



Fondazione
di Sardegna

***Montiferru-Alto Campidano- Planargia
come area pilota per il turismo rurale sostenibile.
Progettazione pregressa ed in itinere, individuazione di buone pratiche
e loro implementazione per un contributo al laboratorio di sviluppo del territorio***

QUADRO TEMATICO INTRODUTTIVO

Background paper Scuola di Sviluppo Locale Sebastiano Brusco – Edizione 2022

Autori:

Benedetto Meloni; Francesca Uleri

ASSOCIAZIONE CULTURALE TERRAS –
LABORATORIO PER LO SVILUPPO LOCALE SEBASTIANO BRUSCO

PARTENARIATO DI PROGETTO



Prospettive di sviluppo per le aree interne: multifunzionalità e progettazione del turismo rurale

1 Introduzione

Sebbene i tempi recenti – segnati e modellati in maniera rilevante dall’esplosione della pandemia COVID-19 – abbiano visto un rallentamento e quasi azzeramento dei flussi turistici (Gössling et al. 2020), si intravede – tra il periodo pre-covid e post-covid – una linea di continuità in quello che era, e quello che sarà, l’orientamento della domanda turistica. Questa infatti appare sempre più come insieme di richieste e aspettative diversificate ma comunque orientate in maniera crescente verso la scoperta dell’unicità dei territori soprattutto rurali, quali luoghi capaci di costruire e restituire ambientazioni, sensazioni, gusti e esperienze lontane da omologazioni del turismo di massa e dalle derive della quotidianità urbana.

Data la rilevanza crescente del settore all’interno delle economie rurali, oggi il turismo diventa dimensione chiave per il ripensamento e la progettazione dello sviluppo rurale in connessione a una nuova centralità dell’agricoltura che con esso si articola e si connette, determinandone la specificità e la qualità dell’offerta. Davanti a una crisi globale dell’agricoltura industriale monofunzionale (Fabiani 2015), si assiste in parallelo a una riemersione di un modello multifunzionale di fare agricoltura che si pone come punto di contatto tra tradizione e innovazione in una ricerca propedeutica di sostenibilità economica, sociale e ambientale non solo della produzione ma anche delle pratiche consumo. Questo modello con le radici salde nella logica produttiva contadina (van der Ploeg 2018), si dirama nel presente e nel futuro delle aree rurali divenendo direttamente fonte d’attrazione per un turista nuovo, attento, cosciente e responsabile del suo impatto sulla complessità delle relazioni di ciascun territorio, o elemento regolatore di altri elementi del rurale a cui l’attenzione del turista si rivolge.

Pertanto, qualsiasi traiettoria di pianificazione e progettazione dello sviluppo turistico sostenibile nelle aree rurali dovrà tenere in considerazione questa connessione all’interno di una più ampia ottica di sviluppo rurale in cui la dimensione agricola-aziendale continua a giocare un ruolo cardine – anche se non unico – difficilmente trascurabile. In questa prospettiva il progetto “*Montiferru-Alto Campidano-Planargia come area pilota per il turismo sostenibile. Progettazione pregressa ed in itinere, individuazione di buone pratiche e loro implementazione per un contributo al laboratorio di sviluppo del territorio*” (da qui in poi progetto “*Turismo Sostenibile in MACP*”), si pone l’obiettivo di definire le basi per l’attivazione di un’area pilota in cui il turismo rurale e la sua integrazione divengano volano di sviluppo sostenibile nell’area MACP, area a forte vocazione agricola e turistica, dove però la seconda appare come maggiormente riflessa soprattutto nelle zone costiere e in limitati periodi dell’anno, tralasciando così parte notevole del suo potenziale.

Tursimo Sostenibile in MACP capitalizza gli output del progetto Interreg FR-IT marittimo PROMETEA (PROMozione della Multifunzionalità del settore Agro-turistico) (si veda Meloni, Pulina 2020), il quale obiettivo principale è stato quello di definire, affinare, promuovere e integrare modelli di imprenditorialità agricola multifunzionale orientata alla creazione di valore all'interno di sistemi territoriali integrati (in Sardegna, Toscana, Corsica, Val-Adriatiche). Le azioni progettuali hanno mirato a rafforzare un profilo aziendale multifunzionale post-produttivistico con carattere di innovazione sociale e sostenibilità, dal ruolo attivo, responsabile e consapevole al fine di connettere il ruolo delle singole aziende in un sistema di progettazione e promozione territoriale condivisa e partecipata. Si è partiti da un sistema di conoscenza e analisi dei territori target, per passare poi all'istituzione di percorsi formativi e seminari per l'autoimprenditorialità, affiancando poi la stipula di protocolli congiunti per l'introduzione di contratti di rete al fine di agevolare il networking tra PMI. Si è puntato così a fare dell'unicità del territorio e del suo sistema di competenze e prodotti specifici, un elemento di competitività e differenziazione sul mercato dei servizi eco-turistici che porta territori e aziende a riposizionarsi e ampliarsi in termini di qualità dell'offerta e destagionalizzazione di quest'ultima. Al fine di promuovere e trasmettere il *territorio come prodotto* complesso composto da sub-prodotti integrati tra loro, all'interno di PROMETEA sono stati generati 3 output a cui guardare con attenzione in una futura prospettiva di ulteriore integrazione dell'offerta turistica territoriale: un catalogo digitale percorsi, una piattaforma digitale promozionale (Booking Amiata), e un catalogo casi aziendali (si vedano allegati schede progetti per approfondimento).

Essendo PROMETEA una delle esperienze progettuali rilevanti attuate all'interno della sfera tematica turismo e sostenibilità nel territorio *MACP*, *Tursimo Sostenibile in MACP* si connette a PROMETEA e ne capitalizza gli output andando a estenderli. Alla base è importante quindi capire il ruolo chiave che l'agricoltura gioca nei sistemi turistici rurali e nella promozione del territorio, capire come le sue funzioni e il loro riconoscimento si siano evoluti nel tempo all'interno di un sistema globale complesso e mutevole, e come si sia evoluta la concettualizzazione stessa dello sviluppo rurale in Europa. In virtù di ciò, le sezioni successive hanno l'intento di definire questo quadro avvalendosi dei contributi della letteratura internazionale e del contributo specifico emergente dal progetto PROMETEA. A seguire si presenterà come sia avvenuto il passaggio da un'agricoltura monofunzionale a multifunzionale e come di riflesso sia cambiata la maniera di pensare e progettare lo sviluppo rurale in connessione a una campagna sempre più differenziata, si passerà poi all'analisi delle connessioni tra agricoltura e turismo in una prospettiva di sostenibilità e sviluppo, e infine si andrà alla delineazione delle strategie di strutturazione e governance dell'offerta turistica integrata intesa come risorsa collettiva locale e volano di riattivazione dei territori ampliando lo sguardo anche su realtà esemplari che non sono necessariamente aziende agricole (es: cooperative di guide, alberghi diffuse, dimore rurali, associazioni per la promozione del trekking e l'escursionismo, ecc.). La loro offerta verrà analizzata e connessa in un sistema di rete integrato consultabile e comunicabile attraverso un catalogo casi, un catalogo percorsi, e una piattaforma digitale promozionale.

Molte ricerche partono da casi studio con deboli riferimenti teorici e si concentrano su specifiche problematiche legate a singoli casi. La premessa a seguire, intende invece posizionare il tema del turismo rurale all'interno di un quadro concettuale di un approccio

specifico che individua ciò che rende distintivo il turismo rurale. Per una definizione di "turismo rurale" occorre partire dal concetto di ruralità (Hall, Page 2006). Il fenomeno del turismo rurale è, infatti, strettamente legato al processo di trasformazione post-industriale o post-fordista della campagna (Brunori 1994; van der Ploeg 2008; McMichael 2009) che ha reso necessario una risignificazione del termine "rurale" ed a cui è connessa l'idea normativa di sviluppo rurale sostenibile (Berti et al. 2010).

2. Dalla campagna agricola alla campagna rurale tra processi di agrarizzazione e deagrarizzazione: nuove prospettive di ruralità

A partire dal secondo dopo guerra, sia nei paesi del Nord del mondo che nei paesi ascrivibili al cosiddetto Sud globale, si è assistito all' innesco e alla successiva rapida espansione di un processo di modernizzazione agricola che vedeva nella promozione della Rivoluzione Verde il suo principale vettore di propagazione (Horlings, Marsden 2011; Patel 2013). In riflesso a un pessimismo Malthusiano post-bellico, e in coerenza con una parallela affermazione del modello fordista, il settore agricolo è stato progressivamente adattato alle logiche di standardizzazione e replicabilità proprie del paradigma produttivista-industriale, al fine di garantire e supportare il binomio produzione-consumo di massa.

In Italia, così come in altri contesti nazionali soprattutto mediterranei, la diffusione di tale modello *capital-intensive* si è però articolata in maniera non omogenea tra territori andando – direttamente o indirettamente – a rimodellare il tessuto economico, sociale e demografico sia delle aree in cui questo trovava terreno fertile come le zone pianeggianti o le aree agricole peri-urbane, sia delle aree che – per morfologia – si dimostravano invece essere ostili all' intensificazione produttiva come i pascoli alpini, le zone appenniniche e montane interne o le strette pianure costiere del Meridione (De Benedictis 1990; Fabiani 1991), l'insieme dei territori definibili oggi come aree interne (Bevilacqua 2014).

Per avere piena comprensione del processo diretto e/o indiretto di rimodellamento e ristrutturazione delle campagne quale processo sociale, questa non può prescindere dal passare all'interno della più ampia lente riguardante l'analisi del capitalismo contemporaneo e del suo movimento nelle aree rurali e nel loro substrato sociale. È infatti possibile individuare due movimenti attraverso cui il capitalismo penetra nelle campagne e attraverso cui ingloba, “sussume” complessi produttivi locali in una logica di sistema: il primo è diretto ed è un movimento di (ri)agrarizzazione, il secondo è indiretto ed è individuabile nel movimento di deagrarizzazione (Uleri 2019). Il primo implica l'introduzione di nuove tecniche, pratiche e tecnologie produttive in una prospettiva di sussunzione reale del lavoro agricolo al fine di incentivare la crescita dell'economia di scala, la specializzazione, e l'integrazione a monte e a valle con il sistema dalla trasformazione e dalla grande distribuzione agroindustriale. L'elemento fondamentale che ne contraddistingue l'individuazione è il nuovo – o rafforzato – flusso di risorse umane e economico-finanziarie indirizzate all'agricoltura, verticalmente controllate e non omogeneamente accessibili e distribuite. Ne sono un esempio il passaggio dall'agricoltura contadino-familiare all'agricoltura di piantagione nei contesi del Sud globale (Paulino 2014), così come il caso più vicino a noi della sedentarizzazione del pastoralismo in Sardegna e l'avvento dell'industria casearia che trasforma i pastori in conferitori di latte agli industriali (Meloni, Farinella 2015). Al contrario, la deagrarizzazione, definita da Bryceson (1993, p.5) come un processo di ‘riorientamento dell'attività economica e dei mezzi di sussistenza (livelihoods) e riaggiustamento occupazionale’, si compone di un flusso di risorse umane e/o economico-finanziarie in uscita, diretto dall'agricoltura verso attività non agricole soprattutto in aree non rurali. Ne è un classico esempio l'abbandono dei terreni agricoli di montagna e il relativo spopolamento delle borgate alpine davanti alla crescita dei poli industriali di pianura o la conversione dei suoli agricoli periurbani per usi differenti a supporto dell'espansione della frontiera urbana.

