



2016

IL CAPITALE CULTURALE

Studies on the Value of Cultural Heritage

JOURNAL OF THE SECTION OF CULTURAL HERITAGE

Department of Education, Cultural Heritage and Tourism
University of Macerata

Il Capitale culturale

Studies on the Value of Cultural Heritage

Vol. 14, 2016

ISSN 2039-2362 (online)

© 2016 eum edizioni università di macerata
Registrazione al Roc n. 735551 del 14/12/2010

Direttore

Massimo Montella

Co-Direttori

Tommy D. Andersson, Elio Borgonovi,
Rosanna Cioffi, Stefano Della Torre, Michela
Di Macco, Daniele Manacorda, Serge
Noiret, Tonino Pencarelli, Angelo R. Pupino,
Girolamo Sciuillo

Coordinatore editoriale

Francesca Coltrinari

Coordinatore tecnico

Pierluigi Feliciati

Comitato editoriale

Giuseppe Capriotti, Alessio Cavicchi, Mara
Cerquetti, Francesca Coltrinari, Patrizia
Dragoni, Pierluigi Feliciati, Enrico Nicosia,
Valeria Merola, Francesco Pirani, Mauro
Saracco, Emanuela Stortoni

Comitato scientifico - Sezione di beni culturali

Giuseppe Capriotti, Mara Cerquetti, Francesca
Coltrinari, Patrizia Dragoni, Pierluigi Feliciati,
Maria Teresa Gigliozzi, Valeria Merola,
Susanne Adina Meyer, Massimo Montella,
Umberto Moscatelli, Sabina Pavone, Francesco
Pirani, Mauro Saracco, Michela Scolaro,
Emanuela Stortoni, Federico Valacchi, Carmen
Vitale

Comitato scientifico

Michela Addis, Tommy D. Andersson, Alberto
Mario Banti, Carla Barbati, Sergio Barile,
Nadia Barrella, Marisa Borraccini, Rossella
Caffo, Ileana Chirassi Colombo, Rosanna
Cioffi, Caterina Cirelli, Alan Clarke, Claudine
Cohen, Gian Luigi Corinto, Lucia Corrain,
Giuseppe Cruciani, Girolamo Cusimano,

Fiorella Dallari, Stefano Della Torre, Maria
del Mar Gonzalez Chacon, Maurizio De Vita,
Michela Di Macco, Fabio Donato, Rolando
Dondarini, Andrea Emiliani, Gaetano Maria
Golinelli, Xavier Greffe, Alberto Grohmann,
Susan Hazan, Joel Heuillon, Emanuele
Invernizzi, Lutz Klinkhammer, Federico
Marazzi, Fabio Mariano, Aldo M. Morace,
Raffaella Morselli, Olena Motuzenko, Giuliano
Pinto, Marco Pizzo, Edouard Pommier, Carlo
Pongetti, Adriano Prospero, Angelo R. Pupino,
Bernardino Quattrococchi, Mauro Renna,
Orietta Rossi Pinelli, Roberto Sani, Girolamo
Sciuillo, Mislav Simunic, Simonetta Stopponi,
Michele Tamma, Frank Vermeulen, Stefano
Vitali

Web

<http://riviste.unimc.it/index.php/cap-cult>

e-mail

icc@unimc.it

Editore

eum edizioni università di macerata, Centro
direzionale, via Carducci 63/a - 62100
Macerata
tel (39) 733 258 6081
fax (39) 733 258 6086
<http://eum.unimc.it>
info.ceum@unimc.it

Layout editor

Cinzia De Santis

Progetto grafico

+crocevia / studio grafico



Rivista accreditata AIDEA

Rivista riconosciuta CUNSTA

Rivista riconosciuta SISMED

Rivista indicizzata WOS

Musei e mostre tra le due guerre

a cura di Silvia Cecchini e Patrizia Dragoni

Altri contributi

Documenti

Limiti e potenzialità per lo sviluppo dell'*heritage-based tourism* nelle aree interne. Il caso di Fiordimonte (MC)*

Elisabetta Maroni**

Abstract

L'obiettivo della ricerca è proporre una possibile strategia di sviluppo economico sostenibile del comune di Fiordimonte (MC), incardinata sulla valorizzazione a fini turistici delle risorse *place e time specific*, nell'ottica della *resource-based theory*. Nella prima parte il

* Il presente contributo è un estratto della tesi di laurea magistrale: *La valorizzazione dei beni culturali: opportunità per lo sviluppo di una potenziale destinazione turistica. Il caso di Fiordimonte*, a.a. 2014-2015, Università degli Studi di Macerata, Dipartimento di Scienze della formazione, dei beni culturali e del turismo, Corso di laurea magistrale in Management dei beni culturali, relatore prof.ssa Mara Cerquetti, correlatore prof. Massimo Montella. Il lavoro di ricerca e la redazione dell'articolo sono precedenti agli eventi sismici che hanno colpito il centro Italia tra agosto e ottobre 2016 e che hanno accentuato il problema dello spopolamento delle aree prese in esame in questa sede, compromettendone anche il patrimonio culturale citato.

** Elisabetta Maroni, Dottore in Management dei beni culturali, Università degli Studi di Macerata, Dipartimento di Scienze della formazione, dei beni culturali e del turismo, piazzale Luigi Bertelli, 1, 62100 Macerata, e-mail: eli.maroni@gmail.com.

lavoro effettua una ricognizione dei contributi economico-manageriali sulla valorizzazione dei beni culturali e sul *destination management*, al fine di definire un *framework* teorico di riferimento da applicare al caso di studio. Successivamente, avvalendosi dell'analisi SWOT di Fiordimonte e del suo territorio, vengono individuati alcuni interventi funzionali all'avvio di un percorso di valorizzazione dello *stock* di capitale culturale, che assegnino un ruolo decisivo sia all'esplicitazione del potenziale informativo connesso al valore di testimonianza *place e time specific*, sia alla capacità dei vari attori locali responsabili innanzitutto dell'offerta culturale di stabilire efficaci forme di *governance*.

The aim of this paper is to suggest a possible sustainable development plan for the territory of Fiordimonte (MC), focused on the touristic enhancement of its place and time specific assets, according to the resource-based theory. First, the work carries out a literature review on the management of cultural heritage and destination management, in order to build a theoretical framework to apply to the case study. Then, applying a SWOT analysis, the research identifies some interventions for the launching of a valorization process of Fiordimonte's cultural heritage. The interventions assign a crucial role to the explanation of the place and time specific value of documentation and to the capability of the policy makers in charge of cultural heritage to establish an effective governance.

1. Introduzione

Nel corso del mese di febbraio 2016, i consigli comunali di Fiordimonte e di Pievebovigliana – i primi nella Provincia di Macerata – hanno approvato all'unanimità la delibera per avviare l'*iter* burocratico del processo di fusione comunale, che darà vita al comune di Valfornace (1070 abitanti). L'istituto della fusione rappresenta uno degli strumenti delle politiche di riordino territoriale disponibili nell'ambito di un generale processo di revisione della spesa pubblica e con riferimento ai piccoli comuni, ossia a quelli con una popolazione inferiore ai 5000 abitanti¹. A tal proposito occorrono due precisazioni. Innanzitutto, secondo l'attuale ordinamento italiano, la fusione dei comuni non è obbligatoria – come previsto, invece, dal D.D.L. 11 novembre 2015, n. 3420, “Modifica al Testo Unico di cui al decreto legislativo 18 agosto 2000, n. 267, in materia di popolazione dei comuni e di fusione dei comuni minori” (D.D.L. Lodolini) –, ma incentivata. Obbligatorie sono però le forme di gestione associata delle funzioni fondamentali tramite unione o convenzione, come stabilito dalla L. 7 aprile 2014, n. 56, “Disposizioni sulle città metropolitane, sulle provincie, sulle unioni e fusioni di comuni” (Legge Delrio). Nel caso specifico, a conferma peraltro di una tendenza generale, la fusione si configura come processo avviato dal basso per iniziativa politica e come evoluzione della precedente cooperazione istituzionale esercitata tramite convenzione, nonché come ratifica di una realtà

¹ Baldi, Xilo 2012; Pirani 2012; Politi 2012.

di fatto determinata dalle dinamiche sociali, economiche e storiche. Dunque, con lo strumento della gestione associata e l'istituto della fusione, i "comuni polvere" possono fornire un modello anche per la gestione dei beni culturali² ed eventuali spazi per una più consapevole valorizzazione del *cultural heritage*. Infatti, la principale resistenza alle fusioni è la preoccupazione per il rischio della perdita dell'"identità culturale" dei comuni preesistenti³ e, quindi, una "crisi della presenza", che potrebbe essere fronteggiata con una parallela azione di stampo culturale. Se la valorizzazione dei beni culturali fosse rivolta anche a soddisfare la domanda turistica, oggetto del presente lavoro, contribuirebbe a migliorare la qualità di vita in tali territori e, quindi, a perseguire lo stesso obiettivo delle fusioni comunali.

Il presente lavoro è diviso in due parti. La prima parte, nel definire il *framework* teorico di riferimento per lo sviluppo turistico di un'area marginale, che faccia perno sulle sue risorse distintive, ne evidenzia il nesso con le tendenze in atto sul fronte della domanda turistica e sul fronte dell'offerta territoriale. La seconda parte applica il *framework* al caso di studio.

2. Il contesto della ricerca: aree interne e potenzialità turistiche

A partire dagli anni Sessanta, in Italia, con la concentrazione dello sviluppo industriale ed economico nelle aree medio-collinari e costiere, si è innescato un circolo vizioso di marginalità nelle aree segnatamente alto-collinari e montane con conseguente decremento e invecchiamento demografico, riduzione dell'occupazione, del grado di utilizzo delle risorse territoriali, dell'offerta di servizi e del presidio sul territorio.

Per la loro rilevante estensione territoriale e per i costi sociali generati, tra cui l'esclusione sociale, la perdita di biodiversità, l'instabilità idro-geologica e il degrado del patrimonio culturale, le aree marginali rappresentano oggi un'emergenza europea e nazionale. A tal proposito, nell'ambito della politica di coesione dell'Unione Europea e in occasione della nuova programmazione dei fondi strutturali disponibili per il settennio 2014-2020, significativa è l'attenzione rivolta dal Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica (d'ora in poi DPS) alle aree specificamente interne, con l'elaborazione della *Strategia nazionale per le Aree interne: definizione, obiettivi, strumenti e governance* (d'ora in poi SNAI)⁴, inserita nell'Accordo di Partenariato 2014-2020 e nel Piano Nazionale di Riforma 2014. Sotto l'aspetto definitorio⁵,

² Montella 2003; Cerquetti 2008.

³ Baldi, Xilo 2012.

⁴ DPS 2013a.

⁵ DPS 2013b.

interne sono quelle aree caratterizzate da una significativa distanza dai centri di offerta dei servizi essenziali – quali l'istruzione, la sanità e la mobilità –⁶, rappresentanti il 60% circa del territorio, il 53% circa dei comuni e il 23% circa della popolazione; inoltre interne sono quelle aree dotate anche di risorse mancanti alle aree centrali, e dunque di un elevato potenziale di attrazione, perché non interessate dalle marcate trasformazioni del paesaggio, subite, invece, dalle aree medio-collinari e costiere⁷.

Dunque, al fine di invertire le tendenze demografiche e di migliorare la qualità di vita in tali aree, con positive ricadute anche al di fuori, la SNAI indica due ambiti d'intervento reciprocamente connessi, inerenti all'adeguamento dei servizi essenziali e all'elaborazione di strategie di sviluppo locale. Con riferimento al primo aspetto, viene imposta ai comuni l'attivazione di processi di associazione delle funzioni fondamentali e dei servizi o, eventualmente, di processi di fusione, allo scopo di favorire una collaborazione sistematica tra essi. Con riferimento al secondo aspetto, prendendo atto della presenza di una forte domanda di specificità, vengono proposte alcune direzioni di sviluppo economico sostenibile, che fanno leva sugli esiti dei processi di marginalità e diversificazione delle aree interne, e, dunque, sulle risorse *place e/o time specific* ad oggi inutilizzate o sottoutilizzate; la loro riattivazione contribuirebbe, da un lato, a creare occupazione e, dall'altro, a garantire la loro tutela nonché, in generale, un presidio sul territorio, concorrendo pertanto a contrastarne lo spopolamento. Significativamente la SNAI individua, tra le direzioni di sviluppo proposte, anche lo sviluppo turistico, attraverso la valorizzazione delle risorse culturali e naturali, che intercetterebbe i trend emergenti dalla domanda turistica.

Dal 2008 al 2011, infatti, l'ONT ha registrato un incremento del turismo culturale, che è passato dal 13,2% al 15,7%⁸. Tra le motivazioni principali del viaggio rientrano la presenza di un ricco patrimonio artistico e monumentale (69,3%), di eventi culturali (40,5%), di bellezze naturali del luogo (15,6%), il desiderio di conoscere gli usi e i costumi della popolazione locale (14,8%) e gli interessi enogastronomici (13,8%)⁹. Nel corso delle vacanze culturali, i turisti per lo più visitano musei e/o mostre (47,1%), centri storici (46,5%),

⁶ All'individuazione dei poli (singoli comuni) o poli intercomunali (insiemi di comuni contigui) quali centri di offerta dei servizi essenziali, sulla base dei minuti di percorrenza necessari a raggiungere il centro più vicino, è seguita poi la classificazione delle restanti aree in periurbane o di cintura ($t < 20'$) e interne, che si articolano in intermedie ($20' < t < 40'$), periferiche ($40' < t < 75'$) e ultra-periferiche ($t > 75'$) (DPS 2013b). Tale mappatura si configura, però, come una proposta suscettibile di modifiche, qualora si verificano cambiamenti nella disponibilità territoriale dei servizi considerati, e di integrazioni, qualora le regioni ritengano necessario considerare ulteriori indicatori, ad esempio quelli socio-economici, perché ritenuti più appropriati alla descrizione delle specifiche condizioni territoriali (DPS 2014, p. 2).

