

## **The contribution of territorial certifications to sustainable tourism development of small towns.**

Tindara Abbate, Elvira Tiziana La Rocca e Augusto D'Amico<sup>1</sup>

### **Abstract**

**Purpose.** The aim of this paper is to investigate the possible contribution that territorial certifications may have on the touristic development of small towns, becoming a stimulus for the definition of policies oriented to the valorization of tangible/intangible resources of territory, landscape and local community. Also, they may encourage local actors to assume participative governance models and to state of touristic development priorities concerning a specific area.

**Methodology.** From a methodological point of view, the first part of paper is dedicated to the main contributions in literature in reference to the theme here investigated. The second part presents the results of an explorative qualitative analysis focused through case study method, represented by Gangi, a small town located in Sicily. It obtained the title of “BorgodeiBorghì 2014”.

**Results.** The work has allowed, as main result, to understand how the territorial certifications represents an impetus to the valorization of origin and identity of Sicilian small town, fostering the adoption of policies and practices directed to the conservation of intrinsic historical-artistic-cultural heritage, to the improvement of life quality to the local community and to the definition of innovative ways to improve its attractiveness and competitiveness. The territorial certifications may become a tool of management through which stimulate effective initiatives aimed at promoting the development of tourism of the small towns, supporting the hospitality culture and tourism of quality.

**Limits.** Limitation comes mostly from the qualitative single case study method used in the paper, which has an explorative nature.

**Conclusions.** From a managerial point of view, the paper gives some insights on the definition and the adoption of policies oriented to the generation of new trajectories of touristic development aimed at the promotion of the territorial distinctive features, of the tangible and intangible resources, of the social and cultural heritage and traditions that influence the identity of small town, considering the needs of the local community and of the public/private actors that they are focused on the new forms of participation and collaboration. From a theoretical point of view, the paper examines a field scarcely explored by national literature, even if it is possible to underline the proliferation of territorial certification and an improved impetus of the small towns to exhibit different certifications.

**Key words:** *territorial certification; local touristic development; Borghi più belli d'Italia; Gangi.*

---

<sup>1</sup>Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Messina, Via dei Verdi, 75 – 98122 Messina; email: abbatet@unime; tlarocca@unime.it; damico@unime.it.

## 1. Introduzione

Negli ultimi anni la visione del territorio “come un forziere di valori, conoscenze, cultura, arte, spesso invisibili” (Baccarani, Golinelli 2011, p. IX) ha innescato stimolanti riflessioni sulla necessità di attivare innovativi percorsi di sviluppo turistico locale che, diversi da quelli tradizionali, siano incentrati su nuovi elementi di originalità, risorse specifiche e distintive, identità locali, ricchezza del patrimonio storico-artistico-culturale, prodotti enogastronomici capaci di raccontare la storia e la tradizione dei luoghi, in un armonioso equilibrio tra attrattività, competitività e sostenibilità (Caroli, 2006; Rullani, 2009). Tuttavia, lo sviluppo equilibrato, duraturo e sostenibile di un territorio è la risultante di nuovi modelli di *governance* basati su necessari processi di interazione, convergenza, condivisione dinamica e sistemica tra gli attori locali (pubblici e privati) che, direttamente o indirettamente, partecipano al miglioramento delle condizioni attrattive del luogo, da cui trarre benefici economici/sociali/culturali/ambientali, unitamente ai livelli di benessere, attuale e prospettico, della comunità locale (Pollice et al., 2009).

In questo rinnovato contesto, le certificazioni territoriali possono assurgere a strumenti di propulsione dello sviluppo turistico locale se contemplati in un progetto più ampio di valorizzazione dell'autenticità e dell'identità territoriale attraverso il recupero e la ridefinizione in chiave turistica delle tradizioni culturali e produttive (Calzati, 2012), oltre a divenire nuovi fattori di attrattività e di competitività per l'area di riferimento (Ritchie e Crouch, 2000).

La crescente diffusione delle certificazioni territoriali, considerata come risultante del cambiamento positivo degli attori locali di indirizzare i propri sforzi verso la ricerca di nuovi modelli di sviluppo locale/turistico orientati al concetto di qualità e di sostenibilità nelle differenti declinazioni, si lega alle opportunità offerte in termini di potenziali benefici ricavabili da parte dell'area coinvolta e dei diversi attori che in essa vi operano. Tali benefici riguardano sia la definizione e l'attivazione di percorsi virtuosi intrapresi nella gestione delle azioni/iniziativa finalizzate all'ottenimento ed al mantenimento del riconoscimento, sia all'impatto sulla comunicazione esterna, sulla visibilità del luogo rappresentando elementi di differenziazione considerato che le certificazioni agiscono “*come filtri percettivi che sintetizzano i valori della tutela ambientale e che facilitano il flusso informativo con i pubblici di riferimento*” (Pencarelli et al., 2012, pag. 24).

Sulla base di queste considerazioni, il presente lavoro si pone l'obiettivo di indagare il possibile contributo delle certificazioni territoriali sullo sviluppo turistico sostenibile, divenendo stimolo per la formulazione di politiche attente alla valorizzazione delle risorse materiali ed immateriali del territorio, del paesaggio e delle comunità locali, oltre a spingere i differenti attori locali ad assumere modelli di governo partecipativo e a ridefinire le priorità per uno sviluppo economico e sociale in una prospettiva di sostenibilità.

Più specificatamente, si intende rispondere alle seguenti domande di ricerca: *se e come le certificazioni territoriali possano contribuire all'attivazione di efficaci percorsi di promozione, sviluppo e valorizzazione del patrimonio storico, artistico e culturale dei piccoli borghi, accrescendone l'attrattività e la competitività in un'ottica di sostenibilità economica, sociale ed ambientale.* Il lavoro sviluppa un'analisi esplorativa qualitativa basata sul metodo del caso studio rappresentato dal Borgo di Gangi (Sicilia), insignito del titolo di “Borgo dei Borghi 2014”.