Considerando il caso italiano, è proprio nelle pianure fertili come ad esempio l'Agro pontino, l'Agro Romano, la Piana del Sele, il Metapontino, la Capitanata e la piana di Catania, oggi aree particolarmente vocate per l'agricoltura ad alto reddito (es: orticoltura, frutticoltura e floricoltura), che si realizza, dal dopoguerra in poi, un processo di agrarizzazione nuova (*riagrarizzazione*) sulla scia del paradigma di una modernizzazione produttivistico-industriale. Divenendo la crescita settoriale il principale obiettivo delle politiche di sviluppo economico in agricoltura, la prospettiva attesa prevedeva un'integrazione del settore nella *supply chain* attraverso processi di intensificazione e razionalizzazione produttiva con la conseguente scomparsa delle piccole aziende contadine, considerate inefficienti e non specializzate (De Filippis, Henke 2014). Questo modello fu inoltre concepito come ricetta per la riduzione del divario nello sviluppo della crescita economica tra Nord e Mezzogiorno, dove caratteristiche peculiari delle sfere agrarie locali come le ridotte dimensioni aziendali, la forte e diffusa base familiare dell'azienda agricola e la marcata pluriattività dei suoi membri così come la non residuale presenza di un carattere di informalità negli scambi tra produttore e consumatore, venivano viste come freno al radicamento di una traiettoria sviluppatista omogenea. Tali elementi, sommati alla scarsa dotazione di infrastrutture, alla fragilità ambientale e una connessa difficoltà di meccanizzazione agricola in terreni impervi, anche in altri contesti territoriali non solo meridionali, segnano l'avanzamento di una modernizzazione disomogenea, escludente, che taglia fuori dal suo radicamento queste campagne definibili "difficili".

Questo carattere escludente, non coincide però con un'altrettanta assenza di rimodellamento delle campagne in cui la modernizzazione non prese piede, in quanto essa si riflesse indirettamente in questi sistemi produttivi locali attraverso un movimento di deagrarizzazione il quale comportò non solo il semplice spegnimento dell'agricoltura così come lo definisce van der Ploeg (2008) in termini di *disattivazione*, bensì un vero e proprio rimodellamento del substrato agrario (stratificazione sociale delle campagne), dei modelli di insediamento, e di specializzazione produttiva. È uno spegnersi dell'agricoltura ma è essenzialmente uno spegnersi dei territori nel loro complesso, alimentato dall'accentramento di capitali e servizi nell'aree urbane, industriali e agro-industriali e dalla migrazione in uscita di manodopera, risorsa primaria della riproduzione agricola contadino-familiare. Pertanto, sebbene non si possa parlare di un'assimilazione omogenea della ricetta della modernizzazione, i suoi effetti si sono riflessi – e si continuano a riflettere – direttamente o indirettamente sia sui territori da essa assimilati che su quelli lasciati fuori. Brunori descrive questa tendenza sottolineando che:

La campagna e la sua popolazione sono stati in questo periodo oggetti di sviluppo ineguale, provocati dal drenaggio di risorse da parte della città. Il fordismo è dunque caratterizzato da un'alleanza spaziale [...] da un'alleanza delle forze urbane ed industriali attraverso cui si perpetrava il divario nei ritmi dello sviluppo economico. Tale divario veniva ovviamente percepito, ma più come fenomeni di "arretratezza": la campagna era da considerarsi "in ritardo" rispetto ad un modello di sviluppo basato sulla produzione di massa, sulla concentrazione produttiva e sull'intensificazione delle relazioni a monte e a valle dell'azienda agraria (1994, pp.9-10)

¹ Questa aggettivazione si rifà al concetto di "modernizzazione difficile" (si veda ad esempio Anania e Pupo D'Andrea, 1996; De Benedictis, 2002 e 2005) inerente ai freni territoriali propri dei singoli sistemi produttivi locali al far proprio tale paradigma.

Non è fatto nuovo, né fatto endemico del contesto italiano, ma natura stessa del capitalismo caratterizzata da un procedere temporalmente e spazialmente disomogeneo che dà vita a una molteplicità di frizioni, asincronie, e rapporti di subalternità non solo tra gruppi sociali ma anche tra territori. In quest'ultimo caso specifico si crea una condizione di funzionalità attraverso cui le campagne "difficili" perdono risorse – in particolar modo lavoro e capitale sociale – dirette ai territori-centro ("core regions"). È proprio questa emorragia, affiancata e aggravata da politiche di sviluppo centralizzanti, che ne ha determinato nel lungo periodo una conseguente marginalizzazione-periferizzazione (Cersosimo et al. 2018).

Così, citando Berti et al. (2010, p. 64), 'il termine "rurale" perde la sua connotazione territoriale complessa ed è utilizzato come sinonimo di marginalità, intesa in termini geografici come perifericità ma che implica metaforicamente altri tipi di distanza: distanza tecnica, socioeconomica e culturale rispetto ad un modello di sviluppo socio-economico dominante'. L'unico sviluppo rurale possibile passa – ove le caratteristiche territoriali lo consentono – attraverso lo sviluppo di settore agro-industriale. Ciò non è incentivato solo dalle politiche nazionali ma anche, e soprattutto, dalle politiche Europee, in particolar modo dalla PAC e dal sistema di sostegno all'agricoltura "accoppiato" ai prezzi e alle quantità prodotte.

Tra gli anni 70 e 80, si inizia ad assistere alla comparsa di elementi quali il decentramento industriale (Petsimeris 1989), la terziarizzazione dell'economia e il cambiamento della struttura occupazionale (Chiesi 1998), piccoli flussi di contro-urbanizzazione (Dematteis, Petsimeris 1989) diversificazione dei consumi (Ilbery, Bowler 1998), che delineano i primi accenni di una traiettoria di transizione post-fordista e post-produttivista – in virtù della quale il rurale inizia a essere concepito non necessariamente come spazio agricolo di produzione beni per il mercato ma anche come spazio di produzione e consumo servizi ricreativi, turistico-esperienziali, culturali, residenziali – questo nuovo paradigma di trasformazione del tessuto produttivo rurale rimase comunque timido sino agli anni Novanta, sino a quando non si avviò una vera e propria riforma della PAC.

Infatti, anche se il modello post-produttivista nascente tra gli anni 70 e 80 slegava flegibilmente lo sviluppo rurale dall'esclusività giocata dalla produzione agricola, è proprio l'intervento nella dimensione di *policy* di quest'ultima sfera, che permise al post-produttivismo di prendere piede nelle aree rurali e di passare da un quadro di esperienze con una diffusione inconsistente e a un dibattito prevalentemente accademico, a un vero e proprio paradigma di sviluppo con peculiarità nuove. Nel 1997, il Consiglio europeo di Lussemburgo dichiarò che l'agricoltura europea doveva essere multifunzionale, sostenibile, e competitiva fissando così l'obiettivo strategico della nuova riforma a integrazione della precedente linea Mac Sharry del 1992. Alla base della strategia di riforma vi era l'adozione di Agenda 2000 da parte della Commissione la quale, tra le varie misure, prevedeva l'ideazione di una politica comune a supporto dello sviluppo rurale (secondo pilastro PAC), nonché l'introduzione del rispetto delle condizioni ambientali (ecocondizionalità) per la concessione degli aiuti e della possibilità di ridurli (modulazione) per finanziare le misure di sviluppo rurale, misure che vennero poi confermate con l'accordo di riforma raggiunto durante il Consiglio europeo di Berlino del 24 e 25 marzo 1999 (Henke 2002; Sotte 2010). Questa particolare attenzione politico-istituzionale fu ciò che realmente aprì a una fase nuova dello sviluppo e della concezione "del rurale", ponendosi in continuità e ricezione dei cambiamenti e delle istanze della società civile sempre più

orientata a un consumo attento, differenziato e riflessivo (Giddens 1991; Spaargaren et al. 2013; Bauhardt et al. 2015).

E' dunque con l'emergere di una centralità nuova legata alla sostenibilità e multifunzionalità dell'agricoltura, che cambia, in riflesso, anche la concezione di *cos'è il (territorio) rurale*. Si passa da un territorio rurale come sinonimo di territorio arretrato (Barberis et al. 1992; Storti 2000), a un rurale multifunzionale, nonché a un territorio che integra (1) funzioni di tipo economico (es: produzione agricola, di materie prime, artigianale, turismo e ricreazione), (2) funzioni di tipo ambientale (es: salvaguardia della qualità del suolo, delle acqua dell'aria, della biodiversità, ecc.), e (3) funzioni di tipo socio-culturale (es: conservazione di saper far locali, legami di fiducia, patrimonio architettonico e paesaggistico, ecc.) (Berti et al. 2010). Di conseguenza se, da un lato, si esce dall'immaginario che relegava il territorio rurale a un argine di arretratezza di sviluppo economico, in parallelo, si esce anche dalla concezione della campagna come spazio indifferenziato esclusivamente orientato alla produzione agricola di cibo e materie prime. Questo passaggio implica il superamento dell'identificazione della campagna con ciò che la letteratura anglosassone chiamava *national farm* (Lowe et al. 1993; Murdoch, Ward 1997; Wilson 2001), termine esplicabile attraverso l'equivalenza *rurale=agricolo*, per andare – come visto sopra – verso una differenziazione delle funzioni (Almstedt et al. 2014).

Queste funzioni non sono fisse o cristallizzate, bensì mutevoli nel tempo e nello spazio in quanto mediabili socialmente. Nel rurale confluiscono bisogni, interessi, richieste, aspettative altrettanto mutevoli e derivanti da gruppi differenti (es: turisti, consumatori, produttori, artigiani, popolazioni nuove, migranti, istituzioni, ecc.) i quali ne modellano e ne differenziano la natura economica, culturale e sociale. Coerentemente la ruralità appare come costruzione sociale, come un prodotto complesso di un'interazione tra attori differenti, il quale ci pone di fronte a una campagna non-unitaria, differenziata che per essere compresa nella natura complessa delle sue strutture e dei suoi processi di transizione necessita – da parte dei ricercatori così come dei progettisti e pianificatori – dell'adozione di un approccio territoriale che vada oltre la lente settoriale. Questo permette di rompere 'gli argini della settorialità della produzione (nell'ottica economica) e della comunità agricola (secondo la prospettiva sociale) e quindi degli interessi meramente agricoli, e ciò costringe ad adottare un punto di vista più complesso, quello del territorio inteso come sistema localizzato di regolazione socio-economica che trae la sua connotazione dal patrimonio culturale ed istituzionale che si è formato ed evolve in un dato luogo' (Belletti, Berti 2011, p. 23).

3. Territorio come sistema complesso e endogeneità dello sviluppo

L'approccio territorialista per l'attenta lettura della mutevolezza del rurale così come delle unicità e specificità che lo differenziano consente di focalizzare l'attenzione sull'insieme di risorse disponibili contestualizzate. In una prospettiva di progettazione dello sviluppo dei territori rurali, questo garantisce un mantenimento del controllo dei processi di sviluppo stessi all'interno della dimensione locale, e una generazione di valore – data dalla capitalizzazione e/o riattivazione delle risorse disponibili – che si riversa sulla comunità locale (Bowler 1999; Belligiano et al. 2020). L'allontanamento dal focus settoriale guida verso un sviluppo trasversale teso a ricreare connessioni

sostenibili tra produzione e consumo (siano questi di beni o servizi), tra urbano e rurale, e soprattutto tra bisogni e richieste esterne (legati per esempio all'approvvigionamento di alimenti, alle attività sportive e ricreative, al benessere, al turismo, ecc.) e bisogni e richieste delle comunità locali (legati ad esempio al reddito, ai servizi, alla vivibilità del territorio in generale, ecc.). Queste ultime ricoprono un ruolo essenziale nel ricreare tali connessioni in considerazione del fatto che non sono solo dei portatori di interesse ma veri e propri co-creatori dello sviluppo. Di questo approccio, a livello internazionale, ne fu precursore teorico e metodologico Robert Chambers (1983) che con il suo *"Rural Development: Putting the last first"* marcò l'esigenza di abbandonare uno sviluppo esogeno uniforme, calato dall'alto, e dipendente da risorse esterne quale riflesso e lascito più insito del periodo fordista.