⁷ DPS 2012, p. 12.

⁸ Unioncamere, ISNART 2011, p. 114.

⁹ Ivi, p. 117.

monumenti e siti d'interesse archeologico (40,7%), fanno escursioni del territorio (34,4%), degustano prodotti tipici locali (24,5%), acquistano prodotti tipici e/o dell'artigianato locale (7%), partecipano a eventi folkloristici (5,4%)¹⁰. Tali dati dimostrano che la domanda turistico-culturale è ormai riconducibile a una conoscenza latamente storica e territorialmente contestualizzata dei luoghi visitati. Inoltre, essa risulta sempre più attenta alla qualità dei servizi erogati dall'intera filiera turistica e a quella dell'intera gamma dell'offerta territoriale. Le già citate attività vengono svolte anche qualora la motivazione primaria della vacanza sia un'altra, rivelando dunque un consistente e generale interesse verso la cultura dei luoghi visitati e, in generale, verso un'esperienza complessiva del luogo¹¹. Quindi, l'intercettazione di tale domanda favorirebbe una migliore distribuzione dei flussi turistici nel tempo, rafforzata anche dalla propensione dei turisti a viaggi comprendenti la visita di più destinazioni e a vacanze brevi e multiple, e nello spazio, interessando anche aree periferiche rispetto ai tradizionali circuiti delle grandi città d'arte.

3. *Il framework teorico di riferimento: destination management e valorizzazione dei beni culturali*

Le strategie di sviluppo turistico di una località sono oggetto di ricerca principalmente degli studi di marketing territoriale e, nello specifico, di *destination management*. Secondo l'Approccio Sistemico-Vitale utilizzato da alcuni di questi studi, il territorio è una organizzazione di risorse realizzata dalla volontà progettuale di un organo di governo, che, attraverso la creazione di valore per rilevanti sovrastemi, persegue la finalità della sopravvivenza¹²; tale finalità risulta strettamente connessa alla capacità del sistema di generare e mantenere un vantaggio competitivo, in grado di favorire uno sviluppo

¹⁰ Ivi, p. 126.

¹¹ Ad esempio, i turisti della montagna fanno escursioni nel territorio (67,7%), degustano prodotti tipici (27%), visitano centri storici (25,7%), monumenti e siti d'interesse archeologico (15,8%), acquistano prodotti tipici e/o dell'artigianato locale (11,2%), partecipano a eventi folkloristici (8,3%), visitano musei e/o mostre (4,2%) (Ivi, p. 59). I turisti dei laghi visitano centri storici (42,4%), fanno escursioni nel territorio (31,9%), degustano prodotti tipici (9,6%), visitano musei e/o mostre (6,8%) e monumenti e siti d'interesse archeologico (4,9%), partecipano a eventi folkloristici (4,7%), acquistano prodotti tipici e/o dell'artigianato locale (4,5%) (Ivi, p. 92). I turisti religiosi visitano centri storici (64,4%), monumenti e siti d'interesse archeologico (59,4%), musei e/o mostre (41,6%), degustano prodotti tipici (18%), fanno escursioni nel territorio (15,3%), partecipano a eventi folkloristici (4,5%), acquistano prodotti tipici e/o dell'artigianato locale (4,2%) (Ivi, p. 145). I turisti della natura e della fauna fanno escursioni nel territorio (37,4%), visitano centri storici (36,7%), degustano prodotti tipici (26,5%), visitano musei e/o mostre (18,4%), monumenti e siti d'interesse archeologico (16,1%), acquistano prodotti tipici e/o dell'artigianato locale (9,3%), partecipano a eventi folkloristici (7,7%) (Ivi, p. 158).

¹² Golinelli 2002, p. 15.

sostenibile¹³. Dunque, a partire dalla valutazione della vocazione di offerta tradizionalmente posseduta da un territorio, il compito di una strategia di marketing territoriale è l'individuazione di quella che concorre effettivamente alla sua sopravvivenza¹⁴. In tale quadro, la realizzazione di un'offerta turistica rappresenta una delle soluzioni possibili per la ripresa economica di un territorio in crisi¹⁵.

Gli studi inerenti al *destination management* riconoscono che una località può trasformarsi in una destinazione turistica¹⁶ a seguito della progettazione di almeno una offerta turistica competitiva che faccia leva su determinati fattori primari e sull'integrazione di molteplici fattori di attrattiva presenti nell'area geografica considerata¹⁷. In merito alla scelta dei fattori primari attorno a cui progettare un prodotto turistico competitivo, va osservato che, nel caso del turismo *leisure*, essa può ricadere sulle attrazioni naturali o sulle attrazioni artificiali. Le prime, tra cui rientrano i beni culturali, sono quelle risorse territoriali che si contraddistinguono per l'immobilità, perché stabilmente incorporate o ancorate al territorio, e per la patrimonialità, perché prodotto di un lungo processo di sedimentazione, risultando pertanto inimitabili¹⁸; le seconde sono, invece, quelle strutture, infrastrutture e attività riproducibili dall'uomo ovunque e in tempi relativamente brevi¹⁹. Dunque, nell'ottica della *resource-based theory*²⁰ e alla luce della loro inimitabilità, le risorse territoriali *place elo time specific* vengono indicate quali potenziali *drivers* per lo sviluppo turistico di una località²¹. Pertanto, nel novero delle strategie riconducibili al *destination management* rientrano a pieno titolo le strategie di valorizzazione dei beni culturali. In merito all'integrazione dei molteplici fattori di attrattiva, va osservato che qualora un'area geografica, nel suo insieme, venga proposta sul mercato turistico con la volontà di favorire un'immersione nella realtà locale, qualificandosi per la diffusione al suo interno dei fattori di attrattiva e per la distribuzione del controllo degli stessi tra una molteplicità di attori pubblici e privati (destinazione *community-type*), non si può prescindere dall'esigenza di un loro coordinamento, che garantisca la qualità della destinazione²². L'esigenza di un coordinamento tra i titolari giuridici dei fattori di attrattiva si traduce nella necessità di superare la configurazione del sistema di offerta punto-punto,

¹³ Caroli 2006, pp. 32-50.

¹⁴ Golinelli 2002, pp. 144-147; Martini 2005, pp. 35-38; Caroli 2006, pp. 143-144.

¹⁵ Martini 2005, pp. 43-51.

¹⁶ Martini 2005, pp. 81-89.

¹⁷ I fattori primari rappresentano la motivazione di fondo della vacanza e, insieme ai fattori di supporto – quali ad esempio la ristorazione e la ricettività –, fanno parte dei fattori di attrattiva (Cercola, Simoni 2001, pp. 31-38; Martini 2005, pp. 67-81; Bonetti 2008, pp. 92-97).

¹⁸ Martini 2005, p. 72; Dai Prà, Tanzarella 2013, p. 98.

¹⁹ Martini 2005, pp. 72-75.

²⁰ Sciarelli 2004, p. 38.

²¹ Martini 2005, pp. 1-4, 72-75.

²² Ivi, pp. 90-93.

pervenendo alla configurazione a network²³. La prima implica un processo di creazione del prodotto turistico gestito autonomamente dal visitatore, prima e durante l'arrivo, attraverso singole relazioni con gli attori locali; la seconda implica una strutturazione del prodotto predisposta dall'insieme di imprese partecipanti – specializzate in attività differenti o dello stesso tipo –, che si connettono attraverso diverse forme tecnico-giuridiche, lasciando poi al turista la possibilità di scegliere, prima e durante la permanenza, tra gli elementi concretamente offerti. Se la frammentazione dell'offerta mina sia la qualità del prodotto turistico finale, perché non coordinato e controllato dagli operatori locali, sia la qualità dell'unità di prodotto offerta dalla singola impresa, un'offerta integrata, al contrario, garantisce il raggiungimento di standard di qualità e di prezzo²⁴.

Dal canto loro, gli studi inerenti al management dei beni culturali giungono alle stesse conclusioni, riconoscendo che la valorizzazione dei beni culturali ne sostiene la tutela; infatti, genera un aumento della domanda e conseguenti ricadute sulla DAP, ossia sulla disponibilità a pagare per garantirne la sopravvivenza, che si traduce nella corresponsione diretta e indiretta di entrate monetarie e che rappresenta il principale indicatore di misurazione del valore effettivamente creato²⁵. Infatti, sebbene i beni culturali siano per definizione pubblici, nella maggior parte dei casi, almeno in Italia, per appartenenza e sempre per destinazione, essi acquisiscono concretamente una qualità meritoria solo nel momento in cui generano esternalità positive ampiamente avvertite dalla società²⁶, diventando quindi attrattori di investimenti pubblici e privati. Dunque, la valorizzazione dei beni culturali rinvia alla creazione di un valore economico latamente inteso e, dunque, di un'utilità, funzionale alla soddisfazione di bisogni immateriali e materiali, della collettività e dell'individuo²⁷. La gamma delle utilità generabili dai beni culturali è riconducibile a tre macro-aree interdipendenti, ossia al valore di presentazione, al valore di paesaggio e al valore di produzione²⁸, dove il valore di presentazione informativo²⁹ informa gli altri e genera su di loro ricadute positive. Infatti tale fattispecie di valore mira a soddisfare la domanda di conoscenza proveniente dalla collettività – e, quindi, anche dai turisti – acquisendo, dunque, una meritoria carica sociale asseverata costituzionalmente. Alla creazione di tale valore concorre l'esplicitazione dell'incrementabile potenziale informativo connesso alla funzione originaria del bene culturale. Il valore di paesaggio³⁰ mira a soddisfare la domanda di

²³ Rispoli, Tamma 1995, pp. 22-34; Tamma 2001, pp. 53-61; Tamma 2002, pp. 20-24.

²⁴ Rispoli, Tamma 1995, pp. 23, 27-28.

²⁵ Montella 2009a, pp. 142-151.

²⁶ Montella 2003, pp. 68-73; Montella 2009a, pp. 39-47; Montella 2012, pp. 47-48.

²⁷ Montella 2008, pp. 15-16, 24-29; Montella 2009a, pp. 73-81.

²⁸ Montella 2009a, pp. 97-101.

²⁹ Montella 2009a, pp. 101-107, 127-135; Montella 2012, pp. 43-49.

³⁰ Montella 2009a, pp. 107-113, 135-137.

qualità dei luoghi di vita. Alla creazione di tale valore concorre l'attuazione di uno sviluppo sostenibile, funzionale al miglioramento del prodotto interno al netto delle risorse culturali e naturali coinvolte. Il valore di produzione³¹ mira a soddisfare degli interessi commerciali, ad esempio, delle imprese private e innanzitutto di quelle partecipi della stessa filiera di tutela e valorizzazione dei beni culturali e di quelle connesse e correlate, come quelle attive nel settore del turismo. Alla creazione di tale valore concorre la realizzazione di prodotti e/o servizi da scambiare a titolo oneroso. Inoltre, nella stagione dell'economia della conoscenza, il patrimonio culturale tangibile e intangibile sedimentatosi localmente riveste un ruolo considerevole anche per l'innovazione imprenditoriale, nel momento in cui viene considerato quale *asset* produttivo e *driver* di vantaggio competitivo inimitabile dalle imprese private produttrici di beni *place specific* e operanti in un contesto globalizzato.

Dunque, nell'ambito delle riflessioni riguardanti lo sviluppo turistico di una località periferica, mentre gli studi di *destination management* si sono concentrati sulle forme di ospitalità diffusa³², quelli di management dei beni culturali si sono concentrati sul ruolo dei musei di interesse locale, cui si dedicherà particolare attenzione alla luce del caso di studio affrontato. I musei di interesse locale, caratterizzati da raccolte quantitativamente e qualitativamente scarse, rappresentano delle opportunità di valorizzazione dello *stock* di capitale culturale diffuso e del territorio, qualora le loro strategie di tutela e valorizzazione facciano perno sul potenziale vantaggio competitivo dei beni culturali italiani, rappresentato dall'incessante capillarità territoriale, dalla loro marcata contestualizzazione e complementarità³³. Dunque, anche in tale ambito emerge l'importanza di una cooperazione *in primis* tra gli attori responsabili a vario titolo dei beni culturali. A favorirla concorrerebbe la gestione associata delle attività di valorizzazione, attraverso lo strumento gestionale della rete a geometria variabile³⁴ nel tempo e a seconda del servizio considerato. Infatti, tale organizzazione permetterebbe di raggiungere il confine efficiente delle attività e, dunque, di risolvere le questioni connesse ai problemi economici e organizzativi derivanti dalla loro gestione singola, garantendone la gestione ordinaria³⁵. Le strategie di valorizzazione proposte mirano a connettere il «museo come istituto»³⁶ al «territorio come museo diffuso»³⁷ e sono articolate

³¹ Montella 2009a, pp. 113-117; Montella 2012, pp. 43-49.