Il paper è strutturato come segue. Il paragrafo successivo presenta i principali contributi teorici sviluppati sul tema delle certificazioni territoriali. Il terzo paragrafo descrive le finalità e le caratteristiche della certificazione “I Borghi più belli d'Italia”. Il quarto paragrafo illustra la metodologia adottata. Il quinto paragrafo riporta i risultati dell'analisi e, infine, il paragrafo sei discute i risultati, evidenziando le implicazioni teoriche e manageriali, i limiti e i futuri

sviluppi della ricerca.

## 2. Le certificazioni territoriali: stimolo per lo sviluppo turistico locale

Il territorio sta vivendo una fase di trasformazione che richiede la ridefinizione dei percorsi di sviluppo e delle dinamiche di competitività, palesando la necessità di identificare e di valorizzare nuovi *asset* strategici attraverso cui accrescere il potenziale di attrattività e di competitività e rafforzare l'identità locale in un'ottica di sostenibilità economica, sociale ed ambientale (Caroli, 2006). In questa prospettiva, emergono modelli e pratiche di sviluppo sostenibile<sup>2</sup> orientati a preservare le condizioni qualitative territoriali, contribuire al miglioramento del benessere attuale e prospettico della comunità locale, valorizzare l'identità territoriale attraverso la riproposizione in chiave turistica delle tradizioni produttive e culturali, rispondere alle richieste della domanda turistica più attratta da forme di offerta dirette al rispetto dell'ambiente e dall'autenticità dei luoghi e assicurare un efficace posizionamento competitivo (Caroli, 2006; Pollice e Spagnuolo, 2009). Ciò implica che la qualità e le bellezze naturali del paesaggio, il patrimonio storico-culturale-artistico, il capitale sociale, l'identità del luogo e i prodotti autoctoni, che si impregnano delle tradizioni del luogo, possono assurgere *driver* per lo sviluppo turistico sostenibile del territorio (Calzati, 2012). Tuttavia, la combinazione e la valorizzazione dei fattori di eccellenza del territorio pongono in evidenza non solo il legame tra *heritage* e turismo (Calzati, 2012), ma soprattutto la centralità di un necessario modello di *governance* (Caroli, 2006) condiviso e partecipato che stimoli il coinvolgimento degli attori locali (pubblici e privati) nella definizione e nella pianificazione dell'offerta turistica (Bramwell e Lane, 2000, 2011), oltre alla partecipazione attiva della comunità locale nella definizione del futuro del proprio territorio (Ritchie, 1993; Dredge, 2007). In tal modo, si potrebbe assicurare convergenza strategica e coordinamento operativo (Crouch e Ritchie, 1999) ai fini di una gestione integrata delle condizioni e degli strumenti utilizzabili per accrescere l'attrattività e la competitività dell'area e, per tale via, ottenere benefici economici, sociali, culturali ed ambientali (Pechlaner *et al.*, 2005; Ko, 2005; Martini, 2005; Hall, 2008; Dinica, 2009).

In un'ottica di gestione integrata del territorio, le certificazioni territoriali sono state recentemente considerate come elementi di facilitazione, di supporto e di amplificazione per contesti territoriali a vocazione turistica che intendono adottare modelli e pratiche orientati ai principi di sostenibilità, rafforzare l'immagine dell'area come destinazione turistica di qualità agli occhi dei turisti-consumatori e, più in generale, dei potenziali fruitori della destinazione (Ritchie e Crouch, 2000; Uysalet *et al.*, 2000; Pencarelli e Gregori, 2009; De Salvo, 2010; Lorenzini *et al.*, 2011).

Sebbene la letteratura sul tema abbia sviluppato una ricca tassonomia riguardo ai *brand* applicati al territorio (es. *eco-label*, sistemi di gestione certificati, premi, ecc.) (Carbone *et al.*, 2000; Kozak e Nield, 2004; Kavartzis, 2005; Tasci and Kozak, 2006; Lorenzini *et al.*, 2011; ), il punto di contatto tra le diverse forme di certificazioni territoriali è riconducibile al fatto che la richiesta di ottenimento deriva da una scelta volontaria delle aree interessate, nutrendo la consapevolezza che le certificazioni possano divenire una "*way for policy-makers to convey a sense of quality and sustainability*" (Presenza *et al.*, 2014) ed esprimere il sistema dei valori caratterizzanti il territorio, sintetizzarne l'essenza e comunicare i contenuti materiali ed immateriali delle diverse espressioni di offerta.

In questa prospettiva, le certificazioni territoriali, la cui assegnazione è il risultato di un complesso processo di valutazione e di controllo, realizzato da specifiche organizzazioni

---

<sup>2</sup> Sul concetto si rinvia alla definizione di Sviluppo Sostenibile data dalla Commissione Mondiale per l'Ambiente e lo Sviluppo (WCEB) secondo cui è "*sostenibile uno sviluppo che soddisfa le esigenze del presente senza compromettere le possibilità per le generazioni future di soddisfare i propri bisogni*".

(Sallows e Font, 2004; Honey e Stewart, 2002), rappresentano potenziali opportunità per lo sviluppo di processi e servizi che rispettano *standard* di qualità indicati ed accertati, oltre a stimolare la definizione e l'implementazione di percorsi, progetti e iniziative rientranti nell'alveo dei principi di sostenibilità ambientale, sociale e turistica. Difatti, le certificazioni, soprattutto nel caso di piccoli territori, assurgono a validi strumenti di gestione, diretti sia alla promozione di forme diverse di turismo di qualità, basato sulla valorizzazione delle risorse locali, dell'artigianato, delle produzioni tipiche e dell'identità, sia alla diffusione della cultura dell'ospitalità che coinvolge la comunità locale al fine di innescare uno sviluppo economico e sociale (Calzati, 2012).

Interessanti in tale direzione sono le esperienze promosse da alcune associazioni italiane, oramai riconosciute anche a livello internazionale, tra cui è anche possibile annoverare il Club selezionato per il presente contributo.