La traiettoria è quella di un modello di sviluppo *"da e per"* le comunità locali e il territorio, di uno sviluppo endogeno attraverso cui l'economia si rifonda sulla messa a valore del capitale territoriale e si riorganizza attraverso modelli di governare integrati e compartecipati. La crescita economica non è quindi elemento di secondaria importanza ma si integra con uno spettro di bisogni locali differenziati inerenti allo sviluppo sociale e ambientale. Quindi nel caso del territorio rurale, non si è davanti a uno spazio potenziale in cui l'attività economica ha sede ma davanti a un agente complesso e strutturato, un'arena di trasformazione che connette il mondo imprenditoriale all'unicità delle risorse presenti (es: saper fare locali, produzioni specifiche, paesaggio, tradizioni, ecc.) e alle esigenze delle popolazioni che vivono quel territorio (Vázquez-Barquero, Rodríguez-Cohard 2016).

L'endogeneità dello sviluppo non è un tentativo di chiusura autarchica o monadica dei territori verso l'esterno piuttosto un tentativo di organizzare il sistema di necessità e risorse al fine di annidarsi in maniera resiliente in un sistema di interconnessioni globali, trovare gli strumenti interni per dialogare con la molteplicità di attori che lo animano, senza esserne però schiacciati o assimilati in processi omogeneizzanti. Ciò incarna 'la capacità di creare un certo livello di "autonomia relativa", quello che Ventura e Milone (2005) definiscono processo di costruzione di uno "spazio protetto", rispetto ai processi di globalizzazione' (Berti et al. 2010, p. 66). A tal fine, è necessaria l'attivazione di un dialogo a livello territoriale volto a creare integrazione tra attori e livelli d'operatività (politico-istituzionale, economico, accademico, società civile), ed è esattamente in questo network di interconnessioni – all'interno del quale vengono definiti obiettivi dello sviluppo territoriale e in cui i singoli elementi della comunità possono riconoscerne e/o identificarne dei propri – che si crea il filtro per mediare gli input e le sollecitazioni esterne. Il locale non è dunque percettore passivo di dinamiche globali, è anzi agente complesso e attivo che attraverso questo processo dialettico con l'esterno (in cui confini sono sfumati) si trasforma e si (ri)definisce. Si attiva così un processo di *empowerment* delle comunità locali che rafforzano il grado e il sistema di controllo, gestione e attivazione delle risorse locali, in successione consequenziale a un primario movimento di *(re)embeddedness* dei processi decisionali, degli obiettivi e degli output attesi, all'interno del locale. Nell'*empowerment* si concretizza un riconoscimento e una messa a valore delle risorse locali per fini collettivi. Endogeno richiama quindi la possibilità di attivazione, l'inesco di una forte accettazione sociale e continuità identitaria-culturale che si sostanzia con l'idea di Hirishman (1958) circa la presenza di risorse nascoste nel patrimonio culturale di ogni società locale che possono attivarsi solo se adeguatamente riconosciute (Meloni 2013). Ovviamente il riconoscimento non è scontato né semplice, né ha fasi o passi fissi replicabili e ripetibili nel medesimo contesto in tempi differenti, ma tale riconoscimento

come costruzione sociale scaturisce dall'interazione tra gli attori locali, e dal processo dialettico con l'esterno, in quanto come sostenuto da Bagnasco (1988), non tutte le risorse sono adatte a qualsiasi circostanza, ciò porta ad avere risorse potenziali spesso "dormienti" o magari semplicemente inadatte a tempi specifici.

4. Sviluppo rurale, ruralità differenziate e turismo rurale

Alla luce della complessità emergente dai paragrafi precedenti, in questa prospettiva cambia – strutturandosi in maniera più articolata – anche il concetto di sviluppo rurale, non più ascrivibile al solo sviluppo agricolo. Dando conto e prendendo coscienza di una ruralità non orientata alla sola produzione di prodotti agricoli e materie prime bensì una ruralità differenziata che soddisfa una molteplicità di bisogni derivanti da uno spettro variegato di attori, come sottolineano Messely et al. (2013) vi è la necessità di formulare quadri teorici (come base per un'azione pratica) che tengano in considerazione queste dinamiche complesse – derivanti da un sistema di interazioni tra attori differenti – e soprattutto che includano una riflessione sul come queste interazioni impattano sull'ambiente e le risorse naturali.

In virtù di questa complessità contestuale diramata nel tempo – come in un'evoluzione e/o transizione – lo sviluppo rurale affiora come processo economico-sociale e ambientale e non come prodotto. Coerentemente lo sviluppo rurale è il processo di rimodellamento delle interazioni sociali, dei sistemi di utilizzo e controllo delle risorse, e dell'ambiente, nonché di ciò che van der Ploeg et al. (2008) chiamano "*rural web*", la costellazione di individui, risorse, attività e processi che si incontrano e interagiscono nel medesimo territorio. Sebbene questo non abbia esclusive finalità economiche, il miglioramento della competitività dell'economia locale ne rimane prerequisito essenziale, mentre come fine ultimo resta il miglioramento della qualità della vita delle popolazioni residenti (van der Ploeg, Marsden 2008). Al fine di raggiungere questo obiettivo, lo sviluppo rurale (considerabile come tale) deve inderogabilmente riguardare sei dimensioni/traiettorie fondamentali: l'endogeneità, la produzione di *novelties*, la sostenibilità, la (ri)produzione del capitale sociale, l'impostazione di nuovi quadri istituzionali, la governance di mercato (ibid.). Il grado di orientamento verso ognuna di esse scaturisce dall'interazione tra attori interni al territorio, e tra attori interni e attori esterni che soddisfano proprie necessità e bisogni attraverso l'interazione nel dato territorio.

La sfera della produzione (per il mercato e non) è un elemento trasversale alle sfere elencate. Nella ricerca e riconoscimento delle risorse per supportare una prospettiva endogena di sviluppo, i territori rurali individuano risorse specifiche non standardizzate, che attraverso una loro proiezione sul mercato diventano beni collettivi locali per la competitività permettendo ai territori di annidarsi per specificità e unicità. Queste risorse possono essere presenti 'a monte dei processi produttivi (paesaggi, terre comuni) o a valle (marchi territoriali); possono avere natura materiale come paesaggio fisico e antropico (strutture aziendali e strade e percorsi), terre comuni, foreste, protezione idrogeologica, energie rinnovabili, biodiversità, benessere animale, sicurezza alimentare, qualità degli alimenti, varietà degli alimenti; oppure natura immateriale come le conoscenze locali, le competenze tecniche e le reti necessarie per convertire le risorse naturali in prodotti di qualità, l'innovazione, la ricerca' (Meloni 2020, p.29). Ciò ci pone davanti a una produzione di *novelties*, che genera una naturale

riproduzione del capitale sociale e delle risorse naturali, richiedendo l'impostazione di nuovi quadri istituzionali dal basso e di nuovi modelli di *market governance* condivisi che mettano al centro le esigenze e la qualità della vita del rurale. Dalla interconnessione imprescindibile tra ognuna di esse emerge la sostenibilità dello sviluppo. Come visto la produzione di non è infatti orientata al solo mercato e alla generazione di reddito ma anche all'intrinseca e non secondaria generazione di beni e servizi per il miglioramento della qualità della vita. È di per sé un uso sostenibile (produzione/riproduzione) delle risorse sia di quelle materiali, come le risorse ambientali, sia di quelle immateriali come il capitale sociale, in primo luogo fiducia e reciprocità affioranti dalla partecipazione a un reticolo collaborativo di co-creazione dello sviluppo (Podda 2020). Seguendo Trigilia (1999) e Coleman (1990), è l'uso stesso del capitale sociale che ne determina e attiva la riproduzione.

Alla luce di ciò., lo sviluppo rurale identifica quindi un 'processo di *cambiamento conservativo*, che migliora la qualità della vita della comunità rurale (e della società cui essa appartiene) con azioni sostenibili, endogene e locali di animazione, riproduzione, integrazione e crescita dell'economia del territorio rurale, progettate, intraprese e controllate da una comunità locale in una logica di attivazione o di auto sviluppo (o di non dipendenza) e al tempo stesso di interdipendenza tra sviluppo locale e sviluppo globale, in un sistema mondiale «multi dimensionale»' (Iacoponi 1998, p.45).

Come chiarito in precedenza, la molteplicità di attori interni ed esterni (es: consumatori urbani, turisti, nuovi abitanti, rural users) che si interrelazionano all'interno della sfera del rurale, fa sì che non sia più solo la produzione agricola a soddisfare – in una prospettiva di sviluppo – i bisogni, le necessità e richieste emergenti da questi gruppi, che non si esauriscono nel solo approvvigionamento di alimenti. A questo proposito, la richiesta di un turismo differente, lontano dal turismo di massa assume sempre più rilevanza in un'ottica di sviluppo rurale inteso come processo di sviluppo sostenibile. Ne è testimonianza il fatto che il turismo diventi uno dei cardini della strategia dell'Iniziativa comunitaria Leader fin dal suo avvio e poi tematica chiave di numerosi progetti portati avanti dai Gruppi di Azione Locale (Belletti 2010).

Questa rilevanza è fomentata da un orientamento nuovo della domanda turistica verso unicità radicate ai territori. Soprattutto in Europa, hobby, interessi o posizionamenti etici legati a tematiche riguardanti la collettività – come ad esempio la salvaguardia ambientale – emergono come fattori determinati nella ricerca e richiesta di un servizio turistico unico e differenziato, altrettanto attento, cosciente e responsabile del suo impatto sulla complessità delle relazioni di ciascun territorio, che siano queste sociali o ecologiche (Sharpley 2002; Garrdod et al. 2006; Fang 2020).

I territori rurali rispondono a queste domande offrendo un prodotto che non si limita al bene o servizio offerto ma si declina e riflette in un insieme di esternalità positive di cui l'intera collettività può beneficiare, identificabili – in *Ostrom sensus* – come *common pool resources* (Ostrom 1990). Tra queste compaiono la cura del paesaggio, la salvaguardia della biodiversità, il mantenimento di conoscenze e competenze contestualizzate, o la generazione di posti di lavoro che va a frenare un'uscita di capitale umano e sociale di cui queste aree soffrono (MacDonald, Jolliffe 2003; Paddeu 2005; Battaglia 2007; Bachis et al. 2020). Si è di fronte a una diversificazione della domanda orientata alla conoscenza dei territori e a una rispettiva de-standardizzazione dell'offerta composta da *specialities*, beni e servizi radicati nell'unicità dei singoli contesti (Brunori et. al 2020).

Su questa base, il turismo rurale è una ‘componente integrata e coordinata all’interno di modelli integrati di sviluppo rurale specifici di ciascun territorio’ (Belletti 2010, p.12), che si caratterizza per:

- le ridotte dimensioni delle aziende che vi partecipano, per lo più piccole e medie imprese, nella maggior parte dei casi a conduzione familiare e/o cooperativa (Meloni e Pulina 2020);
- l’organicità con la cultura delle comunità locali le quali ne esercitano un controllo di lungo periodo sul suo sviluppo (Lane 1994);
- l’integrazione e la connessione con attività e redditi agricoli (McNally 2001);
- la natura esperienziale della sua offerta (Roberts et al. 2017);
- il tipo di legame con le risorse specifiche della ruralità, il quale ne connota la differenza rispetto ad altre forme di fruizione turistica (Belletti, Berti 2011);
- la possibilità di rompere un isolamento economico e aprire nuovi spazi sia per l’iniziativa economica che per l’interazione e nuova configurazione sociale (Bensemman, Hall 2010; Lun et al. 2016).

La nuova accezione di ruralità – lontana da un’aggettivazione legata all’arretratezza e alla chiusura – evocante caratteristiche di salubrità, amenità, autenticità, e la nuova molteplice funzionalità attribuita agli spazi rurali riconducibile alla residenzialità, socialità, e nuova imprenditorialità fanno dei territori rurali un luogo di “consumo” del turismo contemporaneo: in ambito rurale il turismo incontra molteplici occasioni di sviluppo contribuendo a indirizzare le dinamiche di trasformazione e ristrutturazione del territorio (Cresta, Greco 2011).