³² Sull'albergo diffuso: CUEIM 2007; Dall'Ara 2010; Paniccia *et al.* 2010; Confalonieri 2011; Silvestrelli 2011; Paniccia 2012; Droli 2013; Montella, Quattrococchi 2013; Paniccia *et al.* 2013; Vallone, Veglio 2014.

³³ Cerquetti 2011, pp. 64-65.

³⁴ Cerquetti 2008; Montella 2009b, pp. 103-111.

³⁵ La rete consentirebbe il conseguimento di economie di scala, di specializzazione, di apprendimento, dei costi di transazione (Cerquetti 2008; Montella 2009b, pp. 103-111).

³⁶ Dragoni 2005, p. 65.

³⁷ *Ibidem.*

in museo-risarcimento, museo-itineraria, museo-rete e museo-piazza³⁸. Il museo-risarcimento mira alla ricontestualizzazione degli oggetti in esso conservati, funzionale all'esplicitazione del loro valore documentario; il museo-itineraria si configura come cardine di un itinerario culturale su piccola scala, mentre il museo-rete rappresenta un nodo di un sistema museale, rendendosi pertanto necessari, in entrambi i casi, degli spazi funzionali all'illustrazione dettagliata delle tappe successive alla visita del museo; il museo-piazza, con particolare riferimento alla domanda turistica, si configura come il luogo in cui iniziare la comprensione del territorio, e non necessariamente anche la visita dell'esposizione permanente, attraverso l'allestimento di ambienti in cui erogare servizi informativi ed esporre nonché vendere prodotti locali³⁹. Poi, rilevante risulta l'integrazione tra i molteplici fattori di attrattiva con la strategia dei tematismi territoriali⁴⁰, ossia con la definizione di possibili chiavi di lettura a tema del territorio. Essi presuppongono e promuovono la messa a sistema di una selezione di potenziali attrattori – tra cui le risorse culturali e naturali, materiali e immateriali – e l'esplicitazione dei legami di complementarità logica che intercorrono tra essi, garantendo pertanto una maggiore comprensibilità e visibilità ai visitatori; inoltre, sempre con l'obiettivo di rispondere alla domanda integrata di turismo, nel caso specifico culturale, prevedono l'integrazione anche con i fattori di supporto consoni all'interpretazione territoriale prescelta dal tematismo, che funge quindi da cerniera tra le molteplici dimensioni dell'offerta e le molteplici dimensioni della domanda⁴¹.

4. *Il caso di studio: Fiordimonte (MC)*

4.1 *Obiettivi e metodologia della ricerca*

Lo studio di caso si è concentrato su Fiordimonte, un comune sparso dell'entroterra della Provincia di Macerata, confinante con i comuni di Pievebovigliana, Fiastra, Visso e Pievetorina (figg. 1-2). Sulla base della classificazione dei comuni pubblicata dal DPS nel 2014, il comune di Fiordimonte risulta un'area di cintura⁴² rispetto al centro di offerta dei servizi essenziali rappresentato dal polo intercomunale di Camerino, per quanto riguarda

³⁸ Dragoni 2005; CUEIM 2006; Golinelli 2008b, pp. 214-227.

³⁹ Cerquetti 2010.

⁴⁰ Rispoli 2001, p. 8; CUEIM 2006, pp. 48-85; Cerquetti 2007; Bonetti 2008, pp. 84-92; Golinelli 2008b, p. 244; Simoni 2008; Cerquetti 2010, pp. 124-135.

⁴¹ Golinelli 2008a, p. XXIII.

⁴² <http://www.agenziacoesione.gov.it/it/arint/Stato_di_attuazione/Regione_Marche/index.html>, 20.07.2016.

l'istruzione e la sanità, e Castelraimondo, per quanto riguarda la mobilità⁴³. Tuttavia, con la D.G.R. 6 ottobre 2014, n. 1126, "Aree interne – Modalità di attuazione strategia nazionale nella programmazione Marche e individuazione area pilota", il comune è stato inserito nell'area di Macerata, ossia nella seconda area candidata dalla Regione Marche a beneficiare della nuova ondata di finanziamenti comunitari. Significativamente, l'inserimento è avvenuto a seguito di un processo di revisione del perimetro territoriale dell'area inizialmente proposto, che ha comportato la riduzione ma, al contempo, la definizione di un territorio maggiormente critico⁴⁴. Infatti, la struttura demografica del comune di Fiordimonte risulta particolarmente debole. Dal punto di vista quantitativo, ha conosciuto un progressivo decremento a partire dal 1911, passando da 1110 abitanti a 207 nel 2011⁴⁵ – di cui 74 a Nemi, 63 a Valle e Castello, 19 ad Alfi, 10 a Taro, 8 a Vico di Sopra, 2 a Villanova di Sopra e 31 distribuiti tra le case sparse⁴⁶ –, con un calo consistente verificatosi proprio nel corso del ventennio compreso tra il 1951 e il 1971⁴⁷. Dal punto di vista qualitativo, ha subito un processo di invecchiamento, desumibile dal consistente incremento dell'indice di vecchiaia, passato da 97 nel 1971 a 385 nel 2011⁴⁸; la classe di età over 65 composta da 77 abitanti risulta più numerosa rispetto alle altre, composte da 20 (0/14), 13 (15/24), 22 (25/34), 29 (35/44), 23 (45/54) e 23 (55/64) abitanti⁴⁹.

Considerati tali dati, nonché le opportunità provenienti dal mercato turistico precedentemente richiamate, obiettivo della ricerca è stato l'individuazione di una possibile strategia di sviluppo economico della località incardinata, per le proprie peculiarità, sui beni culturali e sul loro valore d'uso turistico. Significativamente, la necessità di una valorizzazione turistica della località emerge anche nella *Relazione al programma di fabbricazione ed al regolamento edilizio* del comune di Fiordimonte, risalente al 1971, perché ritenuta già allora economicamente più conveniente rispetto a quella agricola e forestale⁵⁰.

⁴³ Calafati 2013, pp. 24-25.

⁴⁴ Comitato Tecnico Aree Interne 2014.

⁴⁵ <<http://www.tuttitalia.it/marche/46-fiordimonte/statistiche/censimenti-popolazione/>>, 20.07.2016.

⁴⁶ <<http://datiopen.istat.it/datasetOntologie.php?call=dataset>>, 20.07.2016.

⁴⁷ A riprova delle cause della formazione delle aree marginali generalmente addotte, significativo risulta quanto riportato nella *Relazione al programma di fabbricazione ed al regolamento edilizio* del comune di Fiordimonte, risalente al 1971: «Dal censimento del 1951 a quello del 1961 è stata rilevata una certa diminuzione della popolazione in considerazione che il territorio è prettamente superficie agraria-forestale con basso reddito e quindi la maggior parte delle forze giovani è emigrata in cerca di migliori fonti di lavoro» (p. 1).

⁴⁸ Calafati 2013, p. 52.

⁴⁹ <<http://datiopen.istat.it/datasetOntologie.php?call=dataset>>, 20.07.2016.

⁵⁰ «Economicamente il Comune non ha grandi risorse e né futuri progetti d'espansione industriale. La popolazione vive con i proventi derivanti dall'agricoltura, dalla pastorizia questa poco sviluppata, e con i proventi dei boschi che annualmente e a rotazione vengono tagliati. Recentemente ed in questi ultimi anni si nota nel Comune un certo afflusso di turisti e di villeggianti. Tale movimento sta rivalorizzando il territorio indirizzandolo ad una funzione turistica molto più conveniente economicamente a quella agricola-forestale» (*Relazione al programma di fabbricazione*

A tal fine, l'analisi SWOT ha tenuto in considerazione anche quei territori comunali con cui nel tempo sono già state attivate relazioni che potrebbero essere estese anche al settore turistico-culturale. L'interdipendenza comunale è già stata definita dagli spostamenti compiuti quotidianamente dagli individui, per svolgere determinate attività economiche e sociali – tra cui il lavoro, lo studio, gli acquisti, la socializzazione e la ricreazione –, non praticabili all'interno del comune di residenza⁵¹; quindi, sono state individuate relazioni tra Fiordimonte e Pievebovigliana, nonché tra Acquacanina, Bolognola e Fiastra, perché a Pievebovigliana e a Fiastra si concentrano servizi pubblici e privati di riferimento per gli altri comuni⁵². Poi, anche sul piano istituzionale, con tali comuni, si è assistito in più occasioni al superamento dei confini amministrativi con il ricorso alla gestione associata delle funzioni fondamentali.

L'analisi del caso è stata condotta attraverso una indagine *desk* e una indagine *field*. La prima è consistita in una ricognizione sullo stato degli studi storici, archeologici e artistici editi riguardanti l'area, nell'analisi di dati statistici disponibili, della documentazione proveniente dagli archivi correnti del comune di Fiordimonte e dell'azienda venatoria e nell'esame della documentazione strategica inerente all'area oggetto di studio. La seconda è consistita in sopralluoghi effettuati per lo più nel corso del 2015 e in due interviste semi-strutturate rivolte alla responsabile dell'Ufficio Tecnico del comune di Fiordimonte (luglio 2015) nonché ai gestori dell'azienda venatoria (settembre 2015)⁵³.

4.2 Analisi SWOT

4.2.1 Punti di forza

Ai fini dell'elaborazione di una strategia di sviluppo turistico-culturale del comune di Fiordimonte, il principale punto di forza risulta la presenza di uno *stock* di capitale culturale diffuso. Infatti, il progressivo decremento e invecchiamento demografico, se da un lato ha contribuito a una riduzione della Superficie Agricola Totale – passata dal 94% nel 1961 al 16% della superficie territoriale nel 2010⁵⁴ –, dall'altro ha favorito almeno nei suoi tratti generali la stabilità del paesaggio storico montano⁵⁵.

ed al regolamento edilizio, p. 3).

⁵¹ Public Policy Workshop 2009, pp. 9-13.

⁵² Public Policy Workshop 2010, pp. 63, 91.

⁵³ Con la responsabile dell'Ufficio Tecnico di Fiordimonte e con i gestori dell'azienda venatoria si sono svolti, nel corso della ricerca, ulteriori colloqui.

⁵⁴ Calafati 2014.

⁵⁵ Brogiolo 2007; Gnesi *et al.* 2007; Moscatelli 2009, 2012, 2013 e 2015; Moscatelli, Stagno 2015.

Significativa è la presenza di una fitta trama di borghi, associati a toponimi di derivazione latina (Alfi, Arciano, Nemi, Petrignano, Vico)⁵⁶ e documentati sin dall'epoca basso medievale, insieme alle dediche delle rispettive chiese. La prima menzione relativa a Cornacuna, toponimo ricondotto all'attuale frazione Castello⁵⁷, risale al 1198⁵⁸. Al 1218 risale la prima attestazione delle intitolazioni delle chiese – dipendenti dalla *plebs Bovelliani* (l'odierna S.ta Maria Assunta di Pievebovigliana) – e delle località, in cui erano ubicate per servire presumibilmente un centro demico: *S. Nicolai de Cornacuna* (l'odierna S. Antonio abate, fig. 3a), *S. Celsi de Arciano*, *S. Marci de Alfio* (fig. 4a), *S. Angeli de Lutaro* (l'odierna S. Biagio, fig. 6a), *S. Mariae de Nemo* (fig. 7a), *S. Gregorii de Vico*, *S. Crucis de Petrignano*⁵⁹. La prima menzione relativa a Marzoli risale, invece, al 1220⁶⁰. Poi, significativa risulta la presenza della fortificazione riconducibile all'attività fortificatoria di Giovanni di Berardo e Rodolfo II Da Varano (figg. 3c-3d); tale fortificazione non è una presenza isolata, visto che altri castelli sono presenti anche a Beldiletto di Pievebovigliana, a Trebbio di Fiastra, a Vallecanto di Acquacarina e a Villa di Mezzo di Bolognola⁶¹. Inoltre, va segnalata la presenza della chiesa della Madonna di Monte Aguzzo nei pressi del valico del monte omonimo, documentata dalla seconda metà del Quattrocento⁶², e quella – tra le altre testimonianze archeologiche del territorio⁶³ – di un ponte romano sul fiume Chienti a Pontelatrave⁶⁴. Le ragioni della secolare frequentazione e vitalità dell'area oggetto di studio e, sin dal 1240, della sua attrazione all'interno dell'orbita di Camerino vanno ricondotte alla sua collocazione geografica, strategica da un punto di vista logistico per la prossimità a valichi e vallate, e quindi a direttrici viarie percorse per ragioni politiche, economiche e spirituali, la cui formazione e persistenza nel tempo sono risultate fortemente agevolate e condizionate dalla geomorfologia montana. Nello specifico, la sua ubicazione tra la vallata del Chienti e il valico di Monte Aguzzo – non distante dal passo delle Fornaci, nel territorio di Appennino di Pievetorina – ha fatto sì che particolarmente Fiordimonte rappresentasse un'area di collegamento con la Valnerina⁶⁵. Proprio in ragione della presenza di

⁵⁶ Boccanera, Corradini 1970, p. 67.

⁵⁷ Feliciangeli 1918, p. 197; <<http://www.tecuting.it/c043018/ev/images/STORIA%20FIORDIMONTE.htm>>, 20.07.2016.

⁵⁸ Feliciangeli 1918, p. 198.

⁵⁹ Turchi 1762, p. LVIII.

⁶⁰ Feliciangeli 1918, p. 200.

⁶¹ Cruciani Fabozzi 1975; Chierici 1985; Cruciani 2000/2001.

⁶² Mazzalupi 2004.