### **3. Il Club “I Borghi più Belli d’Italia”**

Il Club “I Borghi più belli d’Italia” si costituisce nell’anno 2011 su iniziativa di alcuni sindaci di piccoli comuni aderenti alla Consulta Nazionale del Turismo dell’Associazione Nazione dei Comuni Italiani (ANCI), allo scopo di combinare le peculiarità di eccellenza dei borghi che rappresentavano e soprattutto di creare una rete di rilevanza nazionale e fortemente impegnata nelle attività di promozione e di valorizzazione delle aree di riferimento.

La costituzione del Club trova la propria ragion d’essere nella pressante necessità di *“valorizzare il grande patrimonio di Storia, Arte, Cultura, Ambiente e Tradizioni presente nei piccoli centri italiani che sono, per la grande parte, emarginati dai flussi dei visitatori e dei turisti”* ([www.borghitalia.it](http://www.borghitalia.it)), con l’intento di dare una risposta concreta ai problemi dello spopolamento e del degrado dei piccoli centri, quale risultato di una situazione di marginalità rispetto alle grandi metropoli caratterizzate da un intenso e profittevole movimento sia commerciale sia turistico.

L’idea condivisa dai sindaci promotori è stata quella di far in modo che il Club non avesse la finalità di rappresentare *“una mera operazione di promozione turistica integrata”* ([www.borghitalia.it](http://www.borghitalia.it)), ma fosse in grado di assicurare nel tempo, attraverso la tutela, il recupero e la valorizzazione, il mantenimento di un patrimonio di memorie, storie, monumenti, tradizioni, significati che, diversamente, andrebbe irrimediabilmente perso. Tutto questo perché *“l’Italia minore, quella a volte più sconosciuta e nascosta, rappresenta al meglio il dipanarsi della storia millenaria che ha lasciato i suoi segni indelebili soprattutto in questi luoghi rimasti emarginati dallo sviluppo e dalla modernità a tutti i costi”* ([www.borghitalia.it](http://www.borghitalia.it)).

Attualmente, i Borghi italiani che hanno aderito al Club ed hanno ottenuto la relativa certificazione sono circa 245 nelle diverse aree del Paese (Nord, Centro, Sud e Isole). Secondo quanto indicato nella Carta di Qualità del Club, i criteri di eleggibilità possono essere così sintetizzati: 1) popolazione che, nel Borgo antico del Comune o della Frazione, di cui si fa richiesta, non superi i 2000 abitanti e il Comune non superi la soglia di 15.000 abitanti (+10% su valutazione del Comitato Scientifico); 2) possesso di un patrimonio architettonico e/o naturale, certificato da documenti in possesso del Comune e/o della Sovrintendenza delle Belle Arti, garantendo la prevalenza degli edifici storici sulla massa costituita e realizzando un complesso omogeneo sotto il profilo estetico; 3) qualità del patrimonio contemplando la dimensione urbanistica ed architettonica; 4) manifestazione di una volontà e di una politica di valorizzazione, sviluppo, promozione e animazione del proprio patrimonio (vedi tab.1).

La scelta di aderire al Club, rispettando i principi richiamati per l’ottenimento ed il mantenimento della certificazione, è volontaria e rappresenta l’impegno esplicito dei Comuni di individuare nella qualità della vita, nella valorizzazione delle risorse materiali/immateriali,

la propria vocazione, che, in tal modo, diventa fonte per il conseguimento di un vantaggio competitivo rispetto ad aree ritenute concorrenti.

**Tab. 1. Criteri di eleggibilità per l'ottenimento della certificazione territoriale**

<b>Valorizzazione</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ chiusura permanente o temporanea del borgo alla circolazione automobilistica</li> <li>✓ organizzazione di parcheggi esterni</li> <li>✓ trattamento estetico ovvero mimetizzazione delle linee aeree elettriche/telefoniche</li> <li>✓ esistenza di sfumature e gradazioni di colori nelle facciate</li> <li>✓ rinnovamento e abbellimento delle facciate</li> <li>✓ trattamento e studio particolare dell'illuminazione pubblica</li> <li>✓ trattamento delle insegne pubblicitarie</li> <li>✓ trattamento degli spazi pubblici</li> <li>✓ cura del verde pubblico e installazione di fioriere</li> </ul>
<b>Sviluppo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ conoscenza e stimolo della frequentazione turistica</li> <li>✓ presenza di un'offerta di alloggio, ristorazione e attività ludiche, sportive o culturali</li> <li>✓ esistenza di artigiani d'arte o di servizi</li> <li>✓ esistenza di attività commerciali</li> <li>✓ partecipazione a strutture e iniziative intercomunali</li> </ul>
<b>Promozione</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ esistenza di un punto di informazione o accoglienza</li> <li>✓ organizzazione di visite guidate</li> <li>✓ edizione di guide o opuscoli promozionali</li> <li>✓ esistenza di una segnaletica direzionale e informativa</li> </ul>
<b>Animazione</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ esistenza di spazi e strutture per le feste al coperto o all'aperto</li> <li>✓ organizzazione di eventi originali e di qualità</li> <li>✓ organizzazione di manifestazioni permanenti o temporanee</li> </ul>

Fonte: Carta di Qualità del Club.

La valutazione della candidatura<sup>3</sup> prevede una *visita-expertise* presso il Comune richiedente la certificazione allo scopo di valutare e di verificare la volontà, da manifestare con atti concreti, di soddisfare le condizioni stabilite dalla Carta, elaborando una perizia obbligatoria che prevede l'incontro con il Sindaco e la visita dettagliata del Comune, oltre alla realizzazione di un reportage video-fotografico. Il rapporto, redatto dal Comitato Scientifico, sarà sottoposto al Consiglio Direttivo per deliberare l'ammissione al Club.

Il rispetto e la conformità ai criteri della Carta di Qualità saranno oggetto di controllo e di verifica periodica da parte del Consiglio Direttivo del Club al fine di stimolare le amministrazioni locali al mantenimento dell'impegno di soddisfare i suddetti criteri e di migliorare le condizioni che hanno consentito l'ottenimento della certificazione. L'attività di controllo conferma che *“la classificazione tra i borghi più belli (...) non è un fine in sé ma, al contrario, l'inizio di un cammino che intende conciliare costantemente il rispetto del patrimonio del borgo con lo sviluppo della sua economia e delle attività dei suoi abitanti”* (art. 5, Carta di Qualità).