5. Azienda agricola multifunzionale e turismo rurale: verso una nuova centralità

Sebbene con l’emergere del dibattito accademico sulla prospettiva post-produttivista spesso si tracci uno scenario in cui l’agricoltura perde la sua centralità a favore di altri settori dell’economia rurale (Wilson 2001) – primo tra tutti il turismo – non è possibile guardando alla realtà empirica separare l’agricoltura da qualsiasi altra attività che entri nell’ottica del processo di sviluppo rurale. Questo perché l’agricoltura ha una funzione regolatrice che determina elementi unici di contesto quali il paesaggio, la cultura gastronomica, il senso d’appartenenza e lo spirito identitario, la ritualità, l’uso degli spazi e gli stili architettonici. Davanti a un’innegabile crisi agraria, che tuttora viviamo, e che trascina con sé un insieme di crisi collaterali di *food safety e food (in)security*, crisi umanitarie relative all’organizzazione del lavoro agricolo, e emergenze ambientali, ciò che perde centralità non è l’agricoltura in sé bensì un certo tipo di fare agricoltura: quella industriale, intensiva in capitali e risorse esterne (Pérez-Vitoria 2007). Di riflesso, acquista centralità nuova un modello di agricoltura multifunzionale capace di rispondere non solo a esigenze esterne di mercato, di prezzo, e di profitto, ma anche a esigenze ambientali (es: salvaguardia della biodiversità), sociali (es: accessibilità di cibo sano e sufficiente), culturali (es: riproduzione di know-how specifici), o etiche (es: benessere animale). La multifunzionalità ha dunque la caratteristica fondamentale della compresenza e diversificazione tra produzione di servizi o prodotti destinati al mercato e servizi o prodotti che presentano il carattere di *non commodity*, quindi non commercializzabili (OECD 2006). La

transizione alla multifunzionalità rappresenta una strategia dell'azienda agricola per non soccombere all'incertezza, al dinamismo e alla volatilità dei mercati, delle politiche e dei comportamenti sociali, declinandosi – nel settore turistico – come strutturazione di un'offerta di 'servizi ricreativi che valorizzano le risorse agrarie e il valore ricreativo del paesaggio rurale' (Arru et al. 2020, p. 69).

Questa transizione scorre in un solco di differenziazione che – come evidenziato da van der Ploeg (2008) si può articolare in tre movimenti differenti:

a) l'approfondimento (*deepening*), che riguarda azioni dirette alla valorizzazione della produzione agricola ed agroalimentare e all'incremento del valore aggiunto per unità di prodotto, attraverso la sostituzione dei fattori di produzione convenzionali: in primo luogo la diversificazione del prodotto, volta al superamento della specializzazione monocolturale, può essere considerata come variabile di riferimento, la riorganizzazione della filiera, una maggiore cura degli aspetti qualitativi del prodotto, la produzione di nuovi beni. Ne sono esempi sia le innovazioni di prodotto (ad esempio produzioni di alta qualità, specialità regionali o locali certificate, o da agricoltura biologica), sia le innovazioni di processo (ad esempio l'incorporazione delle attività di trasformazione e vendita diretta in azienda, a km zero oppure tramite internet su mercati più ampi, la creazione di occasioni partecipative per i consumatori nelle attività aziendali);

b) l'ampliamento (*broadening*), connesso alla diversificazione attraverso l'introduzione - nella mission e nella routine operativa dell'azienda - di attività generative di beni e servizi (per il mercato e non) di tipo non agricolo. L'ampliamento si riferisce all'inserimento di attività non agricole in azienda. Ne sono esempi significativi alcune attività legate ai servizi di ospitalità, ristorazione, servizi turistici diversificati ed esperienziali (escursionismo, cicloturismo, ippoturismo, visite guidate, paesaggistiche archeologi-che); ma anche servizi sociali, di cura ed assistenza per le persone, e formazione (agricoltura sociale, fattorie didattiche, pet therapy ecc.); servizi verdi, forme variegata di gestione della natura, della biodiversità e territorio; produzione di energia alternative, servizi rurali più tradizionali. In generale si tratta di attività no-food realizzate in azienda per rispondere a nuove esigenze dei consumatori e fornire servizi alla collettività;

c) il riposizionamento (*regrounding*), consistente nella ricollocazione dei fattori di produzione, con particolare riferimento alle attività extra-aziendali di composizione e diversificazione del reddito familiare (esempio pluriattività) e alle pratiche di contenimento dei costi, al fine di potenziare l'autonomia dell'impresa di fronte alle incertezze del contesto socio-economico, e in generale di garantirne la sopravvivenza e la capacità di adattamento, compresa l'estensione di alcune attività.

Questi movimenti di diversificazione determinano strategie nuove di innovazione aziendale, essi però non si presentano necessariamente in maniera simultanea e omogenea a livello aziendale. Come dimostrato dal progetto PROMETEA, sia nel caso della Sardegna con il territorio Montiferru-Planargia e Nurra (Meloni 2020), che della Toscana (Bressan 2020) con le sotto-aree regionali Lunigiana, Garfagnana e monte Amiata, il primo passo verso la multifunzionalità, in ottica di approfondimento, si realizza prevalentemente attraverso l'introduzione di innovazioni di *processo* come la vendita diretta, la trasformazione in azienda e il coinvolgimento diretto dei consumatori. Bressan (2020) sottolinea che *l'integrazione della vendita diretta con le attività di produzione e/o*

trasformazione costituisce un aspetto centrale in quanto veicolo di riconoscibilità, garanzia di qualità e fattore strategico per un modello di competizione sul mercato incentrato sulla qualità; in aggiunta, il coinvolgimento dei consumatori nelle attività aziendali o nella conoscenza diretta dell'azienda ne rafforza l'efficacia (es: offerta visite guidate, degustazioni, laboratori gastronomici, auto-raccolta, ecc.). Inoltre, queste pratiche di diversificazione del reddito garantiscono un utilizzo ottimale della manodopera familiare aziendale rispetto al solo fabbisogno dell'attività agricola. È una strategia di allocazione efficiente e remunerativa del lavoro disponibile. Stando sempre a quanto emerso da PROMETEA, in entrambi i casi regionali, non meno significativa è la traiettoria di approfondimento che passa attraverso le innovazioni di prodotto come l'introduzione di produzioni di qualità, produzioni a marchio proprio, specificità regionali o produzioni a basso impatto e di tipo biologico. Pur presentandosi in una gamma di iniziative differenti, l'innovazione scaturisce quasi sempre da un elemento comune dato dal processo di recupero, valorizzazione e reinterpretazione di produzioni antiche e di tradizioni locali che vengono riproposte e riadattate ai gusti differenziati del consumatore contemporaneo (ibid.).

Le forme specifiche di ampliamento, riguardano invece per lo più una connessione alla generazione di servizi legati al turismo. Per esempio, guardando al campione di aziende partecipanti al progetto PROMETEA in Sardegna (42 totali), è risultato che 41 aziende (corrispondenti al 97,6% del totale) svolgono attività di ampliamento e diversificazione, ossia almeno una pratica aggiuntiva alla produzione agricola in senso stretto. 41 aziende (97,6%) dichiaravano dunque di svolgere attività di agriturismo; tra le attività di ampliamento agrituristiche il focus è stato posto soprattutto sul turismo rurale ed esperienziale: ristorazione, pernottamento in alloggio, ospitalità in area sosta (campeggio, roulotte, caravan), visite guidate (paesaggistiche, archeologiche), escursionismo, cicloturismo, ippoturismo, altre attività sportive, pet-therapy, partecipazione ad attività aziendali di tipo esperienziale, convegni e eventi culturali, museo civiltà contadina o attività simili. Ancora 18 aziende, cioè il 42,9% praticavano attività non agricole di servizi sociali tra agricoltura sociale con inserimento di persone diversamente abili, fattorie didattiche, ma anche lavorazione conto terzi (ad esempio imbottigliamento, etichettatura, molitura, ecc.). Mentre passando a quello che Bressan definisce *ampliamento non remunerato* (2020, p.108), ossia i servizi non commodity attuati dalle imprese, i dati proiettano chiaramente l'azienda multifunzionale in una sfera di sostenibilità. Su questo fronte, stando sempre sul caso Sardegna, molte aziende (il 95,2% del totale) hanno dichiarato di produrre externalità positive a ricaduta collettiva (di tipo servizi verdi e ambientali materiali) come la manutenzione siepi e alberature aziendali tenendo conto dell'estetica del paesaggio, manutenzione e ripristino delle strutture aziendali e strade campestri, gestione e manutenzione di muri a secco, manutenzione dei canali di scolo delle acque, serbatoi di recupero delle acque piovane, riduzione dell'uso di fertilizzanti, pesticidi e altre sostanze chimiche per salvaguardare le falde acquifere, energie rinnovabili, riutilizzo di scarti di lavorazione (scotta, nocciolino di oliva, ecc.), ecc.

L'insieme di questi elementi contribuisce al rafforzamento del passaggio dalla multifunzionalità aziendale alla multifunzionalità del territorio. L'interesse di questo profilo di comportamenti rimanda all'esistenza di imprese multifunzionali che hanno un'elevata consapevolezza del loro ruolo ambientale e del contributo attivo all'uso delle risorse naturali. Tuttavia, ciò deve proiettarsi oltre i confini aziendali all'interno di una interrelazione con le attività che coesistono sul territorio in una traiettoria di rafforzamento e diversificazione territoriale (attraverso attività consortili, come per

esempio consorzi turistici locali, consorzi di agriturismi, strade del vino, adesione a marchi collettivi, sponsorizzazione di eventi, partecipazione a ricerche, ecc.).

Figura 1: Dalla multifunzionalità aziendale alla multifunzionalità del territorio



Fonte: Meloni (2020, p.53)

Quando la diversificazione e la differenziazione di beni e servizi territoriali è preponderante possiamo parlare di passaggio *dall'azienda agricola convenzionale produttivistica*, in cui non c'è un uso se non marginale di processi di diversificazione, ad azienda *post-produttivistica* (Brunori 2020). Analogamente, da un punto di vista differente ma parallelo, possiamo vedere come le dimensioni economiche e territoriali dei sistemi agricoli si vanno in questo modo configurando come sistemi *proto-agroecologici* (van der Ploeg 2019), che hanno il potenziale per produrre redditi più elevati rispetto alle aziende agricole che seguono la logica convenzionale, perché in grado di sostituire le risorse interne a quelle esterne, di praticare differenziazione e configurarsi come multi-prodotto, di cercare e realizzare sinergie tra fattori di produzione interni. La maggior parte delle risorse sono (ri)prodotte all'interno dell'azienda o, in alcuni casi, ottenute attraverso rapporti di scambio informali socialmente regolati (e non mercificati) (vedi oltre Ploeg 2019, Podda 2020), che rimanda alla centralità delle reti professionali commerciali per l'innovazione, per lo sviluppo e la valorizzazione dei prodotti per il mercato e non.

Il passaggio dall'attività di business aziendale alla attività del territorio è importante per capire come la creazione di beni pubblici può essere catturata per generare valore per l'intero territorio. Sappiamo che in una logica generale, alcuni aspetti, alcuni beni e servizi che si connotano come fattori di

successo dell'azienda, dipendono dalle attività interne: produzione alimentare, ristorazione e in qualche modo servizi ricreativi. Tuttavia, soprattutto nei casi aziendali relativi alla multifunzionalità nel settore agro-turistico, alle reti d'impresa e percorsi di turismo rurale i fattori di successo che generano attrazione non possono essere ricondotti alle sole capacità aziendali, ma vanno aldilà di tali contesti per interessare l'ambito della complessità territoriale. Infatti, la riproduzione dipende sempre più direttamente dalla capacità del territorio di legittimare in qualche modo le capacità e i valori dell'azienda. Quindi, tutti gli aspetti legati al paesaggio agricolo e insediativo, al patrimonio culturale e al silenzio (fattore materiale spesso fondamentale per il turista), rappresentano delle *costruzioni collettive* a cui le singole aziende partecipano.