⁶³ Per studi a carattere archeologico riguardanti l'entroterra delle Marche meridionali, compresa tutta l'area oggetto di studio, si rinvia ad alcune pubblicazioni e alla relativa bibliografia: Percossi Serenelli 2002; Antongirolami 2005; Gnesi *et al.* 2007; D'Ulizia 2008; Moscatelli 2009, 2012, 2013, 2014 e 2015; Ravaschieri 2011; Maroni 2014; Antongirolami, D'Ulizia 2015.

⁶⁴ Ivi, pp. 120-121.

⁶⁵ Bittarelli 1987, pp. 591-593.

percorsi stradali verso l'Umbria e il Piceno, le medesime vicende storiche hanno coinvolto, in linea di massima, anche gli altri comuni citati⁶⁶.

Ad avvalorare la presenza di un patrimonio architettonico dotato di valore storico, concorre anche l'apposizione del vincolo, oltre che sugli edifici ecclesiastici (13) e sulle strutture afferenti alla fortificazione, sugli immobili di proprietà privata (16) e sulle fonti (11)⁶⁷. In merito all'epoca di costruzione degli edifici residenziali, si ricavano informazioni interessanti dai dati ISTAT 2011. Considerando quali anni di riferimento il 1919 – ossia l'anno d'introduzione del cemento armato⁶⁸ – e il 1945 – cioè l'anno prima del quale generalmente tale materiale non si diffuse⁶⁹ –, su 226 edifici, se ne contano 116 antecedenti al 1945, di cui 47 sono antecedenti al 1919⁷⁰, che rinviano a un patrimonio abitativo propriamente definito storico (fig. 8)⁷¹.

Infine, significative sempre in relazione al loro valore *place e time specific*, deducibile dalle scelte iconografiche, risultano anche le testimonianze pittoriche, di cui alcune sono ancora *in situ*. Nell'affresco conservato nella chiesa di S. Antonio abate (Castello, fig. 3b)⁷², datato al 1456 e ricondotto a Giovanni Angelo d'Antonio, la presenza di S. Bartolomeo ricorderebbe il 24 agosto 1435, ossia il giorno dedicato al santo in cui i camerinesi e gli Sforza liberarono il castello dall'assedio di Niccolò Fortebracci. La presenza di S. Elena rinvierebbe al desiderio di rivale dell'occidente cristiano, a seguito della caduta di Costantinopoli del 1453. Poi, mentre S. Ansovino è il compatrono di Camerino, S. Nicola ricorderebbe l'antico titolare della chiesa, come confermato tra l'altro anche da un dipinto settecentesco conservato nella stessa chiesa; infatti, in tale dipinto compare di nuovo S. Nicola con un libro, dove sono riportate le seguenti parole: «Pax vobis. Nolite timere: ego sum Nicolaus, protector vester»⁷³. Poi, diffuse sul territorio sono le immagini *contra pestem* per lo più quattrocentesche; infatti, considerando la peste come una punizione divina, la popolazione attribuiva il ruolo di intercessori alla Madonna, nel caso specifico alla Madonna di Loreto e alla Madonna della Misericordia, e ad alcuni santi, in particolare a

⁶⁶ Chierici 1985.

⁶⁷ Tali dati sono stati ricavati dagli elenchi descrittivi dei beni immobili di interesse storico-artistico elaborati nell'ambito del progetto L.R. 45/1992 – *Programma di catalogazione dei beni culturali per l'anno 2003: redazione degli elenchi descrittivi dei beni immobili di interesse storico-artistico di proprietà degli enti locali*.

⁶⁸ CNEL, ISTAT 2014, p. 204.

⁶⁹ ISTAT 2011, p. 89.

⁷⁰ <<http://datiopen.istat.it/datasetOntologie.php?call=dataset>>, 20.07.2016.

⁷¹ Con ogni probabilità, tale quantificazione risulta però incompleta, alla luce della definizione della variabile censuaria, che considera il periodo della conclusione non solo della costruzione ma anche di un'eventuale ricostruzione sostanziale dell'edificio (ISTAT 2011, p. 90); per tale ragione andrebbe valutato, ad esempio, il consistente numero di edifici ricondotti al quinquennio compreso tra il 2001 e il 2005, che corrisponde al periodo degli interventi di recupero avviati a seguito del sisma del 1997.

⁷² Mazzalupi 2002a.

⁷³ Mazzalupi 2003a, p. 4.

S. Sebastiano, S. Rocco e S. Cristoforo⁷⁴. Le immagini della Madonna di Loreto, rappresentata peraltro secondo l'iconografia più antica, di S. Antonio abate e di S. Sebastiano sono presenti nell'affresco della chiesa di S.ta Maria Assunta (Nemi, fig. 7b)⁷⁵, datato al 1447 e ricondotto Paolo da Visso. Un'immagine quattrocentesca di S. Sebastiano, secondo l'iconografia cortese, ritorna anche in un affresco all'interno della chiesa di S. Sebastiano (Villanova, fig. 5a)⁷⁶, da cui proviene anche una scultura lignea policroma rappresentante il santo, datata tra il XV e il XVI secolo e attualmente conservata al Pievebovigliana Museo (fig. 5b). Un altro S. Sebastiano, sempre nell'iconografia cortese, è rappresentato anche nel trittico di Nobile Da Lucca datato al 1513, proveniente dalla chiesa di S. Marco (Alfi) e attualmente conservato al museo arcidiocesano di Camerino (fig. 4b). A titolo esemplificativo si elencano ulteriori chiese⁷⁷, in cui sono o erano presenti immagini *contra pestem*: a Fiastra, chiesa di S. Lorenzo al Lago nella frazione omonima (Madonna di Loreto, S. Rocco), chiesa di S.ta Maria del Caggio presso La Canonica (Madonna di Loreto), chiesa di S. Martino a Tedico (gonfalone con la Madonna della Misericordia e S. Sebastiano, attualmente conservato presso la pinacoteca civica di Camerino); ad Acquacanina, chiesa di S. Michele Arcangelo a Campicino (S. Sebastiano, confluito anch'esso nella pinacoteca civica di Camerino), chiesa di S.ta Margherita a Vallecanto (Madonna della Misericordia, S. Sebastiano, S. Cristoforo). Uno degli affreschi pertinenti alla chiesa appena citata, e cioè quello rappresentante il Volto Santo con S. Cristoforo, la Madonna, S. Nicola da Bari e S. Sebastiano, attualmente conservato presso l'abbazia di S.ta Maria di Rio Sacro, risulta significativo, perché conferma la presenza del morbo pestilenziale, attraverso una iscrizione; infatti, l'opera fu commissionata nel 1490 dal notaio Arcangelo di Lapuccio da Acquacanina, in memoria della figlia morta proprio a causa della peste. Poi, significativa alla luce della vicinanza alla strada lauretana, che correva lungo la vallata del Chienti e conduceva al santuario di Loreto⁷⁸, e al santuario di Macereto è l'immagine di S. Giacomo maggiore, protettore dei pellegrini, presente sia a Nemi, sia nell'affresco conservato nella chiesa di S. Biagio a Taro⁷⁹ (fig. 6b), datato al 1486 e ricondotto al Maestro di Arnano; anche a tale lettura potrebbero ricondursi le rappresentazioni della Madonna di Loreto, di S. Rocco e di S. Cristoforo. Infine, interessante sia per la peculiare tipologia architettonica, sia per la presenza di immagini *contra pestem* (S. Sebastiano, Madonna della Misericordia) risulta l'edicola viaria situata a Villa da Capo di Bolognola, il cui

⁷⁴ Grimaldi *et al.* 1998, pp. 20-21; Mozzoni, Paraventi 2000; Capriotti 2010.

⁷⁵ Grimaldi *et al.* 1998, pp. 185-186. L'associazione della Madonna di Loreto con Sant'Antonio abate, protettore degli animali, rinvierebbe al contagio anche dei maiali (Ivi, p. 20).

⁷⁶ Mazzalupi 2003b.

⁷⁷ Cruciani 2003; Paraventi 2003.

⁷⁸ Avarucci 1998.

⁷⁹ Mazzalupi 2002b. Le tre raffigurazioni (S. Giacomo maggiore, Crocifisso tra la Madonna e S. Giovanni evangelista, Madonna in trono con il bambino) furono commissionate da tre individui diversi, come risulta dalla triplice iscrizione.

ciclo d'affreschi⁸⁰ è confluito all'interno della pinacoteca civica di Camerino.

Ai fini della valorizzazione dello *stock* di capitale culturale diffuso, un punto di forza risiede nella presenza di un istituto museale nel comune limitrofo di Pievebovigliana. Il Pievebovigliana Museo, a gestione diretta e aperto al pubblico, è composto dal museo civico intitolato a Raffaele Campelli, con una sezione archeologica dedicata a Valerio Cianfarani, da una raccolta di opere di Gino Marotta, da una collezione di xilografie di Maria Ciccotti, dal Museo storico del territorio, inaugurato nel 2005, e dal Museo della civiltà contadina intitolato a Silvio Centioni, inaugurato nel 2016. In tale sede, particolare rilevanza assume il museo civico⁸¹, che nasce nel 1937 come museo parrocchiale, per opera del pievano Raffaele Campelli e di alcuni appassionati locali, al fine di conservare i primi reperti archeologici rinvenuti casualmente nel territorio a partire dagli anni Venti e le opere artistiche provenienti dalla chiesa di S.ta Maria Assunta di Pievebovigliana, da cui erano state tolte nel corso dei restauri settecenteschi, perché non affini ai gusti dell'epoca. All'interno del museo, nel corso degli anni, sono confluite anche alcune testimonianze culturali provenienti da Fiordimonte: l'epigrafe ritenuta di lingua celtica e datata al IV secolo a.C., che fu rinvenuta nel 1930 in località Villanova di Sotto, dove era stata reimpiegata nella muratura di un edificio; la scultura lignea policroma raffigurante S. Sebastiano e proveniente dalla chiesa omonima di Villanova; quattro dipinti, datati tra il XVII e il XVIII secolo, provenienti dalle chiese di S.ta Croce di Petrignano e di S. Gregorio di Vico, danneggiate dagli eventi sismici del 1997. Sempre con riferimento agli istituti museali, oltre al Pievebovigliana Museo va segnalata la presenza dei musei civico e arcidiocesano di Camerino; infatti, tali musei non solo conservano opere provenienti dal territorio in esame, come è già stato fatto notare, ma potrebbero contribuire alla valorizzazione dello *stock* di capitale culturale diffuso, attraverso opportune forme di collaborazione con il Pievebovigliana Museo.

Ai fini della realizzazione di un prodotto turistico integrato, risultano un punto di forza i flussi turistici generati dalla presenza di un'azienda venatoria a Fiordimonte e del Parco Nazionale dei Monti Sibillini negli altri comuni citati. L'attività venatoria dal 2011 è gestita dalla Società Agricola Valle di Fiordimonte s.r.l., attraverso l'azienda articolata in faunistico-venatoria e in agriturismo-venatoria⁸². L'azienda agriturismo-venatoria garantisce un flusso di visitatori nell'arco dell'intero anno (fig. 9) – seppure in modo meno consistente durante il periodo primaverile ed estivo – che ha raggiunto 3458, 3682 e 3121 presenze, rispettivamente nel 2013, 2014 e 2015. Inoltre, una rilevazione campionaria ha consentito di individuare in Marche, Umbria, Abruzzo e Lazio, le principali regioni di provenienza del flusso (fig. 10). Tali aziende rappresentano un'opportunità di

⁸⁰ De Marchi 2002.

⁸¹ Bittarelli 1972.

⁸² I commi 1 e 2 dell'art. 16 della L. 11 febbraio 1992, n. 157, "Norme per la protezione della fauna selvatica omeoterma e per il prelievo venatorio", definiscono le peculiarità connesse alla ripartizione del territorio riservato alla caccia a gestione privata.

valorizzazione economica innanzitutto per quei territori non ricadenti all'interno delle aree protette, caratterizzati da uno scarso rilievo faunistico e da aree di agricoltura svantaggiata o sottoposte al regime di *set-aside*, che aveva provocato problemi di dissesto idrogeologico⁸³. Nell'ambito di una riflessione sull'art. 2135 del Codice Civile, che definisce l'imprenditore agricolo, è stato però osservato che la loro qualificazione agricola sembra talvolta sempre meno connessa alle attività incentrate sul fattore terra e sempre più legata, invece, al ruolo centrale assunto dal territorio, inteso come *milieu* locale⁸⁴. A tal proposito, il servizio *core* offerto dall'azienda agriturismo-venatoria di Fiordimonte è appunto la possibilità di esercitare l'attività venatoria in un'area posta «tra le colline dell'alto maceratese, in un ambiente incontaminato, ricco di storia, arte e cultura, a ridosso del Parco Nazionale dei Monti Sibillini»⁸⁵, garantendo il servizio ristorativo e ricettivo, attraverso convenzioni principalmente con agriturismi e *country houses* di Pievebovigliana e Fiastra⁸⁶. Significative sono l'intenzione di introdurre la filiera produttiva della carne – dall'allevamento alla vendita – che concorrerebbe a offrire tra l'altro un'offerta simbolica del territorio, e la volontà di intercettare flussi non solo locali, di aumentare il numero delle presenze turistiche, di invertire il comportamento “sparo e vado via” e di coinvolgere i cacciatori sul territorio, di cui si riconosce una forte valenza strategica. Dunque, tale azienda mostra segnali di apertura anche verso nuove proposte.