Ottenuta la certificazione, il Comune è autorizzato all'utilizzo del marchio de “I Borghi più belli d'Italia”, assumendo l'impegno di apporlo nelle azioni di promozione e soprattutto nei diversi documenti di comunicazione con i cittadini e con i terzi soggetti, oltre a collocare il pannello, che riporta l'emblema figurativo del Club, agli ingressi principali del borgo.

#### 4. Metodologia

<sup>3</sup> In proposito, è utile evidenziare che il Comune trasmette una domanda scritta di ammissione, allegando la seguente documentazione: a) delibera del Consiglio comunale che chiede l'ammissione tra “I Borghi Più Belli d'Italia”; b) dichiarazione relativamente all'esistenza dei requisiti riguardanti la popolazione ed il patrimonio architettonico e/o naturale, come specificato nella Carta di Qualità.

L'approccio metodologico adottato è consistito nell'approfondimento di un caso studio secondo quanto proposto da Eisenhardt (1989), Yin (1994) e Eisenhardt e Graebner (2007). Esso è stato ritenuto un metodo di analisi qualitativa strumentale al raggiungimento degli obiettivi dichiarati, permettendo di procedere all'approfondimento puntuale delle questioni di interesse (Corbetta, 2003) e di avere la possibilità sia di utilizzare una varietà di fonti sia di presentare i risultati in una varietà di modi che accrescono la comprensione di aspetti differenti legati al caso selezionato.

Miles e Huberman (1994) descrivono la ricerca fondata sul caso *study* (in Beeton, 2005:42) come: “*a holistic empirical inquiry used to gain an in-depth understanding of a contemporary phenomenon in its real-life context, using multiple sources of evidence*”. Stake (1983) asserisce che “*case studies have the capacity of taking numerous study foci into account by including several groups of individuals within the boundaries of a case, for example a town*” (Beeton, 2005).

In effetti, il focus di questo studio è proprio questo: indagare il contributo che le certificazioni territoriali possono assumere per lo sviluppo turistico sostenibile dei piccoli borghi; studiare le principali problematiche connesse al mantenimento delle certificazioni territoriali; e approfondire i benefici derivabili dal riconoscimento territoriale qui investigato, coinvolgendo diversi attori ed utilizzando differenti fonti di raccolta dati ed informazioni. Il caso selezionato è il Comune di Gangi (Sicilia). La scelta di indagare l'esperienza del Borgo di Gangi, seppur consapevoli di porre un limite all'analisi realizzata, deriva dal fatto che il borgo ha ottenuto il riconoscimento nazionale di “Borgo più bello d'Italia” (Edizione 2014), distinguendosi altresì nel panorama nazionale e internazionale per aver avviato percorsi di sviluppo locale incentrati sul recupero e sulla valorizzazione delle identità locali, sull'attenzione per la tutela dell'ambiente e per l'arredo urbano (es. iniziative di donare case gratis a chi le ristruttura per il ripopolamento e la riqualificazione dell'area), sulla capacità del patrimonio storico-artistico e culturale e dei prodotti enogastronomici di narrare la propria storia e le proprie tradizioni. Inoltre, le diverse certificazioni conferite al Comune di Gangi attestano l'importanza che il borgo attribuisce alla qualità, alla bellezza, all'identità e agli aspetti più strettamente connessi alla sostenibilità; infatti, esso ha ottenuto le certificazioni di *LeusBeauxVillages de la Terre*, Comune Gioiello d'Italia 2012, *Smart Communities* 2015, Comune turistico e a vocazione turistica, membro della Rete “*FriendlyChineseItaly*”, ecc.

#### *a. Il contesto della ricerca (Comune di Gangi)*

Nell'area delle Madonie Orientali si trova il Comune di Gangi (*Engyon* nella letteratura archeologica) che si estende su una superficie di 127,47 km<sup>2</sup> e conta 6.909 abitanti, con una densità di 54 abitanti per km<sup>2</sup>. Il territorio è caratterizzato da rilevanti testimonianze di carattere storico-artistico-architettonico, da un consistente patrimonio naturalistico-ambientale di qualità e soprattutto da un riconosciuto patrimonio culturale che si connota per tradizioni, artigianato, enogastronomia, eventi culturali, feste folkloristiche e religiose.

L'economia di Gangi si basa sulle attività tradizionali dell'agricoltura, consistente nella coltivazione di cereali, frumento, viti, olivi e agrumeti, e della zootecnia, praticate e condotte nel rispetto dell'ambiente e della genuinità, rispecchiando l'impegno profuso nello sviluppo di una cultura alimentare fondata sulla qualità riconosciuta dei propri prodotti (es. formaggi, carni, vino, ecc.). L'industria è costituita da imprese che operano nei comparti dei generi alimentari, del tipografico, del vetro, dei materiali da costruzione, dei mobili, della produzione e della distribuzione di energia elettrica e dell'edilizia. Di rilievo, risulta l'artigianato locale consistente nella lavorazione del ferro battuto, della pietra, di ferle, di bisacce, di tessuti ricamati e di oggetti in vetro.

Durante gli ultimi anni, a causa del rallentamento subitodalle attività tradizionali, l'economia Gangi ha tentato di differenziarsi concentrando gli sforzi sullo sviluppo turistico, impegnandosi nella realizzazione di un'offerta di qualità basata sulla valorizzazione delle risorse locali, sul rafforzamento dell'identità locale e sulla cultura dell'accoglienza<sup>4</sup>.

### *b. Le interviste in profondità*

Per la realizzazione dello studio sono state utilizzate differenti fonti informative – primarie e secondarie - che hanno consentito la triangolazione dei dati al fine di garantire la validità dei risultati ottenuti. Le fonti sono state: a) riviste specializzate, pubblicazioni accademiche, relazioni di ricerca; b) presentazioni istituzionali, websitedel Club “I Borghi più belli d’Italia”, articoli pubblicati su quotidiani locali; (c) interviste semi-strutturate, capaci di assicurare una maggiore flessibilità nell’indagare le domande di ricerca. Le interviste in profondità, costituendo uno strumento di raccolta dei dati primari particolarmente utilizzato nell’ambito delle scienze sociali, hanno consentito di entrare in contatto con il contesto sociale, culturale ed economico di Gangi e di ottenere informazioni sia dagli attori impegnati direttamente nelle attività legate alla certificazione territoriale sia dagli operatori coinvolti nello sviluppo turistico del borgo.