Risulta pertanto fondamentale la capacità delle aziende multifunzionali di integrarsi nel territorio, all'interno di filiere tematiche congruenti come i percorsi agro-turistici. Un esempio è rappresentato dalle strade del vino che si strutturano attorno alla produzione di vini di grande notorietà, frutto di attività individuali, che però riescono progressivamente a integrarsi tematicamente tra di loro. L'idea della strada del vino si presenta come integrazione tematica a partire da diverse forme di offerta aziendali. Questa integrazione tematica ha bisogno di una narrativa. La strada viene pertanto combinata con la rappresentazione di un territorio, un patrimonio culturale storico che viene immediatamente associato al prodotto vino, con una valenza che integra anche altri aspetti, altri prodotti. Si genera così un'estensione tematica, che dal vino passa a molteplici prodotti del territorio. Il vino (si veda il caso della malvasia di Bosa), in un contesto specifico (la Strada della malvasia), diventa un *metaprodotto* che rappresenta un territorio. Discorso analogo vale anche per i percorsi agro-turistici che si pongono l'obiettivo di valorizzare il territorio nella sua globalità. Un prodotto, un percorso, collegati ad un territorio ne potenziano l'immagine così come un territorio, con le sue specificità (ambientali, insediative) si riflette sul prodotto, il suo valore e sulla specificità -unicità. Quindi, più in generale, l'azienda multifunzionale svolge un ruolo nella costruzione di un territorio, con le sue identità, la sua storia, come "luogo riconoscibile" dotato di identità e valori propri. Si genera così il sopra menzionato passaggio dalla multifunzionalità aziendale alla multifunzionalità del territorio.

Quanto riportato dimostra che è proprio nell'innescare di questi processi che si compone un'offerta differenziata e unica che intercetta una domanda turistica nuova, attenta all'ambiente e curiosa del territorio, tendenza simbolo di ciò che Ray (1998) chiamava *culture economy*. Quindi non si tratta solo di semplice ospitalità e ristorazione a livello agriturismo, ma di attività esperienziali e laboratoriali tese alla partecipazione attiva nei processi di produzione e trasformazione dei prodotti agricoli e alla conoscenza della storia e delle linee di radicamento territoriale. Queste attività possono richiedere la formazione e le capacità specifiche interne all'azienda necessarie tuttavia per fare rete, come ad esempio le capacità linguistiche, informatiche, manageriali, che assumano certo un peso rilevante all'interno dell'azienda (in grado di rimodellarne la struttura, l'organizzazione del lavoro e dei processi produttivi) ma sono strategiche per l'ingresso e comunicazione su un contesto ampio anche di mercato. Escono pertanto da una sfera dell'accessorietà (nei confronti del reddito e delle esternalità generati dalla produzione agricola) per divenire elementi di primaria importanza nello sviluppo aziendale e nell'evoluzione del turismo rurale territoriale.

In conclusione, la multifunzionalità in agricoltura diventa una strategia per diversificare le attività aziendali in risposta alla nuova domanda di beni e servizi espressa dai cittadini consumatori nei confronti del settore primario, costitutiva di una nuova modernità riflessiva, in cui sia le preferenze e

i comportamenti d'acquisto che le pratiche e le logiche di produzione si riflettono nella costruzione dei profili individuali e collettivi e viceversa (Giddens 1991; Gauntlett 2008). Tutto questo avviene - è importante prenderne atto - attraverso non solo il cambiamento degli stili di vita e di consumo ma anche con l'emergere di nuove popolazioni (rural users, ambientalisti, ecc.). Più in generale il rurale e le dimensioni a esso collegate sono sostenuti in modo endogeno dai mutamenti legati agli stili di vita del ceto medio, come nel caso delle tematiche ambientali e del neo-ruralismo. Si tratta di nuovi stili di vita che investono non solo le scelte di consumo turistico ma anche le scelte residenziali, l'edilizia, gli investimenti economico-finanziari e possono essere collegati alla rivoluzione "postmaterialista", una rivolta morale contro il consumismo (Inglehart 1997). Si tratta inoltre di scelte "private" (consumi, residenzialità e stili di vita) che hanno una non trascurabile dimensione pubblica e politica e che, come tali, costringono a ripensare la dinamica tra interesse individuale e azione pubblica (Hirschman 1982).

5. Multifunzionalità come elemento di connessione territoriale tra aree rurali e urbane: il focus sulle aree interne

In connessione con quanto detto sopra, è ora importante focalizzare il ruolo della multifunzionalità all'interno di territori particolari, quelli delle aree interne, quelli che qualche decennio fa avrebbero costituito le cosiddette campagne difficili. Questo appare utile anche al fine di comprendere come si possano ristabilire legami e rapporti più ampi tra rurale e urbano, campagna e città, e come il turismo dei territori rurali riacquisti - in questa lente - un ruolo di riattivazione specifico davanti a quell'Italia che nel Manifesto per Riabitare l'Italia, è descritta come il Paese dei «vuoti», ovvero il Paese 'del declino demografico, dello spopolamento e dell'abbandono edilizio, della scomparsa o del degrado di servizi pubblici vitali (dalla scuola alla farmacia, dall'ufficio postale al forno, al presidio ospedaliero)' (Cersosimo, Donzelli 2020, p. 3). Sebbene questa definizione sembri darne un'immagine sconcertante, le aree interne rappresentano comunque 'una parte ampia del paese - circa tre quinti del territorio e poco meno di un quarto della popolazione - assai diversificata al proprio interno, distante da grandi centri di agglomerazione e di servizio e con traiettorie di sviluppo instabili ma tuttavia dotata di risorse che mancano alle aree centrali, rugosa, con problemi demografici ma anche fortemente policentrica e con forte potenziale di attrazione [...] E richiede attenzione al fatto che da queste aree vengono beni necessari per tutti noi: acqua, aria buona, cibo, paesaggi, cultura' (Barca 2013). Una attenta lettura mostra come le aree interne sono aree fortemente differenziate. La stessa campagna interna non si è convertita in modo unilineare in un'area marginale generalizzata, ma si rivela - come visto nel quarto paragrafo - un universo variegato, con "diverse tipologie di ruralità" (Bertolini, Pagliacci 2012), dotato di capitale territoriale specifico, suscettibile di possibili diversi indirizzi di sviluppo. Ciò per esempio emerge se ci si focalizza nell'individuazione delle differenze e specificità delle regioni storiche collocate all'interno delle aree interne. In quest'ottica, muta il giudizio di valore e si delineano, dunque, i punti di forza di tali aree: esse appaiono come meno soggette a pressioni antropiche, ricche in potenzialità di sviluppo energetico, idrico, turistico, offrendo risorse ecosistemiche, ambientali, paesaggistiche, culturali, le quali - in molti casi - sono massime in periferia e minime negli agglomerati centrali turistica (Dematteis 2012, 2018). Inoltre, appare fondamentale sottolineare che le aziende che si collocano nelle aree interne hanno un livello di multifunzionalità generalmente alto, mentre quelle che si collocano nelle aree più fertili di pianura tendono a essere più monofunzionali (Wilson, 2008, Henke e Salvioni, 2009). Un'elevata multifunzionalità è tipica anche delle aree periurbane dove essa garantisce alle aziende agricole

migliori opportunità e una maggior capacità di “resistenza” alle esternalità negative derivanti dalla vicinanza con grandi agglomerati urbani (Locci 2013; Corrado 2013).

Oggi più che mai le aree interne con le loro produzioni multifunzionali si annidano nei mercati di qualità e in esse confluiscono interessi di consumatori urbani che sia allontanano da un consumo indifferenziato di massa (si veda ad esempio Counihan 2020). La sinergia tra attori interni al rurale e attori provenienti dalla sfera urbana ha portato allo sviluppo dei cosiddetti nested market (Oostindie et al. 2010; Polman et al. 2010), ovvero mercati capaci di generare beni e servizi ad alto grado di qualità specifiche creando nel contempo nuovi rapporti città-campagna. (Oecd 2001; Oostindie et al. 2002). In questo quadro, l’agricoltura e le forme di turismo rurale che ad essa si connettono contribuiscono al miglioramento della qualità della vita urbana grazie al carattere multifunzionale (Brunori et al. 2008). Nel turismo rurale la localizzazione delle produzioni conta (Van der Ploeg, 2008) assumendo significato rilevante soprattutto in una prospettiva di sviluppo per le aree interne (De Rossi 2020). È una prospettiva in cui le filiere si localizzano. Localizzare significa non chiudere le aree rurali in sé stesse, bensì individuare le risorse e competenze disponibili da mettere a valore attraverso la creazione di una relazione di continuità con l’ “esterno” (Sivini, Corrado 2013). Di conseguenza tale messa a valore non è un processo chiuso nei confini del rurale o nell’azione delle singole (o rete di) imprese, è invece un processo di reciprocità e connessione tra i sistemi rurali e città. La qualità data dalla localizzazione rappresenta un’intermediazione tra popolazioni urbane e rurali, ne rappresenta un primo punto di contatto di cui il turismo si fa veicolo.

5.1 Popolazioni vecchie e nuove nelle aree interne

Sebbene nelle sezioni precedenti si sia fatta menzione dell’emergere di un “nuovo consumatore turistico” sulla scia di una modernità riflessiva e della culture economy di Ray (1998), è bene far notare che – in riferimento alle aree rurali e nello specifico alle aree interne – non è solo la domanda a cambiare nella natura degli attori che la muovono, ma anche l’offerta che viene animata dall’interazione tra vecchie e nuove popolazioni rurali. Infatti, negli ultimi anni anche le aree interne appaiono sempre più come luoghi che cominciano a esercitare un potere attrattivo non solo per chi ne vuole fare esperienza occasionale (es. attraverso turismo) ma anche per chi vuole farne un luogo stabile di vita. Ciò si manifesta attraverso l’apertura a – e l’accoglienza di – “nuove popolazioni”, ad esempio giovani che si riaffacciano a lavorare la terra (Cersosimo 2012) o che trovano in queste aree il capitale potenziale per sviluppare idee imprenditoriali, in molti casi connesse alla sfera del turismo esperienziale. È – usando le parole di Barberis (2009) – una rivincita delle campagne.

Le popolazioni che oggi gravitano attorno a paesi e aree rurali sono sicuramente diversificate. Mentre in passato abitanti residenti e lavoratori coincidevano ed esaurivano buona parte delle relazioni tra individui e territorio, oggi, è possibile in maniera estremamente schematica distinguere almeno sei gruppi di popolazioni differenti:

1. Abitanti residenti e lavoratori: coloro che abitano e lavorano nello stesso luogo.
2. Abitanti residenti e non lavoratori: coloro che abitano in un luogo ma lavorano in un altro (es. pendolari e city-users).

3. Abitanti non residenti: (a) lavoratori per periodi più o meno lunghi come gli immigrati stranieri legati alla stagionalità delle produzioni agricole (Corrado, D' Agostino 2019) (b) lavoratori da remoto (*smart workers*) che scelgono queste aree per avere un beneficio sulla qualità della vita.
4. Residenti e non abitanti: coloro che lavorano da altre parti ma mantengono residenza o spesso casa e proprietà nel luogo.
5. Nati che non risiedono e non lavorano: gli emigrati, che spesso nei paesi dell'interno rappresentano percentuali di popolazione di riferimento maggioritaria, i quali mantengono connessioni legate alla proprietà, parentela, o che tornano per le vacanze.
6. "Nuove popolazioni" che potremo chiamare *rural users* (Meloni 2012). Sono persone, non assimilabili al solo turismo estivo, balneare, montano, non soggette quindi alla tradizionale stagionalità. Esse hanno legami con i luoghi e risultano essere alla ricerca di legami comunitari (e altro); possono essere cittadini temporanei, residenti part-time o "definitivi" (Cersosimo 2013), montanari per scelta (Dematteis 2011).

