London (trad.it. 1975, Einaudi, Torino)
- BERQUE A., 1990, *Médiance. De milieux en paysages*, GIP Reclus, Montpellier.
- BRITTON S. G. (1980), "A conceptual mode of tourism in a peripheral economy", in PEARCE D. (a cura), *Tourism in the South Pacific: the contribution of research to development and planning*, N.Z. MAB Report n°6, National Commission for UNESCO/Department of Geogrphy, University of Canterbury, Chrtstchurch.

¹⁹ Ci si riferisce alle vignette con cui vengono rappresentate ben 555 località. Si tratta di personificazioni di città, disegni per rappresentare città murate, centri culturali e santuari, centri termali, magazzini e depositi, impianti portuali e fari, are.

²⁰ L'Italia si sviluppa per cinque segmenti (pari a 2,10 metri), con una ricchezza di informazioni geografiche ben superiore a ogni altro luogo, in modo da creare un'evidente sproporzione di rapporto rispetto ai restanti territori.

- BOSIO L. (1983), *La Tabula Peutingeriana. Una descrizione pittorica del mondo antico*, Maggioli Editore, Rimini.
- BRITTON S. G. (1982), "The political economy of tourism in the Third World", *Annals of Tourism Research*, 9 (3), 331-58.
- BRUNET R. (1989), *Les villes "européennes"*, DATAR-Reclus, La Documentation Française, Parigi.
- BRUNET R. (1991), *Vers l'Europe des reseaux*, Reclus, Montpellier.
- BRUNET R. (1998), "L'Europa delle reti", in BONAVERO P. e DANSERO E. (a cura), *L'Europa delle regioni e delle reti*, UTET, Torino, 1998.
- BURROUGH, P.A., McDONNELL, R. (1998), *Principles of G.I.S.*, II ed., Oxford University Press, London.
- CAMAGNI, R. (1993), *Principi di economia urbana e territoriale*, NIS, Firenze.
- CAMPBELL C. K. (1967), "An approach to research in recreational geography", in *B.C. Occasional Papers n°7*, Dept of Geography, University of British Columbia, Vancouver.
- CANDELA, G. FIGINI P., *Economia del turismo*, McGraw-Hill, Milano, 2003
- CANDELA, G. FIGINI P. (2004, in corso di stampa), *Economia dei sistemi turistici*, McGraw-Hill, Milano.
- CAPINERI C. (1996), "Reti e studi geografici", in CAPINERI C. e TINACCI MASSELLO M. (a cura), *Geografia delle comunicazioni. Reti e strutture territoriali*, Giappichelli, Torino.
- CHRISTALLER W. (1955), "Beiträge zu einer geographie des fremdenverkehrs", in *Erdkunde*, band IX, Ferd. Dummlers Verlag/Bonn.
- CHRISTALLER W. (1963), *Some considerations on Tourism location in Europe*, Regional Sciences Associations Papers, 12:95-105.
- CONTI S. (1996), *Geografia economica. Teorie e metodi*, UTET, Torino.
- COOPER C. P., FLETCHER J., GILBERT T., WANHILL S. (2002), *Turismo: Principi e pratica*, Zanichelli, Bologna.
- COSTA P., MANENTE M. (2000), *Economia del turismo*, Touring University Press, Milano
- COSTA P., MANENTE M., FURLAN M.C. (2001), a cura di, *Politica economica del turismo*, Touring University Press, Milano
- DALL'ARA, E., GRANDI, S., PETRACCO-GIUDICI, M., PISTOCCHI, A. (2002), "Sustainable development planning in a hilly rural area in north-central Italy", Proc. VIII Int. Conf. On Sustainable development, Manchester, april 8 2002.
- DALLARI F. (1991), *Turismo culturale e organizzazione del territorio*, in CREMONINI S. (a cura), *Romanità della pianura. L'ipotesi archeologica a S.Pietro in Casale come coscienza storica per una nuova gestione del territorio*, Comune di S.Pietro in Casale, Sovrintendenza archeologica dell'Emilia-Romagna, Bologna.
- DALLARI F. (1996), "I Beni Culturali, elemento di strategia territoriale. Un nuovo progetto geografico", in *Geotema*, n.4, pp.89-96.
- DALLARI F., (2004), Sviluppo e ricomposizione territoriale: sistemi locali e turismo, in A.Savelli (a cura), *turismo, territorio e identità. Ricerche ed esperienze nell'area mediterranea*, F. Angeli, Milano, pp.285-306.
- VIDAL DE LA BLACHE P. (1903), *Tableau de la géographie de la France*, La Table Ronde, Paris.
- DELAMARRE A., 2002, *La prospective territoriale*, La Documentation française, Paris.
- GOLA M. (2002), a cura di, "Evoluzione e prospettive della legislazione sul turismo", Maggioli, Rimini.
- GORMSEN E. (1981), "The spatio-temporal development of international tourism: attempt at the centre-periphery model", in *La consommation d'espace par le tourisme et sa preservation*, CHET, Aix en Provence, .
- GRANDI S. (2004a, corso di stampa), *Gli itinerari turistici e i G.I.S.. Teoria e prassi*, in F.DALLARI E GRANDI S. (a cura), *Economia e Geografia del Turismo. L'occasione dei Geographical Information*