Sono stati intervistati nove interlocutori: il Sindaco del Comune di Gangi, il consulente del Comune per la certificazione territoriale, il consulente per l’organizzazione degli eventi, il Presidente della locale PROLOCO e cinque operatori turistici locali. Sebbene le tematiche d’interesse siano state proposte operando una distinzione in base al ruolo dell’intervistato, in generale, esse hanno riguardato: a) le motivazioni che hanno spinto verso l’adesione al Club; b) le politiche e le attività intraprese nell’ambito delle aree indicate per l’ottenimento della certificazione (valorizzazione, sviluppo, promozione e animazione); c) l’influenza di alcune variabili per il successo delle politiche dei Comuni; d) le aree strategiche per lo sviluppo del territorio; e) i benefici (economici, sociali, culturali, ambientali) riconducibili alla certificazione territoriale.

## **Tab. 2: Scheda tecnica delle interviste in profondità**

---

<sup>4</sup>In proposito, sono stati richiesti all’Osservatorio Turistico della Regione Sicilia i dati relativi al numero di arrivi a Gangi negli ultimi 5 anni, al numero medio di pernottamenti e al numero di attività imprenditoriali attivate nel settore turistico-alberghiero negli ultimi 5 anni. Tuttavia, tali informazioni non sono state fornite. Dall’intervista al Presidente della Pro Loco di Gangi risulta che settimanalmente arrivano a Gangi circa 1000 turisti, con un incremento del 70% nell’ultimo anno e mezzo; Gangi ha attualmente un totale di 300 posti letto tra alberghi, B&B e agriturismi; i pernottamenti sono in media di 50 persone, che aumentano in occasione degli eventi (per la Festa di S. Francesco a fine ottobre 2015 il borgo ha avuto il tutto esaurito e per il prossimo Natale è già tutto prenotato); negli ultimi 5 anni sono nati 15 B&B e un ristorante). Infine, si sottolinea la mancanza di survey relative alla soddisfazione della clientela, sebbene il Presidente della Pro Loco, in base alla propria esperienza e ai colloqui intercorsi in loco, riferisca sulla soddisfazione dei turisti in riferimento alle caratteristiche ed ai servizi offerti dal borgo in esame.

<i>Universo</i>	Policy makers, associazioni culturali, operatori locali dello sviluppo turistico
<i>Ambito territoriale</i>	Gangi
<i>Metodo di raccolta dei dati</i>	Intervista personale in profondità semi-strutturata
<i>Banca dati</i>	Inesistente
<i>Unità di campionamento</i>	Policy makers, associazioni culturali, operatori locali dello sviluppo turistico
<i>Dimensione della popolazione</i>	Indefinita
<i>Tecnica del campionamento</i>	Non probabilistico di convenienza
<i>Analisi empirica</i>	Dal 15 luglio al 25 luglio 2015
<i>Numero di interviste realizzate</i>	9
<i>Risposte valide</i>	Tutte

## 5. Risultati

I risultati ottenuti dall'analisi empirica offrono numerosi spunti di riflessione. In merito alle principali motivazioni che hanno stimolato la richiesta di adesione al Club, sono segnalate la partecipazione a un *network* di piccoli centri, la possibilità di avviare programmi di sviluppo sostenibile, di trasformare la città in una destinazione "amichevole" per i visitatori, di sostenere l'economia locale, di migliorare la visibilità e l'attrattività dell'area, di aumentare i flussi turistici rivolgendosi a uno specifico targete avvalendosi di un nuovo canale di comunicazione. Nessuno degli intervistati indica la concorrenza con i comuni e/o le località turistiche vicine nell'ambito delle principali motivazioni che spingono verso l'ottenimento della certificazione.

Facendo riferimento ai diversi fattori (es. sociali, economici, culturali, ecc.) che hanno stimolato il Comune ad attivarsi in tale direzione, secondo alcuni operatori turistici rientrano le spinte provenienti dalle associazioni di categorie e/o singoli operatori del sistema ricettivo, nonché l'esperienza già maturata da altri Comuni limitrofi<sup>5</sup>. Tuttavia, diversi intervistati hanno evidenziato il ruolo svolto dalle istituzioni; in particolare, il Sindaco sottolinea che *"il brand che è stato fortemente voluto e cercato per puntare sulle risorse naturali, sul patrimonio culturale e sul turismo, avendo la convinzione che non si tratti semplicemente di un'etichetta formale(...) ed assumendosi un impegno concreto per cambiare il modo di vedere la vita nel Comune di Gangi. Difatti, fino a otto anni fa il Comune viveva esclusivamente di agricoltura ed è stato necessario innescare una sorta di rivoluzione in tutti gli ambiti della vita paesana per orientare e indirizzare ogni sforzo verso la tutela e la valorizzazione delle diverse risorse naturali e culturali"*.

Ed è proprio su questo fronte che la maggior parte degli intervistati ha evidenziato il crescente impegno verso le principali aree della certificazione (quali la valorizzazione, lo sviluppo, la promozione e l'animazione del territorio), attuando una serie di interessanti azioni ed iniziative: chiusura della circolazione automobilistica in occasione degli eventi, parcheggi esterni con navetta, linee elettriche e telefoniche interrato, cura delle facciate, gestione armoniosa dell'illuminazione pubblica, delle insegne pubblicitarie, degli spazi pubblici, cura del verde e delle fioriere<sup>6</sup>. Di particolare rilievo sono altresì la cura della segnaletica direzionale e informativa, la presenza di punti di informazione o di accoglienza con la distribuzione di mappe per visitare il borgo, le visite guidate, la disponibilità di guide,

<sup>5</sup>«Forse c'è stata un'influenza esercitata dall'esperienza di alcuni comuni limitrofi come Sperlinga che anni fa entrò tra i Borghi più belli d'Italia e poi ne uscì. Adesso è rientrata nuovamente, ma colpì molto l'accaduto».