4.2.2 *Punti di debolezza*

Un punto di debolezza consiste nella scarsa accessibilità fisica e intellettuale caratterizzante le risorse culturali collocate all'interno del territorio comunale di Fiordimonte. Con riferimento all'accessibilità fisica soprattutto delle chiese, lo spopolamento dei borghi connesso alla numerosità degli edifici ecclesiastici ne ha determinato la chiusura di una gran parte, salvo rare occasioni, e l'affidamento della loro gestione a un numero esiguo di parroci, che non riescono ovviamente a svolgere anche un servizio prettamente culturale. Nel caso specifico, le chiese di Fiordimonte sono gestite dal parroco di S.ta Maria Assunta di Pievebovigliana e l'unica chiesa frequentemente aperta è quella della Madonna del Soldato a Nemi. Inoltre, con particolare riferimento all'aspetto culturale, la chiusura e, in alcuni casi, il trasferimento delle testimonianze culturali all'interno degli istituti museali sono stati considerati come soluzioni al problema di eventuali furti. Quindi, la responsabilità della cura di alcuni edifici è stata affidata ai pochi residenti, che non sempre risultano agevolmente rintracciabili e automaticamente disponibili all'apertura, in mancanza di un'autorizzazione da parte del parroco.

⁸³ Cucuzza 1999, p. 232; Romano 2005, p. 108.

⁸⁴ Masini 2012, p. 30.

⁸⁵ <<http://www.valledifiordimonte.it/>>, 20.07.2016.

⁸⁶ <<http://www.valledifiordimonte.it/alloggiare.html>>, 20.07.2016.

Con riferimento all'accessibilità intellettuale, sono presenti dei dati pannelli informativi nei principali punti di accesso ai borghi, che – a eccezione di quello situato a Castello, inerente alla fortificazione – si limitano a localizzare e datare le risorse culturali, senza ulteriori riferimenti.

Un altro punto di debolezza risiede nel progressivo decremento demografico e, quindi, nell'abbandono e nella sottoutilizzazione dell'edificato, che ne mette a rischio la tutela. In merito agli edifici e complessi di edifici, risulta non utilizzato⁸⁷ solo un numero esiguo, pari a 8 su 237, così distribuiti: 2 su 81 a Nemi, 3 su 42 a Valle e Castello, 1 su 26 ad Alfi, 1 su 12 a Villanova di Sopra, 1 su 32 case sparse (fig. 11)⁸⁸; più significativo risulta invece il numero delle abitazioni vuote⁸⁹, pari a 125 su 225, così distribuite: 39 su 76 a Nemi, 17 su 45 a Valle e Castello, 15 su 23 ad Alfi, 22 su 30 a Taro, 6 su 10 a Vico di Sopra, 8 su 10 a Villanova di Sopra e 18 su 31 distribuite tra le case sparse (fig. 12)⁹⁰. In particolare, Vico di Sopra e Villanova di Sopra risultano nuclei abitati sotto soglia⁹¹. In aggiunta ai dati finora elencati, va segnalata la messa in vendita del borgo di Villanova di Sotto⁹², interamente appartenente a un privato. Inoltre, versano in cattivo stato di conservazione la fortificazione, le chiese di S.ta Maria Assunta a Nemi e di S.ta Croce a Petrignano.

Un ulteriore punto di debolezza è rappresentato dall'inadeguatezza degli strumenti urbanistici, che rendono il paesaggio potenzialmente suscettibile di pesanti alterazioni. Ai sensi della L. 17 agosto 1942, n. 1150, "Legge urbanistica", i principali strumenti urbanistici sono il Regolamento Edilizio e il Piano Regolatore Generale o il più semplificato Programma di Fabbricazione⁹³. In particolare, il P.F. fu previsto per i comuni non obbligati a elaborare un P.R.G. – e quindi, presumibilmente, per i comuni minori, interessati da limitate espansioni edificatorie –, al fine di garantire una minimale pianificazione territoriale⁹⁴. Il comune di Fiordimonte si avvale ancora del P.F. entrato in vigore nel 1977, che zonizza come centro storico solo la località Castello, dove pertanto risulta vietata l'edificazione delle aree libere e risultano consentite solo

⁸⁷ Un edificio o complesso di edifici risulta non utilizzato quando non è ancora pronto per essere utilizzato a fini abitativi e/o per la produzione di beni o servizi, perché in costruzione o in ristrutturazione, o non più adatto, perché cadente, in rovina e simili; in particolare, risulta utilizzato anche qualora, al momento del censimento, risulti non in uso per motivi stagionali, contingenti o simili (ISTAT 2011, p. 83).

⁸⁸ <<http://datiopen.istat.it/datasetOntologie.php?call=dataset>>, 20.07.2016.

⁸⁹ Sono definite vuote le abitazioni in cui non dimora abitualmente né è temporaneamente presente alcuna persona alla data di riferimento del censimento; in particolare, non sono qui conteggiate quelle non ancora o non più adatte a essere abitate (ISTAT 2011, p. 34).

⁹⁰ <<http://datiopen.istat.it/datasetOntologie.php?call=dataset>>, 20.07.2016.

⁹¹ È considerato sotto soglia un nucleo abitato esistente al 2001 costituito da un numero di edifici e/o da un numero di famiglie residenti inferiore a quindici (ISTAT 2015, p. 24).

⁹² <http://www.greataestate.it/casa/1_ipge002474_prestigioso-borgo-da-ristrutturare-in-vendita-nelle-marche-borgo-villanova-Investimenti-MARCHE-Macerata-Fiordimonte.aspx>, 20.07.2016.

⁹³ Salamone 2005, p. 11.

⁹⁴ Brunetti 2001.

le opere di consolidamento o di restauro; quindi, il patrimonio architettonico delle restanti località risulta potenzialmente più soggetto ad alterazioni. Inoltre, ad avvalorare ulteriormente la scarsa adeguatezza degli strumenti urbanistici, va segnalato che l'art. 4 (L), comma 2 del D.P.R. 6 giugno 2001, n. 380, "Testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia di edilizia", e successive modifiche e integrazioni, ha reso facoltativa l'istituzione della Commissione edilizia comunale, che – tra gli altri – prevede anche la partecipazione di un componente di comprovata esperienza in materia di beni storico-culturali; quindi, dal 2005 a Fiordimonte non è più stata convocata.

4.2.3 *Opportunità*

Alcune opportunità emergono dall'analisi dei dati statistici, che evidenziano l'aumento dei flussi turistici nella Regione Marche e, attraverso l'esame delle motivazioni di fondo, delle tendenze comportamentali e delle aspettative, un loro interesse verso la scoperta del territorio. Nel 2014 e rispetto all'anno precedente, la Regione Marche e la Provincia di Macerata hanno registrato valori positivi sia negli arrivi (+0,34% e +1,59%), sia nelle presenze (+0,72% e +0,04%)⁹⁵. Poi, alcuni dati ISNART sempre relativi al 2014, con riferimento alla motivazione di fondo della vacanza, registrano una netta preferenza per il mare (68,4%), seguito dalle città d'arte (16%), dalla montagna (9,5%) e dal verde (4,8%)⁹⁶. Tuttavia, durante il soggiorno turistico, varie sono le attività svolte, tra cui escursioni e gite (52,2%), visita di musei e/o mostre (12,3%), degustazione di prodotti enogastronomici locali (12,2%), visita di monumenti e siti d'interesse archeologico (10,1%), partecipazione a eventi tradizionali e folkloristici (10%), acquisto di prodotti tipici e/o dell'artigianato locale (2,4%)⁹⁷; inoltre, tra i luoghi più visitati nel corso della vacanza ci sono i centri storici (79,9%), i luoghi dello spirito (35,4%), i musei e le pinacoteche (21,2%), i castelli (19,5%) e i siti archeologici (6,6%)⁹⁸. Interessanti risultano anche gli aspetti ritenuti più importanti dai turisti, tra cui rientrano la varietà e fruibilità sia delle attività e dei servizi culturali (21,7%), sia delle attività e dei servizi per il tempo libero (17,8%), l'organizzazione e i servizi del territorio (17,6%), le informazioni turistiche sul territorio (6,4%)⁹⁹.

Poi, altre opportunità emergono dalle linee strategiche adottate dalla Regione Marche, sia sul fronte della promozione turistica, sia sul fronte dello sviluppo economico delle aree marginali. In merito al primo punto, la regione vuole

⁹⁵ D.G.R. 19 ottobre 2015, n. 875, "Proposta di deliberazione di competenza dell'Assemblea Legislativa regionale concernente: L.R. 11 luglio 2006, n. 9 – Piano regionale triennale di Promozione turistica 2016/2017", pp. 18-19.

⁹⁶ ISNART 2015, p. 9.

⁹⁷ Ivi, p. 16.

⁹⁸ *Ibidem*.

⁹⁹ ISNART 2015, p. 18.

presentarsi sul mercato come regione della cultura, per decongestionare la costa, destagionalizzare la domanda e diversificare la tradizionale offerta turistica basata sul mare, che ha ormai raggiunto una fase di maturità e insostenibilità¹⁰⁰. A tal fine concorre, tra gli altri, il *cluster Dolci colline e antichi borghi*¹⁰¹, che vuole valorizzare i comuni dell'entroterra – tra cui le 19 Bandiere Arancioni, i 22 Borghi più belli d'Italia e i 2 Borghi Autentici Italiani –, il paesaggio e i prodotti tipici; vuole soddisfare la domanda di turismo culturale e rurale nonché il desiderio di staccare dallo stress e dalla banalizzazione del quotidiano, di immergersi nella cultura rurale marchigiana e di vivere *slow*. In merito al secondo punto, in occasione dell'erogazione dei finanziamenti comunitari, a più riprese la regione ha riconosciuto le potenzialità delle attività extra-agricole e, in particolare, dell'attività turistica ai fini dello sviluppo economico delle aree rurali. Ad esempio, il Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020, approvato dalla Commissione Europea con Decisione C(2015) 5345 del 28 luglio 2015, dedica le misure 6 (*Sviluppo delle aziende agricole e delle imprese*) e 7 (*Servizi di base e di rinnovamento dei villaggi nelle zone rurali*) alla valorizzazione turistica delle aree rurali.

4.2.4 Minacce

Delle minacce da fronteggiare sono riscontrabili nella definizione dei prodotti turistici a scala regionale e nella forte presenza sul mercato di destinazioni *communitary-type* similari.

In merito al primo punto si osserva che i *clusters* elaborati dalla regione fanno leva su un modello interpretativo di stampo analitico-sommatorio, esclusivamente al fine di definire delle tipologie di prodotto turistico a scala regionale. Tuttavia, ai fini della promozione turistica, l'estensione territoriale di una destinazione deve essere progettata in funzione della distanza geografica che intercorre tra essa e un potenziale luogo di origine del flusso turistico, definendo così una gerarchia delle destinazioni¹⁰². Attraverso un meccanismo di tipo *top-down* e, contestualmente, *bottom-up*, i *clusters* regionali necessitano, dunque, di essere implementati con ulteriori chiavi interpretative e letterature periegetiche a piccola scala, in grado di favorire una micrometrica esperienza dei luoghi¹⁰³, aggiungendo contenuti e, quindi, valore alla Destinazione Marche. Ciò risulta necessario anche alla luce delle tendenze emergenti dalla domanda turistica e qualora si intenda rivolgersi anche alla domanda endogena,

¹⁰⁰ Pencarelli, Splendiani 2010.

¹⁰¹ Sei sono i *clusters* approvati dalla D.G.R. 1 aprile 2014, n. 370, "Programma annuale di promozione turistica – anno 2014 – L.R. 9/2006", attraverso cui viene promossa la Destinazione Marche: *Marche. Le Marche in blu, Dolci colline e antichi borghi, Parchi e natura attiva, The Genius of Marche, Spiritualità e meditazione, Made in Marche. Gusto a Km 0 e shopping di qualità*.

¹⁰² Martini 2002, pp. 73-77.

¹⁰³ Dragoni 2005, p. 64.

che determinerebbe peraltro maggiori benefici sociali nonché minori costi di produzione e promozione dell'offerta¹⁰⁴.

In merito al secondo punto si osserva che sul mercato si sono già affermate destinazioni turistiche simili – ad esempio in Umbria e in Toscana –, e dunque località capaci di offrire un prodotto turistico integrato, più efficacemente comunicabile rispetto alla comunicazione dei singoli fattori d'attrattiva¹⁰⁵. Tale minaccia potrebbe essere abilmente affrontata, rovesciando l'archetipo del «successo a chi ha successo» teorizzato da Lorenzoni e Oderici¹⁰⁶, nel momento in cui gli attori locali, pubblici e privati, acquisiscano la consapevolezza che la competitività di un'area geografica, oltre a risiedere nelle sue risorse *place* e *time specific*, è direttamente proporzionale proprio alla capacità dei suoi attori di creare reti in forme variabili e flessibili¹⁰⁷ e che la creazione di una destinazione turistica deve essere un processo graduale. Poi, qualora il prodotto turistico faccia leva proprio sui beni culturali, non esisteranno in realtà forme di concorrenza diretta, dal momento che per il consumo culturale vale il principio dell'utilità marginale crescente.

4.3 *Possibili interventi strategici*

Alla luce dell'analisi SWOT (tab. 1), si propongono di seguito alcuni possibili interventi strategici potenzialmente funzionali allo sviluppo turistico-culturale del territorio preso in esame¹⁰⁸.