La varietà dei luoghi di cui i nuovi turisti fanno esperienza si accompagna quindi anche a una pluralità di popolazioni e forme di vita (Pasqui 2020, p.21). Un'indagine sui "nuovi montanari" (Pascolini, 2008; Euromontana, 2010; Dematteis 2011; Corrado, 2013) ha, mostrato che negli ultimi decenni si è avviata – in Europa come in Italia – una ripresa demografica delle aree montane le quali, invece, nei decenni precedenti, avevano subito un forte processo di spopolamento. A tal riguardo Barbera (2018), in uno studio sulle Terre Alte piemontesi, le Valli Cuneesi e la Val Pellice, ha messo in evidenza i fattori e i meccanismi che hanno favorito l'imprenditorialità e l'insediamento di nuove popolazioni dei cosiddetti "nuovi montanari", ampie fasce di abitanti urbani – principalmente giovani – che cercano la montagna². Guardando all' imprenditorialità sono propri gli elementi di unicità a diventare determinati nella scelta dei luoghi di vita e lavoro, in quanto base per potersi differenziare sul mercato ed essere così innovativi nei prodotti e nei servizi offerti garantendosi – nel medesimo tempo – un'alta qualità della vita. A tal riguardo, in maniera paradossale quanto ironica, in un recente contributo del settimanale *Io donna*, in riferimento a due aree interne della Sardegna, ci si chiedeva se il Montiferru e la Planargia fossero un angolo della Svezia in quanto proprio dal paese del nord Europa arrivavano un gran numero di persone interessate a comprare casa tra Santu Lussurgiu e Cuglieri. Tra questi, artisti, medici, professionisti, gestori di alberghi e bed and breakfast interessati a un territorio che vanta presidi slow food, e con un centro – Seneghe – che è paese del premio internazionale dell'olio extravergine di oliva e casa della consolidata e rilevante esperienza della Scuola Estiva nazionale di sviluppo locale-Sebastiano Brusco.

Senza ricadere in un localismo conservatore o in una difesa nostalgica dei tempi andati nella mitologia che avvolge le narrazioni per cui "il borgo non è più soltanto luogo fisico ma anche luogo della mente" (Censis, 2003), una lettura attenta dell'insieme delle popolazioni che si interessano – ritornando – a questi territori potrebbe intendersi quale possibile risposta (pur parziale e non sufficiente) al problema dello spopolamento, soprattutto se incentivato attraverso policy specifiche. Il coinvolgimento nella scelta, nel disegno di scenari futuri – legati anche al turismo – delle aree interne, nella loro

² In misura minore si nota anche una crescita nella popolazione montana composta da immigrati stranieri.

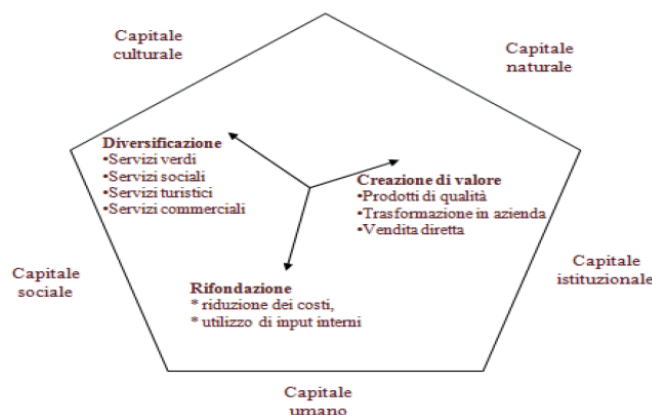
implementazione e nella loro gestione deve riguardare queste popolazioni nel loro insieme³ come in un tassello di strategie di policy possibili che non si può non considerare (Fenu 2020; Sanna 2020). Particolarmente importante ci sembra la riflessione su chi diventa un nuovo produttore in queste aree, il tema delle nuove soggettività e culture; e quello connesso alle produzioni e alle economie consapevolmente "territorializzate", come nel caso della multifunzionalità aziendale. Insieme i due punti tracciano una linea di sviluppo innovativo e sostenibile che è centrale nell'attuale dibattito politico oggi e senza la quale "non esiste progetto".

Prospettive di integrazione e innovazione dell'offerta turistico-rurale: verso quali modelli di governance?

La capacità di un territorio di rappresentarsi e comunicarsi in maniera unitaria e coerente verso l'esterno, verso la platea dei *rural users* – e attrarre quindi turisti – dipende dalla rispettiva capacità degli attori locali di sapersi coordinare e organizzare al fine di selezionare e valorizzare le risorse che diverranno poi oggetto dell'offerta turistica. Come sottolineano Brunori et al. (2020) nel quadro del progetto PROMETEA, l'offerta dei sistemi turistici rurali deve saper valorizzare peculiari ricchezze e attrattive del territorio che ne determinino unicità e conseguente alta competitività sul mercato. Nella concettualizzazione PROMETEA (ibid.), l'unicità – intesa come immagini, messaggi, valori propri solo di quel territorio e difficilmente riproducibili altrove – si articola attraverso tre proprietà che gli attori locali devono tutelare, riscoprire, rafforzare e promuovere: la diversità, la qualità, e la coerenza.

Nella diversità si riflette la gamma variabile di paesaggi, ambienti, valori, simbolismi, pratiche di produzione, trasformazione e consumo, di cui il turista può fruire e fare esperienza. La funzione regolatrice giocata dall'agricoltura nella sfera rurale comporta che la diversità non abbia pertanto una esclusiva dimensione aziendale bensì collettiva in cui l'azienda agricola multifunzionale acquista centralità (fig. 2), instaurando nuove relazioni esterne e interne con aziende del medesimo territorio, affinché la diversità stessa possa essere resa fruibile e comunicabile.

Figura 2: Il ruolo dell'azienda agricola multifunzionale



Fonte: Brunori et al. 2020, p.124

³ A volte queste popolazioni sono disperse, si pensi ad esempio agli immigrati che tornano per periodi più o meno lunghi o semplicemente in vacanza, ai loro discendenti, o ai visitatori che hanno un affetto e un legame con questi determinati luoghi.

Essendo la vacanza e l'esperienza del rurale un "pacchetto complesso e strutturato di diversità", difficilmente riferibile a un prodotto o servizio singolo ma identificabile in un risultato *multi-prodotto* derivante da un processo di comunicazione, mediazione e integrazione tra attori locali, la concertazione propedeutica tra imprese – prima ancora di altri attori – risulta essere essenziale. In queste dinamiche acquista significatività esplicativa il tema della distrettualità (Becattini 1987) che – traslato dal sistema industriale – mette in evidenza come l'assenza di un unico centro chiave dell'economia rurale, a fronte di una frammentazione aziendale e policentricità produttiva, richieda un'organizzazione reticolare della produzione attraverso l'interazione tra aziende che condividono appartenenza – e/o trasversalità – settoriale e vicinanza ubicativa (Belletti, Marescotti 2020). In questo modo l'interazione tra aziende contribuisce a definire la rappresentazione e l'immagine trasmissibile del territorio come prodotto ultimo di un processo di intermediazione eco-sociale.

In questa costruzione sociale del territorio, si inserisce il modellamento della qualità come seconda dimensione dell'unicità. Il concetto di qualità non è un concetto che corrisponde a costruzioni di significato e attributi univoci in quanto si rifà a una multidimensionalità che cambia nel tempo e nello spazio sulla base di richieste, regole, culture e aspettative derivanti dal mercato, dalla società e dagli apparati di governance. La qualità dei prodotti o dei servizi offerti non è mai un elemento dato ma sempre una costruzione tra attori differenti che riconoscono particolari caratteristiche vantaggiose (vantaggi e benefici etici, edonistici, simbolici, funzionali, estetici derivanti dalla loro produzione e consumo/fruizione) (Brunori et al. 2020), preferendo tali prodotti ad altri con funzioni d'uso simili. Sebbene ci si possa trovare davanti alla definizione di standard di qualità omologabili e replicabili in contesti differenti, la diversità e l'unicità dei territori rurali fanno sì che la qualità dei prodotti definibili come *embedded* nel rurale sia *site-specific*, in quanto derivante dal *milieu* locale consolidato nel tempo. Nell'offerta turistica rurale, il turista, sulla base della percezione relativa alla rappresentazione degli attributi del rurale trasmessa dal territorio, interagirà con questi attributi assegnandoli un significato personale; è in questa ultima interazione che si crea la costruzione e la trasmissione di "che cos'è un prodotto o servizio di qualità", ed è in tale processo che si determinano le scelte e le preferenze di consumo.

In ultimo, in virtù di una diversità e multidimensionalità qualitativa dell'unicità territoriale, è necessario individuare o creare una linea di coerenza tra i prodotti e servizi offerti al fine di strutturare un'offerta caratterizzata da una narrazione omogenea e non dispersiva del territorio. Questo non è un appiattare la sua eterogeneità ma semplicemente rafforzarne e trasmetterne punti di forza seguendo linee tematiche che ne facilitano la comunicabilità, organizzazione di rete, e l'attrattività. Nell'obiettivo di costruire un'offerta integrata e coerente, la definizione di itinerari si pone oggi come elemento utile per favorire l'aggregazione di fattori d'attrazione territoriali. L'itinerario permette di evidenziare specificità differenti dei luoghi attraversati ma, parallelamente, li connette mediante una linea tematica comune.

‘Il suo successo è condizionato dal valore del fatto storico che lo anima, dalla ricchezza di fatti culturali che lo giustificano e dalle possibilità di generare sviluppo delle aree che attraversa: diventa fattore aggregante motivi di interesse culturale ed economico, anche in grado di alimentare processi creativi e innovativi, favorendo lo sviluppo dell'intero sistema produttivo locale. Si pone come nuova categoria patrimoniale e strumento di sviluppo turistico innovativo, complesso e multidimensionale che crea nuove occasioni imprenditoriali

attraverso lo sviluppo di prodotti e servizi complementari [...] consentendo un'equa distribuzione degli introiti del turismo tra diversi operatori economici locali' (Trono e Oliva 2013, p.14).

Come evidenziato da Sois (2020) in riferimento all' implementazione del progetto PROMETEA in Montiferru-Planargia, la costruzione degli itinerari non determina una inflessibilità dell'offerta, piuttosto una sua adattabilità – lungo una direttrice tematica precisa – alle esigenze e disponibilità economiche e temporali del turista. Nel caso PROMETEA, l'offerta integrata e organizzata in itinerari è comunicata attraverso un catalogo digitale nel quale i visitatori si indirizzano primariamente su percorsi tematici specifici composti da esperienze base (o servizi base) e proposti da un numero ristretto di aziende, le quali sono poi arricchibili e integrabili con esperienze affini presentate in connessione. In questo modo si potrà garantire, a ciascun visitatore – indipendentemente dalla sua disponibilità di tempo e di denaro – di vivere appieno l'unicità territoriale. Allo stesso modo, nel territorio dell'Amiata, la piattaforma Booking Amiata, come output progettuale, consente al turista di acquistare direttamente online le esperienze territoriali e adattarle alle sue esigenze integrando il soggiorno in strutture agrituristiche con attività complementari come ingressi ai musei, visite guidate, noleggio bici, o degustazioni. Le tematicità degli itinerari si presentano così flessibili alla costruzione personalizzata della vacanza senza perdere però coerenza e organicità.

In ultimo, l'itinerario consente inoltre di dilatare l'offerta individuando dei luoghi di accesso ai territori – solitamente centri medio-grandi con facilità di raggiungimento da porti e/o aeroporti – connettendoli poi a un insieme di nodi interni. Questa dilatazione, come connessione, innesca un circolo virtuoso con cui si concatena una reale traiettoria di riattivazione di aree rurali interne e periferiche e una strategia territoriale di stagionalizzazione dell'offerta. Il percorso, in qualità di rete, si articola in una struttura variabile di trame composta da nodi, segmenti, e raccordi in cui confluiscono – e da cui scaturiscono – alleanze per superare un rischioso isolamento aziendale, come in un insieme dove 'ciascun elemento non è soltanto un elemento in sé, ma un elemento che valorizza il tutto' (Capineri 1996, p. 4).