<sup>6</sup> Gangi ha ottenuto di recente la certificazione di Comune più fiorito.



opuscoli promozionali, audioguide e percorsi per non vedenti, planimetrie dei luoghi da visitare.

Sono presenti il centro commerciale naturale<sup>7</sup>, spazi e strutture per le feste al coperto e all'aperto, aree per bambini e donne in gravidanza, oltre all'impegno continuo rivolto all'organizzazione di eventi originali e di qualità. In proposito, è stato messo in rilievo che *“negli anni passati sono stati organizzati diversi corsi per gli operatori turistici locali per far capire l'importanza di curare l'accoglienza e l'ospitalità dei turisti, muovendo da semplici e possibili iniziative, quali il modo di preparare la colazione all'americana, di curare i menù affinché siano più aderenti alle peculiarità della località. L'intento è stato quello di educare gli operatori a promuovere e valorizzare i prodotti tipici e le tradizioni culinarie”*.

Un forte senso di appartenenza caratterizza Gangi quale principale fattore di successo delle iniziative realizzate. In tal senso, diversi operatori affermano che *“la forza di Gangi è la propria comunità. Si organizzano spettacoli ed eventi di alta qualità e di elevata professionalità artistica, con una continua ricerca di perfezione. Non si bada a spesa e a fatica, cercando di fare sempre meglio e professionalmente. Nel caso del presepe vivente niente è approssimativo, si tratta di un evento internazionale. La Processione dello Spirito Santo, la Sagra della spiga, Vivere Assisi, eventi mensili quali motivazioni concrete per scegliere Gangi (...). Inoltre, il “Musical del giudizio universale è totalmente autoprodotta, integralmente nuovo, con i migliori cantanti e ballerini delle Madonie, settanta minuti di orchestra, un musical sulla Sicilia, nato a Gangi (...) una comunità che si muove insieme con il supporto della banca e del Comune, oltre al sostegno che proviene direttamente dal mercato, cercando di combinare insieme qualità, cultura e coesione economica”*.

In merito alle sfide da superare per il mantenimento della certificazione, è possibile sottolineare che *“i problemi legati alle risorse finanziarie sono sempre presenti, ma superabili con l'impegno e la capacità di coinvolgere e di far partecipare i vari operatori, associazioni ed imprenditori”*. D'altra parte, le diverse attività collegate agli eventi richiedono il coinvolgimento attivo e concreto degli operatori turistici al fine di ottenere adeguati risultati rispetto agli sforzi e alle energie dedicate. Indubbiamente, alcune preoccupazioni riguardano il futuro e, in particolare, l'evoluzione delle attività di volontariato che oggi rappresentano il cuore pulsante del Comune e che, tuttavia, hanno bisogno di motivi validi per continuare nell'impegno sinora manifestato, evitando che nel tempo possa subentrare la stanchezza sia la delusione per i mancati riconoscimenti e ritorni sperati. Pertanto, è stato evidenziato che *“tante associazioni lavorano gratis, ma fino a quando? Si cerca di lavorare con i giovani che sono molto stimolati e motivati. L'obiettivo è tenere alta la passione per il paese con la speranza che in futuro coloro che lavorano per la buona riuscita degli eventi possano essere retribuiti grazie agli incassi derivanti dalle attività e dagli eventi organizzati”*.

Altro aspetto di rilevanza, evidenziato dal Presidente della Pro-Loce, riguarda la capacità di creare e mantenere le condizioni per il *“lavoro di squadra con i comuni limitrofi per far «girare» non solo il singolo paese ma riuscire a far lavorare il territorio delle Madonie. Gangi funziona molto bene, il turista trascorre da noi una giornata, ma potrebbe scegliere un pacchetto turistico del territorio delle Madonie, avendo la possibilità di visitare i territori che lo caratterizzano. La principale difficoltà è riuscire a trovare una sintonia tra i referenti dei diversi comuni, sebbene siano state avviate una serie di attività in tale direzione”*.

In merito ai benefici ottenuti con l'adesione al Club, è possibile rintracciare, sotto il profilo meramente economico, il miglioramento della situazione reddituale ed occupazionale, l'aumento degli investimenti nel settore turistico e i ritorni delle attività turistiche. *“I posti letto sono aumentati da 150 a 800, e si conta per la fine dell'anno di arrivare a 1000 posti letto (...) registrando un aumento straordinario delle presenze turistiche e la nascita di molti*

---

<sup>7</sup> Sul sito web del Comune di Gangi si trova la descrizione di tutte le attività che rientrano nel centro commerciale naturale.

*B&B e di attività di ristorazione*”. Tutto ciò ha determinato una destagionalizzazione dei flussi turistici *incoming*, attratti dall’organizzazione mensile di eventi, dai più tradizionali a quelli più innovativi ideati non solo nel periodo estivo, ma anche in autunno e in inverno.

Sono evidenziabili anche i benefici socio-culturali, legati alla tutela delle tradizioni, i benefici ambientali concernenti la tutela e la conservazione soprattutto del patrimonio naturale, oltre a quelli di natura turistica. Infatti, è stato precisato che *“il Comune si è impegnato molto e continua a impegnarsi per educare gli operatori turistici locali a lavorare in armonia con i principi e la logica della certificazione. Una rivoluzione svolta in questi anni. All’inizio quando si parlava di valorizzare le tradizioni locali, il patrimonio culturale e le risorse naturali alcuni credevano che li prendessimo in giro. Adesso, a distanza di qualche anno, quelle stesse persone si sono ricredute grazie ai benefici ottenuti in virtù dei maggiori flussi turistici”*.