Considerando che il comune di Fiordimonte non possiede un istituto culturale funzionale alla valorizzazione dello *stock* di capitale culturale diffuso e che da solo non raggiungerebbe una massa critica di risorse culturali funzionale a un'offerta turistico-culturale attrattiva¹⁰⁹ – vista la limitata quantità di beni culturali presenti al suo interno e di sua proprietà –, le risorse culturali diffuse al suo interno dovrebbero essere messe a sistema con quelle diffuse a Pievebovigliana, Fiastra, Acquacanina e Bolognola per trovare un'adeguata valorizzazione nel museo civico di Pievebovigliana. A tal fine, dovrebbero essere attivate delle collaborazioni nel settore culturale con il museo, con i comuni citati e, soprattutto, con l'Arcidiocesi di Camerino e San Severino Marche, proprietaria dei beni culturali di interesse religioso disseminati sul territorio in esame e del museo arcidiocesano di Camerino. Necessario sarà il coinvolgimento del museo arcidiocesano e del museo civico di Camerino, sia

¹⁰⁴ Montella 2008, pp. 34-35.

¹⁰⁵ Rispoli, Tamma 1995, p. 27.

¹⁰⁶ Montella 2008, pp. 32-33.

¹⁰⁷ Martini 2005, p. 3.

¹⁰⁸ Sulla valorizzazione del patrimonio culturale di un borgo dell'entroterra maceratese (Mevale di Visso) si veda: Capriotti, Cerquetti 2016.

¹⁰⁹ Rispoli, Tamma 1995, p. 34; Martini 2002, p. 73.

perché conservano testimonianze provenienti dal territorio in esame, sia perché contribuirebbero alla gestione delle attività di valorizzazione del patrimonio culturale diffuso.

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<p>Disponibilità di <i>stock</i> di capitale culturale diffuso a Fiordimonte, Pievebovigliana, Fiastra, Acquacanina e Bolognola</p> <p>Presenza di musei nel contesto di riferimento, che rappresentano potenziali strumenti di valorizzazione dello <i>stock</i> di capitale culturale diffuso</p> <p>Turismo venatorio a Fiordimonte e turismo naturalistico a Pievebovigliana, Fiastra, Acquacanina e Bolognola</p> <p>Gestione associata delle funzioni fondamentali tra i comuni citati, che rappresenta potenzialmente un'agevolazione per la realizzazione di forme di collaborazione nel settore culturale</p>	<p>Decremento demografico</p> <p>Sottoutilizzazione delle abitazioni</p> <p>Inaccessibilità fisica e intellettuale dello <i>stock</i> di capitale culturale diffuso</p> <p>Degrado dello <i>stock</i> di capitale culturale diffuso</p> <p>Inadeguatezza degli strumenti urbanistici vigenti, che rende il patrimonio architettonico storico non vincolato potenzialmente più soggetto ad alterazioni</p>
OPPORTUNITÀ	MINACCE
<p>Aumento dei flussi turistici nella Regione Marche</p> <p>Crescente interesse dei turisti per la scoperta del territorio, nelle sue molteplici sfaccettature</p> <p>Crescente attenzione dei turisti verso la qualità dei servizi erogati da tutta la filiera turistica e dall'intera gamma dell'offerta territoriale</p> <p>Tendenza dei turisti ai <i>multidestination trips</i></p> <p>Crescente interesse per lo sviluppo economico delle aree interne nelle politiche europee, nazionali (<i>Strategia nazionale per le aree interne</i>) e regionali</p> <p>Valorizzazione delle risorse <i>place e/o time specific</i> e turismo sostenibile considerati quali <i>driver</i> per lo sviluppo economico delle aree interne</p> <p>Affermazione di strategie di sviluppo sostenibile</p> <p>Fase di maturità delle destinazioni balneari</p> <p>Strategia di posizionamento della Regione Marche come destinazione culturale</p> <p>Presenza di una superstrada, in corso di completamento, capace di garantire l'accessibilità fisica alle aree considerate</p>	<p>Proposta di <i>clusters</i> tematici elaborati principalmente a scala regionale, che non riescono a promuovere la cultura dei singoli luoghi</p> <p>Competizione con destinazioni <i>community-type</i> già affermate sul mercato, che rendono più difficoltoso il posizionamento di nuove destinazioni</p> <p>Non adeguato recepimento nelle strategie di sviluppo economico locale della nozione di beni culturali, della definizione di territorio, della corretta definizione di valorizzazione e, dunque in generale, dei nuovi paradigmi, cui ancorare il potenziale vantaggio competitivo</p>

Tab. 1. Fiordimonte: analisi SWOT

La questione della *governance* andrebbe affrontata aggregando progressivamente il consenso, a partire da progetti semplici e forme associative flessibili. Infatti, la messa a sistema degli attori e delle risorse presenti in un territorio non deve coinvolgere immediatamente e necessariamente la loro totalità; ad esempio, si potrebbe intanto partire con la messa a sistema di alcune risorse distribuite tra Pievebovigliana e Fiordimonte. Per tale ragione occorrono forme associative flessibili, che consentano di ampliare facilmente la

dimensione della rete. Dunque, la collaborazione potrebbe essere formalizzata attraverso la stipula di una convenzione¹¹⁰, uno strumento operativo flessibile, che non implica la nascita di un nuovo ente. Sulla base dell'art. 30, comma 4 del D.lgs. 267/2000, "Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali", il museo di Pievebovigliana potrebbe assumere formalmente il ruolo di capofila per la gestione del patrimonio culturale diffuso in questa zona.

In particolare, il museo garantirebbe la destinazione pubblica dei beni culturali e, quindi, raggiungerebbe la sua *mission*, che consiste nell'erogazione di un servizio pubblico coincidente con il doveroso servizio aumentato dell'accessibilità intellettuale. Con riferimento al servizio minimale dell'accessibilità fisica, dovrebbe essere garantito il coordinamento degli orari di apertura dei musei e delle chiese; a proposito dell'apertura delle chiese, il personale del museo potrebbe affiancare i residenti. Inoltre, il museo risolverebbe il vincolo derivante dalla limitata quantità di capitale culturale conservata e darebbe maggiore concretezza alla volontà di valorizzazione del territorio. In tal modo il museo garantirebbe un presidio sul territorio e, dunque, concorrerebbe alla conservazione *in situ* dei beni culturali mobili di interesse religioso funzionale a una corretta comprensione degli stessi e dei luoghi cui sono legati, anche qualora abbiano perso nel tempo la propria funzione culturale¹¹¹. Poi, nell'eventualità di un necessario trasferimento e nonostante la presenza del museo arcidiocesano di Camerino, il museo civico di Pievebovigliana – museo parrocchiale in origine – rappresenterebbe comunque la sede più idonea alla tutela e alla valorizzazione delle opere, perché potrebbe promuovere più facilmente la visita del loro contesto di provenienza. Sebbene la creazione di una rete tra l'ente pubblico e l'ente ecclesiastico risulti più difficile alla luce del loro differente assetto proprietario-istituzionale, nel caso specifico sono individuabili dei precedenti che ne confermano la fattibilità. Infatti, ad esempio, a seguito di un accordo tra la Curia e il comune di Pievebovigliana, le opere provenienti da S. Gregorio e da S.ta Croce sono confluite nel museo civico.

Il Pievebovigliana Museo potrebbe, dunque, avvalersi congiuntamente delle strategie del museo-risarcimento, museo-itineraria e museo-rete, configurandosi come cardine dell'esperienza del territorio, volto a contestualizzarne le testimonianze culturali, e quindi a promuovere la comprensione della cultura del luogo e la frequentazione consapevole del territorio. Peraltro, operando in tale direzione, il museo perpetuerebbe la funzione di accesso all'area geografica in questione rivestita nel corso dei secoli da Pievebovigliana. Di

¹¹⁰ Cerquetti 2008, pp. 166-167; Hinna, Minuti 2009, pp. 20-21.

¹¹¹ A tal proposito, la Conferenza Episcopale Italiana ritiene, invece, che la perdita della funzione originaria giustifichi il trasferimento delle opere all'interno dei musei diocesani o, eccezionalmente e temporaneamente, all'interno dei musei di enti pubblici (Santi 2005). Infatti, è stato osservato che la diffusione dei musei diocesani misura la desertificazione delle parrocchie, l'abbandono del territorio e la riduzione del "museo diffuso" (Del Baldo 2012, p. 71).

seguito, si riportano solo alcune delle risorse culturali (fig. 13), che potrebbero essere messe a sistema e far parte di itinerari, numerati tra parentesi e spiegati successivamente:

- Ponte (Pontelatrive, Pievebovigliana) (3);
- castello di Beldiletto (Beldiletto, Pievebovigliana) (3);
- Pievebovigliana Museo (Pievebovigliana) (2);
- chiesa di S.ta Maria Assunta (Pievebovigliana) (1);
- chiesa di S. Sebastiano (Villanova, Fiordimonte) (2);
- castello di Fiordimonte (Castello, Fiordimonte) (3);
- chiesa di S. Antonio abate (Castello, Fiordimonte) (1¹¹², 3);
- chiesa di S. Celso (Arciano, Fiordimonte) (1);
- chiesa di S. Biagio (Taro, Fiordimonte) (1);
- chiesa della Madonna di Monte Aguzzo (Monte Aguzzo, Fiordimonte) (3);
- chiesa di S.ta Maria Assunta (Nemi, Fiordimonte) (1, 2);
- chiesa di S. Marco (Alfi, Fiordimonte) (1, 2);
- chiesa di S. Gregorio martire (Vico, Fiordimonte) (1);
- chiesa di S. Croce (Petrignano, Fiordimonte) (1);
- castello Magalotti (Trebbio, Fiastra) (3);
- chiesa di S. Lorenzo al Fiume (S. Lorenzo al Lago o al Fiume, Fiastra) (2);
- chiesa di S.ta Maria del Caggio (La Canonica, Fiastra) (2);
- chiesa di S. Martino (Tedico, Fiastra) (2)¹¹³;
- abbazia di S.ta Maria di Rio Sacro (Meriggio, Acquacanina) (2);
- chiesa di S. Michele Arcangelo (Campicino¹¹⁴, Acquacanina) (2);
- castello di Vallecanto (Vallecanto, Acquacanina) (3);
- chiesa di S.ta Margherita (Vallecanto, Acquacanina) (2, 3);
- castello di Villa di Mezzo (Villa di Mezzo, Bolognola) (3);
- edicola viaria di Villa da Capo (Villa da Capo, Bolognola) (2, 3);
- museo arcidiocesano di Camerino (2);
- museo civico di Camerino (2, 3).

Un primo percorso (1) potrebbe concentrarsi sul ruolo della *plebs Bovelliani* e snodarsi tra le chiese – e quindi tra i borghi – di Fiordimonte da essa dipendenti almeno fino al XIII secolo, procedendo da ovest a est della vallata; tale percorso prende spunto dal documento del 1218, che fornisce la prima attestazione documentaria della maggior parte delle località. Un secondo percorso (2) potrebbe concentrarsi sulle testimonianze di fede e, in particolare, sulle immagini *contra pestem* per lo più quattrocentesche e snodarsi principalmente tra le chiese e i musei che le conservano. Un terzo percorso (3) potrebbe

¹¹² La chiesa dedicata a S. Antonio abate è stata identificata con quella dedicata a S. Nicola di Cornacuna (<<http://www.tecuting.it/c043018/ev/images/STORIA%20FIORDIMONTE.htm>>, 20.07.2016).

¹¹³ Sugli stendardi processionali: Schmidt 2003.

¹¹⁴ Tra Meriggio e Vallecanto.

concentrarsi sulle testimonianze della viabilità storica e snodarsi tra beni culturali di varia tipologia, tra cui il ponte, i borghi, i castelli, le chiese, l'edicola viaria e le immagini dei santi protettori dei pellegrini. Reciprocamente connessi, tali itinerari offrirebbero alcune possibili chiavi interpretative del paesaggio, sulla base dei dati finora disponibili, e promuoverebbero la consapevolezza della vitalità del territorio nei secoli passati, rendendone relativo il carattere periferico.

Quindi, il museo dovrebbe riservare spazi e realizzare strumenti informativi funzionali alla presentazione del patrimonio culturale diffuso e degli altri istituti museali, nonché fornire tutte le informazioni logistiche necessarie. Sul territorio, il museo dovrebbe dotare la viabilità della segnaletica necessaria al raggiungimento dei vari luoghi, nonché il patrimonio culturale diffuso di strumenti informativi che diano conto del loro potenziale informativo, degli eventuali orari di apertura, della presenza di altri beni culturali nelle vicinanze, della presenza del museo e, soprattutto, dei referenti della loro gestione. In merito agli strumenti informativi, l'utilizzo della tecnologia per la fruizione *in loco* potrebbe fornire dei vantaggi, tra cui l'aggiornabilità, la compattezza, la flessibilità, l'ipertestualità, la multimedialità, l'interattività, la customizzazione della visita¹¹⁵.