Nel processo di creazione del valore mediante il turismo rurale si procede assemblando risorse e connettendo attori differenti. Per questo motivo la cooperazione ne è elemento vitale sia per avere benefici privati che collettivi soprattutto di carattere ambientale. Come dimostrato teoricamente con il "dilemma del prigioniero" (Nash 1950) e con la "tragedia dei commons" e la successiva "tragedia dei commons non gestiti" di Hardin (Hardin 1968; 1994; 1998), i comportamenti non cooperativi conducono a soluzioni non ottimali per ognuno degli attori in gioco e quindi non Pareto ottimali, in termini di posizioni personali e di qualità dell'ambiente, mentre la cooperazione tra giocatori produce vantaggi per tutti, uomo, ambiente e collettività in generale. La cooperazione non si realizza però solo a livello di reti aziendali ma anche di governance per la co-gestione stessa dell'offerta come risorsa collettiva locale per la competitività. Questa diviene una risorsa dalla natura non-privata, necessitante della costruzione di partnership che racchiudano soggetti pubblici, privati, terzo settore e società civile e che divengano il bacino di confluenza di strategie operative coordinate e *mission* comuni.

Conclusioni e prospettive progettuali per l'area MACP

Alla luce della complessità data da una ruralità differenziata e malleata da processi di mutamento sociale come i cambiamenti di consumo, l'adozione di nuovi modelli produttivi, o l'intefacciarsi e mischiarsi di nuove popolazioni e nuove idee – in una prospettiva di sviluppo turistico delle aree rurali – si evince che un territorio di successo è quello che riesce a coordinarsi e a rappresentarsi in maniera unitaria e convincere una platea di osservatori e di utilizzatori della coerenza di una rappresentazione come insieme di tale complessità. Questa è però anche la cosa più difficile, perché assistiamo al fatto che ogni operatore ha la sua storia da raccontare, anche di successo, che potrebbe essere diversa rispetto a quella degli altri, all'interno dello stesso ambito di filiera o di territorio. Quindi per quanto possa risultare semplice costruire rappresentazioni, il problema è quello di renderle coerenti. A tal proposito, molte delle storie aziendali delle singole realtà territoriali studiate in PROMETEA, raccontano di singolari modelli di imprenditorialità multifunzionale ad alto livello di sostenibilità. Ciò che va rafforzato è la rappresentazione formalizzata di insieme di una rete territoriale, necessaria per costruire e dare valore a percorsi turistici esperienziali, pacchetti incentivanti che valorizzino ulteriormente il territorio nella sua globalità. Il passaggio dalla multifunzionale aziendale al territorio richiede l'attivazione di strumenti e azioni che ne facilitino il coordinamento.

PROMETEA ha dato un supporto a questo processo nell' area MACP attraverso: (1) la definizione dei modelli multifunzionali e la modellizzazione di esperienze imprenditoriali (Meloni 2020; Arru et al. 2020; Bressan 2020; Brunori et al. 2020); (2) l' attivazione di misure volte a favorire la cooperazione e le reti d'impresa, tra cui meritano specifica menzione i network tematici (Podda 2020; Moruzzo et al. 2020), con lo specifico obiettivo di attivare la creazione di reti (e cluster di reti) tra soggetti (e/o reti) attraverso la formulazione di contratti di rete, che possono rappresentare un'innovazione organizzativa e di processo di messa in connessione delle imprese (Pacetti, Cois 2020); (3) la definizione di percorsi esperienziali/pacchetti incentivanti sostenibili che valorizzano il territorio nella sua globalità e che offrono al turista una sorta di continuità-identità territoriale (Sois 2020).

Dal lascito di PROMETA, riparte oggi il progetto “*Tursimo Sostenibile in MACP*” attraverso una prima fase di analisi delle esperienze progettuali rilevanti (oltre PROMETEA) implementate nel territorio in merito alla tematica turismo sostenibile, al fine di creare – sin dai primi passi – concertazione tra esperienze, progetti, e attori dello sviluppo. Sulla base di questa analisi, quale pilastro fondamentale di un qualsiasi tentativo di costruzione e/o rafforzamento dell' offerta turistica integrata, *Tursimo Sostenibile in MACP* individua casi aziendali rilevanti (in questo caso – diversamente da PROMETEA – non solo aziende agricole) i quali verranno connessi nella creazione di percorsi tematici consultabili tramite catalogo e le cui esperienze saranno prenotabili e visualizzabili tramite una piattaforma promozionale, progettata nel quadro del progetto stesso. Il rafforzamento della messa in rete degli attori e l'ampliamento degli strumenti che consentono tale azione (piattaforma e catalogo), nonché poi l'individuazione di nuovi nodi, creano dunque continuità con quanto già fatto contribuendo a far convergere le singole attività di impresa in una linea comune di sviluppo territoriale con ricadute positive per l'intera collettività

Bibliografia

Almstedt, Å., Brouder, P., Karlsson, S., & Lundmark, L. (2014). Beyond post-productivism: from rural policy discourse to rural diversity. *European countryside*, 6(4), 297-306.

Anania G., Pupo D'Andrea M.R. (1996), «L'agricoltura in Calabria: le ragioni di una modernizzazione difficile», in Cersosimo D. (a cura di), *Una politica economica per la Calabria – Valori, strutture, attori*, Rubbettino, Soveria Mannelli, pp. 67-89.

Arru, B., Furesi, R., Madau, F.A., Pulina, P. (2020). “Multifunzionalità e redditività delle imprese agrituristiche. Il caso della Sardegna”, in B. Meloni e P. Pulina (a cura di), *Turismo sostenibile e sistemi rurali Multifunzionalità, reti di impresa e Percorsi*, pp. 67-88.

Bachis, F., Cois, E., Giannattasio, C., Pinna, A., & Pintus, V. (2020). Silenzi apparenti. Abbandono e spopolamento dei centri urbani in Sardegna tra passato e futuro. *ArchistoR*, 682-705.

Bagnasco A. (1988), *La costruzione sociale del mercato*, Bologna, il Mulino.

Barberis, C. (1992), Presentazione, in INSOR (a cura di), *Comuni urbani, comuni rurali – per una nuova classificazione*, pp. 3-6.

Barberis, C. (2009). *La rivincita delle campagne. Economie e culture dalla povertà al benessere*. Roma: Donzelli Editore (ISBN 978-88-6036-2).

Barca F. (2013), Intervento conclusivo. ‘Forum Aree interne: nuove strategie per la [programmazione](#) 2014-2020 della [politica di coesione](#) territoriale’, Rieti, Auditorium Fondazione Varrone, 11-12 marzo 2013

Battaglia, F. (2007). *Turismo rurale: l'albergo diffuso per la conservazione del paesaggio. Il caso della Carnia*. EUT Edizioni Università di Trieste.

Bauhardt, C., Brückner, M., & Caglar, G. (2015). Understanding consumer behaviour: the social embeddedness of food practices. Paper prepared for presentation at the EAAE-AAEA Joint Seminar “Consumer Behavior in a Changing World: Food, Culture, Society” March 25 to 27, Naples, Italy.

Belletti, G. (2010). Ruralità e turismo. *Agriregionieuropa*, 20, 11-13.

Belletti, G., e Berti, G. (2011). Turismo, ruralità e sostenibilità attraverso l'analisi delle configurazioni turistiche. In Pacciani A. (a cura di), *Aree rurali e configurazioni turistiche: differenziazione e sentieri di sviluppo in Toscana*. Roma: Franco Angeli.

Belletti, G., Marescotti, A. (2020). “Il ruolo delle reti per lo sviluppo del turismo rurale e la valorizzazione dei prodotti di origine”, in B. Meloni e P. Pulina (a cura di), *Turismo sostenibile e sistemi rurali Multifunzionalità, reti di impresa e Percorsi*, pp.135-154.

Belliggiano, A., Sturla, A., Vassallo, M., & Viganò, L. (2020). Neo-endogenous rural development in favor of organic farming: Two case studies from Italian fragile areas. *European Countryside*, 12(1), 1-29.

Bensemman, J., & Hall, C. M. (2010). Copreneurship in rural tourism: exploring women's experiences. *International journal of gender and entrepreneurship*.

Berti, G., Brunori, G., Guarino, A. (2010). Aree rurali e configurazioni turistiche. In D. Cinti (a cura di), *Turismo rurale e progetto di paesaggio. La Valtiberina Toscana per un turismo naturale e culturale sostenibile*. Firenze: Alinea Editrice.

- Bertolini, P., & Pagliacci, F. (2012). Tra povertà e ricchezza: la ruralità nell'Europa allargata.
- Bevilacqua, P. (2014). Precedenti storici e caratteristiche del declino delle aree interne. In *abstract from the conference Le aree interne: nuove strategie per la programmazione*.
- Bowler, I. (1999). Endogenous agricultural development in Western Europe. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 90(3), 260-271.
- Bressan, M., (2020). Modelli di multifunzionalità nelle imprese agricole e politiche regionali in Toscana, in B. Meloni e P. Pulina (a cura di), *Turismo sostenibile e sistemi rurali Multifunzionalità, reti di impresa e Percorsi*, pp. 89-120.
- Brunori, G. (1994), Spazio rurale e processi globali: alcune considerazioni teoriche, in PANATTONI, A. (a cura di), *La sfida della moderna ruralità, Agricoltura e sviluppo integrato del territorio: il caso delle colline pisane e livornesi*, CNR-RAISA, n. 2018, Servizio Tecnografico Area di Ricerca CNR, Pisa.
- Brunori, G., Favilli, E., Scarpellini, P. (2020). “La governance dei servizi turistici: alcuni scenari di innovazione”, in B. Meloni e P. Pulina (a cura di), *Turismo sostenibile e sistemi rurali Multifunzionalità, reti di impresa e Percorsi*, 121-134.
- Brunori G. et al. (2008), *In che modo consumatori consapevoli possono contribuire allo [sviluppo sostenibile?](#) Un'analisi a partire dal consumo alimentare*, “Quaderni Sismondi” n°5, luglio
- Bryceson, D.F. (1993). Depeasantization and rural employment generation in sub-Saharan Africa: Process and prospects. Working paper, vol.19. Leiden: African Studies Centre.
- Capineri, C. (1996). “Reti e studi geografici”. In C. Capineri and M Tinacci Massello. (a cura di), *Geografia delle comunicazioni. Reti e strutture territoriali*. Torino: Giappichelli.
- Cersosimo D. (2012), *Tracce di futuro. Un'indagine esplorativa sui giovani Coldiretti*. Roma: Donzelli.
- Cersosimo, D., & Donzelli, C. (2020) (a cura di). *Manifesto per riabitare l'Italia*. Roma: Donzelli.
- Cersosimo, D., Ferrara, A. R., & Nistico, R. (2018). L'Italia dei pieni e dei vuoti. In A. De Rossi (a cura di), *Riabitare l'Italia: le aree interne tra abbandoni e riconquiste*. Roma: Donzelli Editore.
- Chambers, R. (1983) *Rural development: putting the last first*. Harlow: Prentice Hall
- Chiesi, A. M. (1998). Le specificità della terziarizzazione in Italia. Un'analisi delle differenze territoriali della struttura occupazionale. *Quaderni di sociologia*, (17), 41-64.
- Coleman S.J. (1990), *Foundations of Social Theory*, Cambridge-London, The Belknap Press [trad. it. *Fondamenti di teoria sociale*, Bologna, il Mulino, 2005].
- Corrado A. (2013), Nuovi contorni e sistemi agroalimentari sostenibili, in Sivini S. e Corrado A. (a cura) *Cibo locale*, Liguori Editore, pp.17-38.
- Corrado, A., & D'Agostino, M. (2019). Migranti, mercati nidificati e sostenibilità in territori fragili: i casi di Riace e Camini (Calabria). *Mondi Migranti*.
- Counhian, C. (2020). *Italian Food Activism in Urban Sardinia. Place, Taste, and Community*. London: Bloomsbury Academic.