- System (G.I.S.)*, Patron, Bologna.
- GRANDI S. (2004b, corso di stampa), *G.I.S. e Marketing territoriale. Il caso de Factory Outlet Centre di Castel Guelfo*, in F.DALLARI E GRANDI S. (a cura), *Economia e Geografia del Turismo. L'occasione dei Geographical Information System (G.I.S.)*, Patron, Bologna.
- GREER T. e WALL G. (1979), "Recreational Hinterlands: a theoretical and empirical analysis", in WALL G. (a cura), *Recreational Land use in Southern Ontario*, Department of Geography Publication Series, n°14, University of Waterloo.
- GREFFE X. (1999), *La gestion du patrimoine culturel*, Anthropos, Parigi
- GRANDI S. (2004a, corso di stampa), *Gli itinerari turistici ei G.I.S.*, in F.DALLARI E GRANDI S. (a cura), *Economia e Geografia del Turismo. L'occasione dei Geographical Information System (G.I.S.)*, Patron, Bologna.
- GRANDI S. (2004a, corso di stampa), *Gli itinerari turistici ei G.I.S.*, in F.DALLARI E GRANDI S. (a cura), *Economia e Geografia del*
- HOTELLING H. (1929), "Stability in Competition", *Economic Journal*, vol. 39, 41-57.
- KLISKEY, A.D. (1998), "Linking the Wilderness Perception Mapping concept to the Recreation Opportunity Spectrum", in *Environmental Management*, Vol.22, N.1.
- LONGLEY P.A., GOODCHILD M.F., MAGUIRE D.J., RHIND D.W. (2001), *Geographic Information Systems and Science*, Wiley, London.
- LUNDGREN J.O.J. 1982), "The tourist frontier of Nouveau Quebec: Functions and regional linkages", *Tourist Review*, 37 (2), 10-16, 1982.
- MATLEY I. M. (1976), *The Geography of International Tourism*, Resource Papers n°76-1, Assn. Of American Geographers, Washington, 1976.
- MERCER D. C. 1971), "Discretionary travel behaviour and the urban mental map", *Aust. Geog.Studies*, 9,133-43, 1971.
- MERCER D. C. (1970), "The geography of leisure: a contemporary growth-point", *Geography*, 55(3), 261-73.
- MINCA C. (1996), *Spazi effimeri*, CEDAM, Padova, 1996.
- MIOSSEC J. M. (1977), "Un model de l'espace touristique", *L'espace géographique*.
- MIOSSEC J. M (1976)., *Elements pour une teorie de l'espace touristique*, CHET, Aix en Provence.
- MORIN E. (1967), *L'industria culturale*, Il Mulino, Bologna.
- PEARCE D. (1981b), "Estimating visitor expenditure, a review and a New Zealand case study", *Int. J. Tourism Management*, 2 (4), 240-52.
- PEARCE D. (1981a), "L'espace touristique de la grande ville: éléments de synthèse et application à Christchurc (Nouvelle Zelande)", *L'espace Géographique*, 10 (3), 207-13, 1981(a).
- PEARCE D. (1989), *Turismo oggi*, Ulisse Edizioni, Torino.
- PISTOCCHI, A., PREGER, E. (2003), *Modelli non parametrici di interazione fra attività produttive e territorio: applicazione alla logistica delle merci in Emilia-Romagna*, in SANTINI L., ZOTTA D. (a cura), *Costruzione e gestione della conoscenza, Atti III conferenza nazionale Input 2003, Informatica e pianificazione urbana e territoriale*, Alinea, Firenze, 2003
- PISTOCCHI A. (2004, corso di stampa), *Analisi territoriali e pianificazione del turismo sostenibile: dall'informazione geografica al supporto alle decisioni*, in F.DALLARI E GRANDI S. (a cura), *Economia e Geografia del Turismo. L'occasione dei Geographical Information System (G.I.S.)*, Patron, Bologna.
- PHILPS L. (1988), "The Economics of imperfect information", Cambridge University Press, Cambridge.
- PLOG S. (1974), "Why destination areas rise and fall in popularity", in *The Cornell H.R..A. Quarterly*.
- RAFFESTIN C. (1984), *Territorializzazione Deterritorializzazione Riterritorializzazione e informazione*, in Turco A. (a cura), *Regione e regionalizzazione*, F.Angeli, Milano, pp.69-82.