A questo punto, si pone la centrale questione dell'effettiva capacità gestionale delle attività di valorizzazione dell'insieme di risorse culturali da parte del museo civico di Pievebovigliana, a gestione diretta. I processi di fusione in corso tra i comuni ne confermano le difficoltà, perché mettono in luce le loro problematicità nel far fronte addirittura alle esigenze primarie della comunità. Una soluzione al problema potrebbe essere trovata nella gestione indiretta. In ogni caso, rispetto a degli obiettivi prestabiliti, la scelta tra le due forme di gestione¹¹⁶ deve essere conseguente a una valutazione comparativa in termini di sostenibilità economico-finanziaria e di efficacia (art. 115 del Codice, comma 4). Dunque, la gestione diretta non solo non può essere scontata, ma non potrebbe neanche essere svolta in assenza dei requisiti di autonomia scientifica, organizzativa, finanziaria e contabile e di idoneo personale tecnico (comma 2); a tal proposito l'attuale normativa risulta, però, lacunosa, perché non prevede la verifica della presenza dei suddetti requisiti e l'obbligo di esternalizzazione in loro assenza. La gestione indiretta, attuata attraverso la concessione a terzi (comma 3), implicherebbe l'introduzione di un contratto di servizio (comma 5), e cioè uno strumento di regolazione dei rapporti tra il concedente e il concessionario e, quindi, uno strumento di pressione sui risultati.

Inoltre, il museo potrebbe introdurre il pagamento di un biglietto d'ingresso. In particolare, l'introduzione di un biglietto d'ingresso dovrebbe comportare la valutazione di politiche di prezzo, che offrano vantaggi economici al visitatore,

¹¹⁵ Cerquetti 2012.

¹¹⁶ Bassani, Bettinelli 2008; Hinna, Minuti 2009, pp. 16-19.

tra cui, ad esempio, l'introduzione di un biglietto cumulativo di rete con il museo arcidiocesano e il museo civico di Camerino, che potrebbe rappresentare uno strumento funzionale all'incentivazione della fruizione del territorio.

Alla valorizzazione turistico-culturale dell'area, solo dopo aver risolto le primarie questioni legate all'accessibilità, fisica e intellettuale, dei beni culturali, potrebbe contribuire anche la realizzazione o la riattivazione dei sentieri¹¹⁷.

Riassumendo, vengono di seguito elencate le principali fasi del percorso di valorizzazione dei beni culturali diffusi a Fiordimonte:

- 1) identificazione del target di mercato;
- 2) identificazione dei tematismi:
 - 2.1) censimento delle risorse culturali;
 - 2.2) verifica del livello di accessibilità fisica delle risorse culturali:
 - 2.2.1) verifica del livello dello stato di conservazione;
 - 2.2.2) verifica del rispetto degli standard di sicurezza (*safety and security*);
 - 2.2.3) verifica della presenza di barriere architettoniche;
 - 2.2.4) verifica degli orari di apertura;
 - 2.2.5) verifica della possibilità di organizzazione in rete con gli attori responsabili delle risorse culturali;
 - 2.3) verifica del livello di accessibilità intellettuale delle risorse culturali:
 - 2.3.1) verifica del livello dello stato degli studi;
 - 2.3.2) verifica degli strumenti informativi disponibili *in loco* e da remoto;
 - 2.3.3) verifica dei contenuti informativi;
 - 2.3.4) verifica della possibilità di organizzazione in rete con gli attori responsabili delle risorse culturali;
 - 2.4) selezione dei temi;
- 3) definizione di un *master plan* dei progetti:
 - 3.1) interventi per il miglioramento dell'accessibilità fisica e intellettuale delle risorse culturali:
 - 3.1.1) stipula di convenzioni per la gestione associata delle attività di valorizzazione tra gli attori responsabili delle risorse culturali, compresi i due musei situati a Camerino;
 - 3.1.2) individuazione del museo civico di Pievebovigliana quale ente capofila:
 - 3.1.2.1) interventi volti all'adeguamento ai requisiti minimi;
 - 3.1.2.2) strategia museo-rete;
 - 3.1.2.3) strategia museo-risarcimento;
 - 3.1.2.4) strategia museo-itineraria;
 - 3.1.2.5) valutazione tra le due forme di gestione esistenti;
 - 3.1.2.6) introduzione di un biglietto a pagamento;

¹¹⁷ Martini 2005, pp. 74-75.

3.2) interventi per migliorare la fruibilità dell'area:

3.2.1) riattivazione o realizzazione di sentieri.

La valorizzazione dei beni culturali completerebbe l'esperienza della cultura del luogo, parzialmente offerta dall'azienda venatoria e dal Parco Nazionale dei Monti Sibillini. Inoltre, rappresenterebbe quell'elemento di collegamento tra il comune di Fiordimonte e gli altri comuni auspicato dal Parco, la cui estensione è vincolata dalla presenza dell'azienda venatoria. Infatti, come evidenziato dalla D.C.D. 26 aprile 2001, n. 21, "Piano pluriennale economico e sociale", Fiordimonte rappresenta una via di accesso al Parco, perché consente di raggiungere Fiastra nonché Cupi e Macereto. Dunque, la valorizzazione delle risorse locali in una logica *multi-asset* implementerebbe i flussi turistici e il numero dei clienti fruitori dei servizi ristorativi e/o ricettivi già esistenti, nonché di quelli che potrebbero trovar luogo ad esempio a Fiordimonte, considerata la sottoutilizzazione dell'edificato esistente. La valorizzazione dei beni culturali, compreso il restauro conservativo del patrimonio architettonico storico (anche laddove non previsto dagli strumenti urbanistici), concorrerebbe a potenziare il vantaggio competitivo di quelle imprese che identificano proprio nel territorio un potenziale punto di forza per lo sviluppo della loro attività, tra cui gli agriturismi o le eventuali forme di ospitalità diffusa. Di conseguenza, nelle aree che assegnano al territorio un ruolo centrale nello sviluppo economico, l'utilità delle discipline umanistiche dovrebbe emergere con più forza¹¹⁸.

La situazione critica in cui versano queste aree marginali della provincia di Macerata dipende, infatti, dalla mancata competitività delle strategie di sviluppo locale attivate¹¹⁹. A titolo esemplificativo Bolognola – a partire dagli anni Settanta – si è affermata come meta di turismo invernale, per la possibilità di praticare, in particolare, lo sci da discesa. Ciò ha avuto conseguenze negative sul paesaggio, che hanno rischiato di trasformarla in un non-luogo; al contempo, la domanda di qualità dei servizi turistici è aumentata, si sono affermate stazioni sciistiche più attrezzate e, soprattutto, i Sibillini hanno ormai un innevamento erratico, a seguito del *global warming*¹²⁰. L'istituzione del Parco sembrava poter offrire un miglioramento dell'attrattività del territorio. A Bolognola è stata riconosciuta la necessità di mantenere il prodotto basato sulla neve, pena la perdita della tradizionale identità turistica, ma di innovarlo, proponendo non solo la realizzazione di piste destinate a nuovi target (bambini o principianti), ma anche la combinazione con il prodotto basato sulla natura, al fine di promuovere sia un turismo estivo, sia la tutela dei valori paesaggistici, ritenuti fattori di competitività¹²¹. In generale, però, il Parco Nazionale dei Monti Sibillini non solo non ha innescato un'inversione delle negative tendenze

¹¹⁸ Brogiolo 2014.

¹¹⁹ Calafati 2013, pp. 27-32.

¹²⁰ Ivi, p. 30.

¹²¹ D.C.D. 26 aprile 2001, n. 21, "Piano pluriennale economico e sociale".

demografiche, come conferma, tra l'altro, l'imminente collasso demografico di Acquacanina e Bolognola, ma non risulta neanche sufficientemente attrattivo, considerato l'indice di utilizzazione dei posti letto nelle strutture ricettive pari a 0,09, decisamente sotto soglia rispetto alla media italiana pari a 0,22¹²².

Sicché, al fine di migliorare l'attrattività, la competitività e l'immagine turistica del territorio, occorrerebbe promuovere una strategia territoriale condivisa tra gli attori locali, che peraltro godrebbe di maggiori finanziamenti. Ad avvalorare tale necessità concorre il principio consensuale a più riprese richiamato dalla normativa e dai documenti strategici, a partire dalla L. 23 dicembre 1996, n. 662, "Misure di razionalizzazione della finanza pubblica", che ha introdotto gli strumenti della programmazione negoziata. Al fine di formalizzare un prodotto turistico integrato e, quindi, una rete tra i vari attori locali, potrebbe risultare utile la progettazione e la realizzazione di una card turistica. La card turistica garantirebbe sconti, ad esempio, per l'accesso ai musei (museo civico di Pievebovigliana, museo civico e museo arcidiocesano di Camerino), per l'acquisto dei servizi erogati dall'azienda venatoria e del materiale del Parco – venduto principalmente presso i Centri di Educazione Ambientale –, per l'acquisto dei servizi erogati dalle varie strutture ricettive e ristorative, dei prodotti tipici e artigianali. Sulla scia dell'esperienza della rete di gestione del Sangro Aventino¹²³, la card turistica potrebbe rappresentare un progetto concreto, capace di innescare gradualmente forme di partenariato. Poi, il prodotto turistico integrato potrebbe essere promosso anche all'interno del museo di Pievebovigliana, attraverso la strategia del museo-piazza; il museo fungerebbe da vetrina del territorio, erogando servizi di informazione e accoglienza turistica ma anche esponendo e/o vendendo prodotti locali.

5. Conclusioni

Il presente lavoro di ricerca ha fornito delle prime indicazioni per avviare un possibile processo di valorizzazione dello *stock* di capitale culturale diffuso a Fiordimonte, nell'ambito della definizione di una strategia di marketing territoriale volta a implementare lo sviluppo turistico di tale località, in parte già proposto dall'azienda venatoria, e a invertirne il circolo vizioso di marginalità.

La competitività di una destinazione turistica *community-type* risiede non solo nella valorizzazione delle risorse *place* e *time specific*, ma anche nella capacità di innescare efficaci forme di *governance* tra i vari attori locali. In primo luogo, la valorizzazione dei beni culturali diffusi a Fiordimonte rende necessario l'avvio di forme di collaborazione tra gli attori proprietari dei beni culturali presenti o

¹²² Ministero dell'Ambiente, Unioncamere 2014, pp. 31-33.

¹²³ Hinna, Minuti 2009, pp. 235-261.

provenienti dal comune oggetto di studio e dai comuni limitrofi con cui sono attivabili forse più facilmente delle sinergie. In secondo luogo, la costruzione di un prodotto turistico integrato richiede l'avvio di forme di partenariato tra gli attori dell'offerta culturale e, ad esempio, quelli dell'offerta venatoria e naturalistica nonché quelli dell'offerta ristorativa e ricettiva. Dunque, decisiva per lo sviluppo turistico di una località è la condivisione da parte dei vari attori di una comune strategia di sviluppo locale. Con specifico riferimento al primo *step*, un impulso alla collaborazione potrà essere fornito dai vantaggi economici ricavabili dalla gestione associata delle attività inerenti ai beni culturali, sulla scia delle esperienze di associazione dei servizi dei piccoli comuni; la gestione associata dei servizi culturali potrà prendere corpo attraverso la costruzione di una rete a geometria variabile e la stipula di convenzioni tra i vari soggetti, riconoscendo al museo civico di Pievebovigliana il ruolo di coordinatore.

D'altro canto, la prospettiva della fusione comunale ha già generato una conseguenza sul piano culturale; infatti, nel corso del mese di luglio 2016, la Pro Loco di Pievebovigliana ha organizzato un'escursione tra alcuni borghi di Fiordimonte. Tale iniziativa è significativa sia perché rappresenta la prima esperienza di valorizzazione dei beni culturali del comune, sia perché avvalorata l'ipotesi di un rafforzamento dell'"identità culturale" nell'ambito delle fusioni comunali.

Riferimenti bibliografici / References

- Antongirolami V. (2005), *Materiali per la storia dell'incastellamento nelle Marche meridionali. La valle del Chienti*, «Archeologia Medievale», XXXII, pp. 333-363.
- Antongirolami V., D'Ulizia A. (2005), *Classificazione delle forme insediative di età medievale nell'alta val di Chienti: le tipologie edilizie*, «Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage», n. 12 (Archeologia delle aree montane europee: metodi, problemi e casi di studio), pp. 345-383.
- Avarucci G., a cura di (1998), *La via Lauretana*, Tolentino: Biblioteca Egadiana.
- Baldi B., Xilo G. (2012), *Dall'Unione alla fusione dei Comuni: le ragioni, le criticità e le forme*, «Istituzioni del Federalismo», Q. 1, pp. 141-165.
- Bassani S., Bettinelli C. (2008), *Gli strumenti gestionali per la valorizzazione del patrimonio culturale*, in *Cultura, impresa e territorio. La valorizzazione del patrimonio culturale: verso la definizione di un modello di governance*, a cura di C.M. Golinelli, Milano: Giuffrè editore, pp. 133-153.
- Bittarelli A.A. (1987), *Stipi votive e strade sui valichi dell'Appennino sud occidentale*, in *Le strade nelle Marche: il problema nel tempo*, Atti del convegno (Fano-Fabriano-Pesaro-Ancona, 11-14 ottobre 1984), Ancona: Deputazione di Storia Patria per le Marche, pp. 583-595.