Fare rete tra i borghi è anche un beneficio rafforzato con la certificazione, *“il recente Festival dei Borghi più Belli d’Italia assegnato a Gangi è stato condiviso con gli altri comuni limitrofi borghi più belli di Italia, come Geraci Siculo”*. Sono state realizzate iniziative di comunicazione specifiche sulla certificazione, quali pagine riservate sul sito Internet istituzionale, interventi su stampa, radio, tv, la televisione della segnaletica stradale, l’inserimento del riconoscimento su volantini/opuscoli degli eventi organizzati dall’Amministrazione, su brochure/cataloghi di offerta del territorio. In particolare, *“Facebook e Internet rappresentano un canale di comunicazione di grande aiuto (...). Il sito web del Comune è ricco di informazioni ed è visitato da oltre 250.000 utenti al mese, all’inizio erano circa 150. (...) Adesso la stampa riserva molto spazio, consentendo una grande visibilità internazionale. Ad esempio, all’Expo di Milano Gangi è noto come il Comune che «regala le case», avendone regalate centoquindici. È bastato fare il nome di Gangi per aver un riscontro da parte di tedeschi o inglesi che dicevano «conosciamo Gangi, è il comune che regala le case!» (...) Dai paesi vicini c’è sempre più richiesta di venire a Gangi per esporre e far conoscere i propri prodotti, Gangi è una vetrina importante”*.

Dalle interviste emerge il grado di consapevolezza e l’importanza attribuita alla certificazione da parte dell’amministrazione comunale. *“Quando bisogna rispettare le scadenze legate alla certificazione oppure per partecipare a qualche bando, tutti i dipendenti del Comune lavorano in questa direzione. È stato creato un ufficio dedicato alla certificazione ed è stato nominato un consulente per la certificazione che lavora a titolo gratuito. Non esiste un capitolo di spesa intestato alla certificazione, sarebbe troppo generico, ma esistono capitoli di spesa legati a specifici eventi oppure investimenti da realizzare nell’ambito della certificazione, come il rifacimento delle facciate, le fioriere, il verde”*. Appare forte anche il grado di coinvolgimento e di integrazione adottata dall’ente locale nei confronti dei soggetti esterni interessati al processo di sviluppo economico e sociale del territorio. Gangi riesce a fare tutto grazie al coinvolgimento di numerosi stakeholder, degli operatori turistici e di associazioni che lavorano insieme per la buona riuscita di ogni iniziativa. *“Tutti gli eventi sono organizzati senza spendere tanto, ma grazie al coinvolgimento degli attori presenti sul territorio. Associazioni come PROLOCO e FIDAPA lavorano a supporto delle manifestazioni, ciascuna fornisce un piccolo contributo ... Il segreto del successo è proprio questo: coinvolgere tanti attori locali, senza chiedere soldi, ma avendo bisogno solo di servizi e collaborazione”*.

## **6. Conclusioni, implicazioni teoriche e manageriali, limiti e future ricerche,**

Lo studio si è posto l’obiettivo di indagare il contributo delle certificazioni territoriali sullo sviluppo turistico sostenibile, divenendo stimolo per la formulazione di politiche attente alla

valorizzazione delle risorse materiali ed immateriali del territorio, del paesaggio e delle comunità locali, oltre a stimolare gli attori locali ad assumere modelli di governo partecipativo e a ridefinire le priorità per uno adeguato sviluppo economico e sociale in una prospettiva di sostenibilità.

L'analisi empirica, avente ad oggetto il Comune di Gangi, ha consentito di evidenziare l'importanza della certificazione territoriale quale strumento in grado di promuovere ed innescare politiche degli attori pubblici locali, iniziative degli operatori turistici e comportamento della comunità locale in linea con i principi dettati e vincolanti per l'ottenimento della stessa certificazione. I risultati confermano l'importanza del senso di appartenenza e indicano un forte investimento soprattutto in termini di risorse umane e organizzative, di coinvolgimento di vari stakeholder che collaborano per la buona riuscita di ogni iniziativa con un grande impegno profuso verso la valorizzazione, lo sviluppo, la promozione e l'animazione del territorio.

La certificazione territoriale è altresì ritenuta rilevante perché contribuisce al rafforzamento dell'immagine positiva della località verso il mercato. Essa pertanto assurge sempre più ad elemento di facilitazione, supporto e amplificazione per il Comune esaminato, spingendo verso l'adozione di pratiche orientate alla tutela e alla conservazione del patrimonio che lo caratterizza, al miglioramento della qualità della vita per la comunità locale e all'attivazione di percorsi che accrescono l'attrattività turistica (Ritchie e Crouch, 2000; Uysal et al., 2000; Pencarelli e Gregori, 2009; De Salvo, 2010; Lorenzini et al., 2011). Le sfide per il futuro attengono soprattutto alla capacità di riuscire a stimolare e motivare i giovani, tenendo alta la passione per il borgo con l'obiettivo di riuscire a consolidare i ritorni delle attività turistiche. Sarebbe necessario rafforzare le attività finalizzate alla creazione di network tra i comuni limitrofi certificati "Borghi più belli d'Italia" al fine di attivare e di scambiare risorse cognitive e valoriali e competenze in grado di condizionare le decisioni di governo sulle priorità e sulle tematiche di sviluppo turistico di un territorio.

In questa prospettiva, il lavoro offre una riflessione sul ruolo e sul contributo concreto delle certificazioni territoriali sulla definizione di nuove traiettorie di sviluppo economico, sociale e sostenibile delle aree interessate in una visione di coinvolgimento e di partecipazione attiva dei vari attori, pubblici e privati. Analogamente al Comune di Gangi, altri territori, caratterizzati dalla bellezza del patrimonio storico-artistico e del paesaggio, dalla qualità della propria offerta locale, dall'interesse delle istituzioni locali al miglioramento della propria identità e del proprio posizionamento competitivo, da interessanti forme di cittadinanza attiva, possono immaginare ed attivare anche processi di imitazione per la definizione dei propri programmi di governo del territorio, oltre a diventare parte attiva di un network di piccoli centri orientati a migliorare le condizioni di competitività e di sostenibilità della configurazione turistica locale e del territorio nel suo complesso.