- Cresta, A., & Greco, I. (2011). *Luoghi e forme del turismo rurale. Evidenze empiriche in Irpinia: Evidenze empiriche in Irpinia*. FrancoAngeli.
- De Benedictis (1990) (a cura di), *Trasformazioni agrarie e pluriattività in Italia, Studi e Ricerche*, Inea, il Mulino, Bologna.
- De Benedictis M. (2002), «L'agricoltura del Mezzogiorno: “la polpa e l'osso” cinquant'anni dopo», *La Questione Agraria*, 2, pp. 199-236.
- De Benedictis M. (2005), «L'agricoltura del Mezzogiorno ieri e oggi: fattori di crisi e di rilancio», *Rassegna economica*, 2, pp. 13-43.
- De Filippis, F., & Henke, R. (2014). *Modernizzazione e multifunzionalità nell'agricoltura del mezzogiorno*. QA Rivista dell'Associazione Rossi-Doria.
- Dematteis, G. (Ed.). (2011). *Montanari per scelta: indizi di rinascita nella montagna piemontese*. Milano: Franco Angeli.
- Dematteis G., Petsimeris P. (1989), Italy: counterurbanisation as a transitional phase in settlement reorganisation, in A.G. Champion (ed.), *The Changing Pace and Nature of Population Deconcentration*, Edward Arnold, London, pp. 187-206.
- De Rossi, A. (a cura di) (2020). *Riabitare l'Italia: le aree interne tra abbandoni e riconquiste*. Roma: Donzelli Editore.
- Fabiani, G. (2015). *Agricoltura-mondo: la storia contemporanea e gli scenari futuri*. Donzelli Editore.
- Fabiani, G. (1991) (a cura di). *Lecture territoriali dello sviluppo agricolo*. Milano: Franco Angeli.
- Fang, W. T. (2020). Rural Tourism. In *Tourism in Emerging Economies* (pp. 103-129). Springer, Singapore.
- Garrod, B., Wornell, R., & Youell, R. (2006). Re-conceptualising rural resources as countryside capital: The case of rural tourism. *Journal of rural studies*, 22(1), 117-128.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford: Stanford University Press.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20.
- Gauntlett, D. (2008). *Media, gender and identity: An introduction*. London: Routledge.
- Hall, P, Pain, K (2006) *The Polycentric Metropolis. Learning From Megacity Regions in Europe*, London: Earthscan.
- Hardin, G., 1968). *The Tragedy of the Commons*, *Science*, Vol. 162, No. 3859, pp. 1243–1248.
- Hardin, G. (1994). *The tragedy of the unmanaged commons*, «*Trends in Ecology & Evolution*», vol. 9, n. 5., pp. 199–199.
- Hardin, G. (1998). *Extension of “the tragedy of the commons”*, «*Science*» vol. 280, pp. 682–683.
- Henke, R. (2002). *Dalla riforma Mac Sharry ad Agenda 2000: il processo di greening della Pac*. QA Rivista dell'Associazione Rossi-Doria.

- Hirschman A.O. (1958), *The Strategy of Economic Development*. New Haven, Yale: University Press.
- Hirschman A.O. (1982). *Shifting Involvements. Private Interest and Public Action*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Horlings, L. G., & Marsden, T. K. (2011). Towards the real green revolution? Exploring the conceptual dimensions of a new ecological modernisation of agriculture that could 'feed the world'. *Global environmental change*, 21(2), 441-452.
- Iacoponi L. (1998). La sfida della moderna ruralità: sviluppo rurale, ambiente e territorio, in D. Regazzi (a cura di) "L'agricoltura italiana tra prospettiva mediterranea e continentale". Napoli: SIDEA, Officine grafiche Grafitalia.
- Ilbery, B., & Bowler, I. (1998). From agricultural productivism to post-productivism (pp. 57-84). Addison Wesley Longman Ltd.
- Inglehart R. (1997), *Modernization and postmodernization: cultural, economic, and political change in 43 societies*, Princeton, N.J, Princeton University Press.
- Lane, B. (1994). What is rural tourism?. *Journal of sustainable tourism*, 2(1-2), 7-21.
- Locci M. (2013), Multifunzionalità delle aziende agricole periurbane nell'area vasta di Cagliari, in Meloni B. Farinella D. (2013), *Sviluppo rurale alla prova*, Torino, Rosenberg & Sellier, pp. 281-206
- Lowe P., Murdoch J., Marsden T., Munton R., Flynn A. (1993), "Regulating the new rural spaces: the uneven development of the land", *Journal of Rural Studies*, Vol. 9.
- Lun, L. M., Pechlaner, H., & Volgger, M. (2016). Rural tourism development in mountain regions: Identifying success factors, challenges and potentials. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 17(4), 389-411.
- MacDonald, R., & Jolliffe, L. (2003). Cultural rural tourism: Evidence from Canada. *Annals of tourism research*, 30(2), 307-322.
- McMichael, P. (2009). A food regime genealogy. *The journal of peasant studies*, 36(1), 139-169.
- McNally, S. (2001). Farm diversification in England and Wales—what can we learn from the farm business survey?. *Journal of rural studies*, 17(2), 247-257.
- Meloni 2020. Modelli di innovazione delle imprese agricole multifunzionali, in B. Meloni e P. Pulina (a cura di), *Turismo sostenibile e sistemi rurali Multifunzionalità, reti di impresa e Percorsi*, pp. 21-66.
- Meloni, B. (2013a). La costruzione sociale dello sviluppo territoriale. In *Sviluppo rurale alla prova. Dal territorio alle politiche*, edited by Meloni, B., and Farinella, D. (2013). Torino: Rosenberg & Sellier.
- Meloni, B. (2012). Per un'altra campagna e una green metropolis. Una lettura da rural users. <https://iris.unica.it/handle/11584/47442>
- Meloni, B. & Farinella, D. (2015). Cambiamenti ed evoluzione del pastoralismo in Sardegna, 11, 89-93.
- Messely, L., Rogge, E., & Dessein, J. (2013). Using the rural web in dialogue with regional stakeholders. *Journal of Rural Studies*, 32, 400-410.

Moruzzo, R., Colosimo, V., Scarpellini, P., Di Iacovoin, F. (2020). Le reti dell'accoglienza: imprese, istituzioni e terzo settore. L'agricoltura sociale, in B. Meloni e P. Pulina (a cura di), Turismo sostenibile e sistemi rurali Multifunzionalità, reti di impresa e Percorsi, pp. 201-240.

Murdoch J., Ward N. (1997). "Governmentality and territoriality: the statistical manufacture of Britain 'national farm'", *Political Geography*, 16: 307-324.

Nash, J. (1995). The Bargaining Problem, «*Econometrica*», vol. 18, n. 2, pp. 155–162.

OECD (2001). *Multifunctionality: Towards an Analytical Framework*, Paris, OECD Publications Service.

OECD (2006). *The new rural paradigm: Policies and Governance*, Paris, OECD Publications Service.

Oostindie H.A., Van der Ploeg J.D., Renting H. (2002), Farmer's experience with and views on rural development practices and process: Outcomes of a transnational European survey, in J.D. Van der Ploeg, A Long, J.Banks (a cura), *Living Countrysides. Rural Development Processes in Europe: The State of the Art, Doetinchem*, Elsevier, pp. 214- 231

Oostindie H.A. et al. (2010), The central role of nested markets in rural development in Europe, in "Rivista di *Economia Agraria*", vol. LXV, n. 2, pp. 191- 224

Ostrom E. (1990) *Governing The Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*, Cambridge, Cambridge University Press [trad. it. *Governare i beni collettivi*. Venezia, Marsilio, 2006].

Pacetti, V., Cois., E. (2020). "Reti di imprese e percorsi agrituristici", in B. Meloni e P. Pulina (a cura di), Turismo sostenibile e sistemi rurali Multifunzionalità, reti di impresa e Percorsi, pp.155-166.

Podda, A. (2020). "Il capitale sociale delle aziende agricole multifunzionali. Reti commerciali, professionali e innovazione", in B. Meloni e P. Pulina (a cura di), Turismo sostenibile e sistemi rurali Multifunzionalità, reti di impresa e Percorsi, pp.167-200.

Paddeu, S. (2005). Il fenomeno dell'agriturismo nella Provincia di Oristano: un esempio di turismo rurale. *Sociologia urbana e rurale*.

Patel, R. (2013). The long green revolution. *The Journal of Peasant Studies*, 40(1), 1-63.

Pérez-Vitoria, S. (2007). *Il ritorno dei contadini* (Vol. 769). Editoriale Jaca Book.

Petsimeris, P. (1989). Le reti urbane tra decentramento e centralità. *Nuovi aspetti di geografia delle città*.

Ploeg van der, J. D. (2008). *The new peasantries: struggles for autonomy and sustainability in an era of empire and globalization*. New York: Routledge.

Ploeg, van der, J. D. (2018). *I contadini e l'arte dell'agricoltura: Un manifesto chayanoviano*. Lexis.

Ploeg J.D. van der et al. (2019). The economic potential of agroecology: Empirical evidence from Europe, "Journal of Rural Studies", <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.09.003>.

Ploeg, van der, J.D. and Marsden, T. (2008). *Unfolding Webs: the Dynamics of Regional Rural Development*. Assen. Royal Van Gorcum.

Paulino, E. T. (2014). The agricultural, environmental and socio-political repercussions of Brazil's land governance system. *Land Use Policy*, 36, 134-144.

- Podda, A. (2020). "Il capitale sociale delle aziende agricole multifunzionali. Reti commerciali, professionali e innovazione", in B. Meloni e P. Pulina (a cura di), *Turismo sostenibile e sistemi rurali Multifunzionalità, reti di impresa e Percorsi*, pp.167-200.
- Polman N. et al. (2010), Nested market with common pool of resources in multifunctional agriculture, in "Rivista di Economia Agraria", vol. L, XV, n. 2, pp. 295- 318.
- Ray, C. (1998). Culture, intellectual property and territorial rural development. *Sociologia ruralis*, 38(1), 3-20.
- Roberts, L., Hall, D., & Morag, M. (Eds.). (2017). *New directions in rural tourism*. New York: Routledge.
- Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. *Tourism management*, 23(3), 233-244.
- Sivini, S., Corrado, A. (a cura di) (2013). *Cibo locale. Percorsi innovativi nelle pratiche di produzione e consumo alimentare*. Napoli: Liguori Editore.
- Sois, E. (2020). "Percorsi agro-turistici nelle aree interne e costiere della Sardegna", in B. Meloni e P. Pulina (a cura di), *Turismo sostenibile e sistemi rurali Multifunzionalità, reti di impresa e Percorsi*, pp.301-341.
- Sotte, F. (2010). La politica di sviluppo rurale dell'UE. Riflessioni a margine del dibattito italiano. *QA Rivista dell'Associazione Rossi-Doria*.
- Spaargaren, G., Oosterveer, P., & Loeber, A. (Eds.). (2013). *Food practices in transition: changing food consumption, retail and production in the age of reflexive modernity*. Routledge.
- Storti, D. (2000). *Tipologie di aree rurali in Italia*. INEA.
- Trigilia, C. (1999). "Capitale sociale e sviluppo locale". *Stato e mercato*, 57, 419-440.
- Trono, A., Oliva, L. (2013). "Percorsi religiosi tra turismo culturale e strategie di pianificazione sostenibile: ricerca e innovazione". *Annali del turismo*, 9-34.
- Uleri, F. (2019). Capitalism and the peasant mode of production: A Chayanovian analysis. *The Russian Peasant Studies*, 4(3), 43-60.
- Vázquez-Barquero, A., & Rodríguez-Cohard, J. C. (2016). Endogenous development and institutions: Challenges for local development initiatives. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 34(6), 1135-1153.
- Ventura, F., & Milone, P. (2005). *Innovatività contadina e sviluppo rurale: un'analisi neo-istituzionale del cambiamento in agricoltura in tre regioni del Sud Italia* (Vol. 7). FrancoAngeli.
- Wilson, G. A. (2001). From productivism to post-productivism... and back again? Exploring the (un) changed natural and mental landscapes of European agriculture. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 26(1), 77-102.