- RAJOTTE F. (1975), "The different travel patterns and spatial framework of recreation and tourism", in *Tourism as a factor in National and Regional Development*, Department of Geography, Trent University, Occasional Paper 4, Peterborough.
- RUPPERT K. (1978), "Mise au point sur une géographie générale des loisirs", *L'espace géographique*, 7 (3), 187-93.
- SINCLAIR M. T. e STABLER M. (2002), "The economics of Tourism", Routledge, London.
- SMITH S. L. J. (1995), "Tourism analysis. A Handbook", Longman, Essex.
- THUROT J. M. (1980), *Capacité de charge et Production Touristique*, Etudes et Mémoires n°43, Centre des Hautes Etudes Touristiques, Aix en Provence.
- THUROT J. M. (1973), *Le tourisme tropical balnéaire: le modèle caraïbe et ses extensions*, CHET, Aix en Provence.
- THUROT J. M. (1976), *Les effets du tourisme sur les valeurs socioculturelles*, CHET, Aix en Provence.
- TYLOR E.B. (1971), *Primitive cultura*, Murray, London.
- TOSCHI U. (1948), *Corso di Geografia economica generale*, Macrì, Firenze-Bari.
- TURNER L. e ASH J. (1975), *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*, Constable, London.

Allegato 1 . ROMIT: la valorizzazione turistica delle strade romane

Elementi di sintesi del rapporto di fattibilità

- 1) La definizione di turismo culturale è complessa in quanto i dati empirici (presenze, arrivi e spese) non tengono conto della motivazione del viaggio che risulta una variabile latente. La motivazione culturale nel viaggio del turista è quasi sempre presente, ma con diverse intensità. A queste diversità della domanda devono corrispondere diverse tipologie di prodotti turistico culturali. Per questa ragione il documento sviluppa due possibili itinerari, uno lineare, con un inizio ed una fine predeterminati ed uno circolare, in cui tutte le località coinvolte nel progetto ROMIT.
- 2) Il percorso lineare si caratterizza per una maggiore organicità, una più spiccata valenza artistica e un bacino potenziale di utenti limitato. In questo itinerario non è invece presente la simmetria tra destinazioni, in quanto si ha un inizio e una fine dell'itinerario; per questa ragione nell'effettuazione del percorso è prevedibile una certa mortalità nelle presenze turistiche.
- 3) L'itinerario circolare, che pone tutte le destinazioni su un piano di completa simmetria, si caratterizza per una maggiore frammentarietà nella proposta culturale e una maggiore flessibilità di fruizione, avendo un bacino atteso di utenza superiore a quello lineare. Pur in presenza di un'inevitabile mortalità nelle presenze turistiche nell'effettuazione del percorso, questa non dovrebbe influire in modo differente sulle differenti destinazioni.
- 4) E' inoltre possibile sviluppare percorsi misti con una componente lineare ed una circolare; p.e. un percorso a raggiera, in cui esiste una località di inizio del percorso (il centro) dalla quale si dipartono tutte le rimanenti destinazioni, che sono invece in una posizione di simmetria tra loro.
- 5) L'esistenza di distanze geografiche significative tra le località aderenti al progetto ROMIT rende difficile una fruizione sequenziale e continuativa di più di una località alla volta. Il modo tipico di fruizione delle strade romane è infatti l'acquisto di un singolo soggiorno in ciascuna località, con intervalli significativi (per esempio un anno) tra un acquisto e l'altro.
- 6) Il precedente aspetto ha due conseguenze: mentre all'interno di ciascun periodo di tempo la competizione tra località è alta (il tempo e le risorse monetarie da destinare alla vacanza ROMIT sono limitate e la spesa su una località di fatto esclude le altre località) su due o più periodi la competizione tra le diverse destinazioni per accaparrarsi il turista culturale è meno forte; anzi, avendo effettuato il soggiorno nella propria località, e poiché difficilmente si avrebbe un ritorno per la motivazione ROMIT, l'impresa turistica ha l'incentivo a promuovere le altre località in uno spirito di cooperazione che allarghi il bacino dei potenziali utenti. Puntare su una diluizione nel tempo del percorso comporta una possibile de-enfaticizzazione dell'elemento dell'itinerario che invece caratterizza il progetto ROMIT.
- 7) Un rafforzamento dal punto di vista della strategia di presentazione del pacchetto può derivare dall'introduzione di vendite leganti, nella forma di riduzioni sul costo di acquisto di una ulteriore tappa del progetto ROMIT da parte di chi ha già acquistato una destinazione ROMIT,

per esempio nella forma di voucher per le altre destinazioni regalati agli acquirenti di una destinazione. Il sistema di sconti tramite voucher punta ad allargare il numero degli utenti potenziali (sia nel caso lineare che in caso circolare) nonché (nel solo caso lineare) a diminuire le asimmetrie che inevitabilmente si creano tra diverse destinazioni ordinate in modo sequenziale.