Esso presenta altresì lo spunto per alcune implicazioni teoriche legate all'approfondimento dello studio delle certificazioni territoriali quali strumenti di supporto e di stimolo per la promozione, la valorizzazione e lo sviluppo dei centri minori, nonché in merito alla capacità dei policy maker di mantenere le promesse legate al brand adottando politiche dirette alla tutela del patrimonio storico, artistico e culturale. Sotto il profilo manageriale, appare cruciale una gestione innovativa e attenta degli operatori privati in armonia con il progetto di sostenibilità economica, sociale ed ambientale caratterizzante lo sviluppo locale, andando ad esplorare l'identità turistica del luogo e soprattutto indirizzando i propri sforzi nella valutazione delle risorse territoriali che possono risultare influenti per la competizione dell'area di interesse.

Il limite principale del presente studio, avente natura esplorativa, è rappresentato dall'aver circoscritto l'analisi a un solo caso studio investigando solo un borgo presente nella regione Sicilia. Tuttavia, è opportuno evidenziare che l'indagine è ancora in una fase embrionale,

avendo l'intendimento di approfondire la stessa nell'imminente futuro, estendendola all'intero territorio nazionale e considerando non solo il lato dell'offerta (es. amministratori pubblici locali), ma anche la domanda (es. turisti, residenti, imprese, investitori, operatori del settore, ecc.).

## Bibliografia

- Baccarani C., Golinelli G. M. (2011), Per una rivisitazione delle relazioni impresa-territorio, *Sinergie*, n. 84, pp. VIII-XIII.
- Bramwell B., Lane B. (2011), Critical research on the governance of tourism and sustainability, *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 19, n. 4-5, pp. 411-421.
- Calzati V. (2011), *Certificazioni e territori di qualità: il caso dei "Borghi più belli d'Italia" nella Regione Marche*, Scriptaweb Napoli.
- Calzati V., De Salvo O.P., Bauleo L. (2012), Il ruolo delle certificazioni territoriali per lo sviluppo turistico delle destinazioni minori in Umbria, *Proceeding Convegno Cittaslow: il valore della lentezza per il turismo del futuro*, Perugia/Orvieto, 13-14 giugno, n. 85, pp. 7-11.
- Carbone G., Fava U., Maggi M. (2000), *Certificare un territorio per un turismo di qualità*, IRES Piemonte.
- Caroli M. (2006), *Il Marketing Territoriale*, Franco Angeli, Milano.
- Crouch G.I., Ritchie J.R.B. (1999), Tourism, Competitiveness, and Societal prosperity, *Journal of Business Research*, vol. 44, n. 3, pp. 137-152.
- Dinica V. (2009). Governance for sustainable tourism: a comparison of international and Dutch visions, *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 17, n. 5, pp. 583-603.
- Dredge D. (2007), Community development through tourism, *Annals of tourism research*, vol. 34, n. 4, pp. 1097-1099.
- Hall C.M. (2010), Changing paradigms and global change: from sustainable to steady-state tourism, *Tourism Recreation Research*, vol. 35, n. 2, pp. 131-143.
- Hall C.M. (2009), Degrowing tourism: décroissance, sustainable consumption and steady-state tourism, *Anatolia* vol. 20, n. 1, pp. 46-61.
- Hall C.M. (2008), *Tourism planning: Policies, processes and relationships* (2nd ed.), Prentice-Hall, London.
- Honey M., Stewart E. (2002), Introduction. In M. Honey (ed.), *Ecotourism and Certification: Setting Standards in Practice* (pp. 1-32). Island Press, Washington, DC:
- Kavaratzis M. (2005), Place branding: a review of trends and conceptual models, *The Marketing Review*, vol. 5, n. 4, pp. 329-342.
- Ko T.G. (2005), Development of a tourism sustainability assessment procedure: a conceptual approach, *Tourism Management*, vol. 26, n. 3, pp. 431-445.
- Kozak M., Nield K. (2004), The role of quality and eco-labelling systems in destination benchmarking, *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 12, n. 2, pp. 138-148.
- Lorenzini E., Calzati V., Giudici P. (2011), Territorial Brands for Tourism Development. A Statistical Analysis on the Marche Region, *Annals of Tourism Research*, vol. 38, n.2, pp. 540-560.
- Pechlaner H., Fisher E., Hamman E.M. (2005), Creating the valuable basis of competitive advantages of destinations, in Keller P., Bieger T., *Innovation in Tourism*, AIEST, St Gallen.
- Pencarelli T., Gregori G.L. (2009), *Comunicazione e branding delle destinazioni turistiche. Una proposta manageriale*, Franco Angeli, Milano.
- Pencarelli T., Splendiani S., Fraboni C. (2012), Il ruolo delle certificazioni ambientali nelle politiche di comunicazione delle destinazioni turistiche. Luci e ombre sulle bandiere blu nelle Marche, *Proceeding Convegno Cittaslow: il valore della lentezza per il turismo del futuro*,

Perugia/Orvieto, 13-14 giugno, pp. 19-40.

PresenzaA., Abbate T., AlibrandiA. (2014), From conservation to valorization of heritage assets: the contribution of Cittaslow certification, Proceeding of International Conference Heritage Tourism and Hospitality HTHIC, Istanbul, November 6-8.

Pollice F., Spagnuolo F. (2009), Attrattività e sostenibilità: una lettura congiunta per lo sviluppo turistico locale, *Turismo e Psicologia*, vol. 2, pp. 57-59.

Ritchie J.R.B., CrouchG.I. (2000), The competitive destination: a sustainability perspective, *Tourism Management*, vol. 21, n. 1, pp. 1-7.

Sallows M., Font X. (2004), Ecotourism certification criteria and procedures: implications for ecotourism planning and environmental management, In D. Diamantis(Ed.), *Ecotourism management and assessment* (89-109), Thomson, London.

TasciA.D.A., KozakM. (2006), Destination brands vs destination images: Do we know what we mean?.,*Journal of Vacation Marketing*, vol. 12, n. 4, pp. 299-317.

UysalM., Chen J.S., Williams, D.R. (2000), Increasing state market share through a regional positioning, *Tourism Management*, vol. 21, pp. 89-96.

### **Siti internet**

[www.borghitalia.it](http://www.borghitalia.it)

[www.comune.gangi.pa.it](http://www.comune.gangi.pa.it)