- 8) Il modello lineare comporta un turismo “di élite” e quello circolare un turismo “di massa”: allora si ritiene che un itinerario ROMIT circolare possa essere accettato all’unanimità dalle diverse nazioni. Inoltre, il modello circolare è proprio quello che realizza una maggiore equità sociale in termini di distribuzione dei flussi turistici.
- 9) Le presenze turistiche costituiscono un indicatore imperfetto dei profitti e dell’effettivo grado di importanza dello sviluppo turistico indotto nelle diverse destinazioni. La misura più appropriata sarebbe il reddito generato dal turismo ROMIT; tuttavia in questa fase preliminare del progetto non si possano e non si debbano sviluppare analisi dettagliate sui prezzi e sulla struttura dei costi delle diverse località che costituiscono gli itinerari ROMIT.
- 10) L’analisi geografica mette in luce come il percorso adottato per lo svolgimento del viaggio o di una visita turistica si rivela un elemento centrale e strategico nello sviluppo di prodotti turistici sia a livello del singolo tour operator che nell’ambito della pianificazione e valorizzazione territoriale ai fini turistici. E anche più in generale come uno strumento strategico nei processi di sviluppo locale e come mezzo di ricomposizione territoriale.
- 11) Per quanto riguarda il tema del viaggio e dell’itinerario turistico-culturale, i modelli di mobilità turistica e quello reticolare formalizzano un itinerario sia lineare che circolare, con integrazioni di tipo a raggiera, sulla forma lineare complessa o a semiraggiera; il modello dello zoning presenta la figura della raggiera. La letteratura propende per un itinerario circolare o a raggiera complessa, dove il modello reticolare acquisisce una capacità progettuale sempre più forte per le marcate implicazioni a sostegno di forme di *governance*.
- 12) Per quanto riguarda il turismo culturale, ci si deve riferire non solo al generico concetto d’arte né al puro folklore, ma a quel complesso di situazioni che fanno di un luogo, o piuttosto di un insieme di luoghi, un fenomeno turistico irripetibile. Questa rinnovata concezione di fare turismo si riappropria del significato preciso di culturale, là dove s’intende un fenomeno che ha per oggetto la cultura e la sua promozione, e dove il significato di culturale si articola secondo due aspetti, nell’accezione di turismo d’élite e di massa. La capacità di fare riferimento alle due componenti si pone come momento centrale nelle politiche turistiche, nelle progettualità e nelle pianificazioni relative nell’ambito di un nuovo modello culturale di assetto del territorio.
- 13) Nella pianificazione territoriale, e in particolare per le decisioni che riguardano l’uso sostenibile delle risorse ambientali, si ritengono particolarmente utili le tecniche di analisi multicriterio per identificare le priorità e le localizzazioni ottimali di oggetti nello spazio sulla base di un set di criteri specificati; le tecniche di calcolo delle distanze pesate (*cost distance*); le tecniche di mappatura delle caratteristiche percepite del paesaggio e delle relative potenzialità di fruizione; le analisi di intervisibilità.
- 14) Per quanto riguarda l’efficienza logistica delle localizzazioni, è strategico fare riferimento all’accessibilità delle località di turismo passivo rispetto ai mercati turistici attivi esterni all’area

di studio; all'efficienza con cui le località di turismo passivo sono collegate con altre località di turismo passivo all'interno dell'area di studio, oppure con i centri abitati; al numero di località diverse cui è possibile accedere in ugual tempo da ciascun sito, ovvero la potenzialità di sinergie spaziali con altre aree; al grado di agglomerazione delle aree turistiche passive, ovvero la potenzialità di economie di agglomerazione.

- 15) Si consiglia l'utilizzo di indicatori di accessibilità rispetto ai mercati esterni; di indicatori di efficienza di collegamento con altri siti turistici; di indicatori di potenzialità di sinergie spaziali; di indicatori di agglomerazione.
- 16) Si consiglia, come uno strumento operativo, l'uso delle "liste di controllo" o *check-list*, un metodo semplice ed intuitivo che può innanzi tutto diventare uno strumento per la progettazione in sé, perché permette di ricordare tutti gli elementi da tenere in potenziale considerazione e supportare nell'analisi e nelle scelte.
- 17) Si consiglia l'elaborazione di una cartografia computerizzata interattiva, sulla base dei Geographical Information Systems e una serie di data base di tutti gli elementi potenziali e attivi dell'accomodation territoriale.