- Bittarelli A.A. (1972), *Pievebovigliana e il suo museo*, L'Aquila: Japrade L.U.
- Boccanera G., Corradini S. (1970), *Preistoria e archeologia nel camerinese*, in *Ricerche sull'età romana e preromana nel Maceratese*, Atti del IV convegno di Studi Storici Maceratesi (San Severino Marche, 10 novembre 1968), Macerata: Centro di Studi Storici Maceratesi, pp. 65-125.
- Bonetti E. (2008), *La dimensione di prodotto dell'offerta turistico-culturale*, in *Cultura, impresa e territorio. La valorizzazione del patrimonio culturale: verso la definizione di un modello di governance*, a cura di C.M. Golinelli, Milano: Giuffrè, pp. 81-101.
- Brogio G.P. (2007), *Dall'Archeologia dell'architettura all'Archeologia della complessità*, «Pyrenae», n. 38, I, pp. 7-38.
- Brogio G.P. (2014), *Comunicare l'archeologia in un'economia sostenibile*, «European Journal of postclassical archaeologies», n. 4, pp. 331-342.
- Brunetti V. (2001), *La procedura dei piani urbanistici dopo la legge 1150/1942*, in *Cento anni di piani urbanistici. Archivio piani Dicoter*, a cura di C. Mazzoleni, B. Bonfantini, Milano: Edizioni della Triennale.
- Calafati G. (2013), *Una strategia di sviluppo per le aree interne della Provincia di Macerata*, <<http://www.mc.camcom.it/P42A77C95S39/Orientamenti-per-una-Strategia-di-Sviluppo-Economico-della-Provincia-di-Macerata.htm>>, 20.07.2016.
- Calafati G. (2014), *Le aree interne della Provincia di Macerata: elementi per la progettazione di strategie di sviluppo locale*, <<http://www.mc.camcom.it/P42A77C95S39/Orientamenti-per-una-Strategia-di-Sviluppo-Economico-della-Provincia-di-Macerata.htm>>, 20.07.2016.
- Capriotti G. (2010), *Un dipinto contra pestem di Paolo da Visso. "Crisi della presenza" e simbologia della freccia nella pittura italiana del XV secolo*, «Iconographica», IX, pp. 75-88.
- Capriotti G., Cerquetti M. (2016), *La valorizzazione del patrimonio culturale nei territori periferici. Un possibile approccio interdisciplinare applicato al caso di Mevale di Visso (MC)*, «Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage», n. 13, pp. 421-465.
- Caroli M.G. (2006), *Il marketing territoriale. Strategie per la competitività sostenibile del territorio*, Milano: Franco Angeli.
- Cercola R., Simoni M. (2001), *L'analisi del contesto*, in *Prodotti turistici evoluti. Casi ed esperienze in Italia*, a cura di M. Rispoli, Torino: Giappichelli, pp. 25-47.
- Cerquetti M. (2007), *La componente culturale del prodotto turistico integrato: la creazione di valore per il territorio attraverso i musei locali*, «Sinergie», n. 73/74, pp. 421-438.
- Cerquetti M. (2008), *Strategie di sviluppo dei musei marchigiani mediante innovazione e condivisione dei processi di creazione del valore*, in *La qualità del museo. Ricognizione sullo stato di alcuni musei locali*, a cura di P. Dragoni, Macerata: eum, pp. 143-180.

- Cerquetti M. (2010), *Strategie di branding del cultural heritage nella prospettiva esperienziale*, «Sinergie», n. 82, pp. 123-142.
- Cerquetti M. (2011), *L'innovazione del prodotto culturale*, in *Economia, cultura, territorio*, Atti della giornata di studio (Fermo, 7 dicembre 2010), a cura di M. Montella, M. Cerquetti, Macerata: eum, pp. 55-68.
- Cerquetti M. (2012), *La valorizzazione del patrimonio culturale locale attraverso l'approccio esperienziale: oltre l'edutainment*, «Mercati e Competitività», n. 4, pp. 53-71.
- Chierici S. (1985), *Le vallate del Fiastrone e del Fornace: spazio, evoluzione socio-politica, insediamenti nei secc. XII-XV*, in *Per una ricostruzione degli insediamenti medievali nell'entroterra della Marchia*, a cura di E. Saracco Previdi, Macerata: Istituto di storia medievale e moderna, pp. 41-125.
- CNEL, ISTAT (2014), *Rapporto BES 2014: il Benessere Equo e Sostenibile in Italia*, <<http://www.istat.it/it/archivio/126613>>, 20.07.2016.
- Comitato Tecnico Aree Interne (2014), *Rapporto di Istruttoria per la Selezione delle Aree Interne. Regione Marche*, <http://www.agenziacoesione.gov.it/it/arint/Stato_di_attuazione/Regione_Marche/index.html>, 20.07.2016.
- Confalonieri M. (2011), *L'albergo diffuso: una "formula" tutta italiana*, «Economia e diritto del terziario», n. 2, pp. 265-281.
- Cruciani P. (2000/2001), *Castra e fortificazioni nel territorio di Camerino tra età comunale e signoria varanesca. I casi dell'alta valle del Fiastrone*, «Castella Marchiae», n. 4/5, pp. 84-99.
- Cruciani P. (2003), *Storia e arte nella Marca camerte. Bolognola e l'alta valle del Fiastrone (secc. XII-XIX)*, Roma: Kappa.
- Cruciani Fabozzi G. (1975), *Fortificazioni e insediamenti fortificati nel territorio di Camerino: vicende, aspetti e problemi*, Atti del IX convegno di Studi Storici Maceratesi (Porto Recanati, 10-11 novembre 1973), Macerata: Centro di Studi Storici Maceratesi, pp. 151-167.
- Cucuzza G. (1999), *L'attività faunistico-venatoria quale strumento di valorizzazione della terra nel quadro della legislazione di settore*, in *Il governo del territorio: complessità e cambiamento. Nuove domande d'uso, nuove opportunità, nuovi strumenti operativi*, Atti del XXIX Incontro di Studio (8 ottobre), pp. 231-256.
- CUEIM, a cura di (2006), *La valorizzazione del patrimonio culturale periferico per lo sviluppo del territorio*, «BICNotes», n. 5.
- CUEIM, a cura di (2007), *L'albergo diffuso come strumento innovativo per la valorizzazione del potenziale turistico*, «BICNotes», n. 4.
- Dai Prà E., Tanzarella A. (2013), *La valle del Rio Cavallo: per un'ipotesi di valorizzazione territoriale sostenibile*, in *APSAT 7. Conoscenza e valorizzazione dei paesaggi trentini*, a cura di F. Marzatico, M. Nuccio, Mantova: SAP, pp. 97-113.
- Dall'Ara G. (2010), *Manuale dell'albergo diffuso. L'idea, la gestione, il marketing dell'ospitalità diffusa*, Milano: Franco Angeli.

- Del Baldo M. (2012), *La valorizzazione del patrimonio culturale ecclesiastico. Un'esperienza marchigiana: il Museo Diocesano di Pesaro*, «Il Capitale Culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage», n. 4, pp. 69-118.
- De Marchi A. (2002), *Scheda 27*, in *Pittori a Camerino nel Quattrocento*, a cura di A. De Marchi, Jesi: Banca delle Marche, pp. 356-361.
- DPS, a cura di (2012), *Metodi e obiettivi per un uso efficace dei fondi comunitari 2014-2020*, <http://www.dps.tesoro.it/view.asp?file=2012/133620_comunicato_27dicembre.htm&img=new>, 20.07-2016.
- DPS, a cura di (2013a), *Strategia nazionale per le Aree interne: definizione, obiettivi, strumenti e governance (Accordo di Partenariato 2014-2020)*, <<http://www.agenziacoesione.gov.it/it/arint/index.html>>, 20.07.2016.
- DPS, a cura di (2013b), *Le aree interne: di quali territori parliamo? Nota esplicativa sul metodo di classificazione delle aree*, <http://www.agenziacoesione.gov.it/it/arint/Cosa_sono/index.html>, 20.07.2016.
- DPS, a cura di (2014), *Strategia nazionale per le aree interne. Estratto dell'Accordo di Partenariato 2014-2020*, <<http://www.agenziacoesione.gov.it/it/arint/index.html>>, 20.07.2016.
- Dragoni P. (2005), *Antimarketing dei musei italiani?*, «Sinergie», n. 68, pp. 55-73.
- Droli M. (2013), *Il management delle opportunità imprenditoriali "a chilometro zero": buone prassi per l'innovazione d'impresa nell'Albergo Diffuso*, in *L'innovazione per la competitività delle imprese*, Atti del XXV convegno di Sinergie (Università Politecnica delle Marche, 24-25 ottobre 2013), pp. 97-112.
- D'Ulizia A. (2008), *Archeologia dell'Architettura nelle Marche meridionali. Le strutture fortificate nella valle del Chienti tra XIII e XV secolo*, «Archeologia dell'Architettura», n. XIII, pp. 47-75.
- Feliciangeli B. (1918), *Ricerche sull'origine dei Da Varano signori di Camerino*, «L'Arcadia», n. III, pp. 153-212.
- Gnesi D., Minguzzi S., Moscatelli U., Virgili S. (2007), *Ricerche sugli insediamenti medievali nell'entroterra marchigiano*, «Archeologia Medievale», n. XXXIV, pp. 113-140.
- Golinelli C.M. (2002), *Il territorio sistema vitale. Verso un modello di analisi*, Torino: Giappichelli.
- Golinelli C.M. (2008a), *Introduzione*, in *Cultura, impresa e territorio. La valorizzazione del patrimonio culturale: verso la definizione di un modello di governance*, a cura di C.M. Golinelli, Milano: Giuffrè, pp. XVII-XXV.
- Golinelli C.M. (2008b), *Un modello per la valorizzazione del patrimonio culturale*, in *Cultura, impresa e territorio. La valorizzazione del patrimonio culturale: verso la definizione di un modello di governance*, a cura di C.M. Golinelli, Milano: Giuffrè, pp. 203-245.
- Grimaldi F., Mariano M.P., Sordi K., a cura di (1998), *La Madonna di Loreto nelle Marche. Immagine devote e liturgiche*, Camerano: Regione Marche.
- Hinna A., Minuti A., a cura di (2009), *Progettazione e sviluppo delle aziende e reti culturali: principi, strumenti, esperienze*, Milano: Hoepli.

- ISNART, a cura di (2015), *La soddisfazione del cliente e le ricadute economiche del turismo*, <<http://www.mc.camcom.it/P42A79C97S40/Osservatorio-Turistico.htm>>, 20.07.2016.
- ISTAT (2011), *15° Censimento Generale della Popolazione e delle Abitazioni. Manuale della rilevazione*, <<http://www.istat.it/it/>>, 20.07.2016.
- ISTAT, a cura di (2015), *Descrizione dei dati geografici e delle variabili censuarie per sezione di censimento. Anni 1991, 2001, 2011*, <<http://www.istat.it/it/archivio/104317>>, 20.07.2016.
- Maroni E. (2014), *Progetto R.I.M.E.M. Un sito inedito nell'alta valle del Chienti: Fiungo*, «Il capitale culturale. *Studies on the Value of Cultural Heritage*», n. 10 (*Periferie. Dinamiche economiche territoriali e produzione artistica*), pp. 91-120.
- Martini U. (2002), *Da luoghi a destinazioni turistiche. Ipotesi di destination management nel turismo alpino*, in *Destination management. Governare il turismo tra locale e globale*, a cura di M. Franch, Torino: Giappichelli, pp. 67-111.
- Martini U. (2005), *Management dei sistemi territoriali. Gestione e marketing delle destinazioni turistiche*, Torino: Giappichelli.
- Masini S. (2012), *Impresa agricola, valorizzazione del territorio e fornitura di servizi faunistico-venatori*, «AESTIMUM», n. 60, pp. 27-37.
- Mazzalupi M. (2002a), *Scheda 6*, in *Pittori a Camerino nel Quattrocento*, a cura di A. De Marchi, Jesi: Banca delle Marche, pp. 321-323.
- Mazzalupi M. (2002b), *Scheda 2*, in *Pittori a Camerino nel Quattrocento*, a cura di A. De Marchi, Jesi: Banca delle Marche, p. 400.
- Mazzalupi M. (2003a), *Sant'Antonio abate in Castello*, «La Pieve», n. XXXI/3, pp. 3-4.
- Mazzalupi M. (2003b), *San Sebastiano in Villanova*, «La Pieve», n. XXXI/4, pp. 3-4.
- Mazzalupi M. (2004), *San Nicola in Marzoli (e due cappelline)*, «La Pieve», XXXII/3, p. 3.
- Ministero dell'Ambiente, Unioncamere, a cura di (2014), *L'economia reale nei parchi nazionali e nelle aree naturali protette*, <<http://www.unioncamere.gov.it/P42A2420C189S123/Presentato-il-Rapporto-Unioncamere-Minambiente--L-economia-reale-nei-Parchi-nazionali-e-nelle-aree-naturali-protette-.htm>>, 20.07.2016.
- Montella M. (2003), *Musei e beni culturali. Verso un modello di governance*, Milano: Electa.
- Montella M. (2008), *I nuovi paradigmi e le opportunità*, in *Cultura, impresa e territorio. La valorizzazione del patrimonio culturale: verso la definizione di un modello di governance*, a cura di C.M. Golinelli, Milano: Giuffrè, pp. 3-43.
- Montella M. (2009a), *Valore e valorizzazione del patrimonio culturale storico*, Milano: Electa.
- Montella M. (2009b), *Il capitale culturale*, Macerata: eum.

- Montella M. (2012), *Il valore culturale*, in *Patrimonio culturale e creazione di valore. Verso nuovi percorsi*, a cura di G.M. Golinelli, Padova: CEDAM, pp. 3-69.
- Montella M.M., Quattrociochi B. (2013), *L'albergo diffuso: un'innovazione imprenditoriale per lo sviluppo sostenibile del turismo*, in *L'innovazione per la competitività delle imprese*, Atti del XXV convegno di Sinergie (Università Politecnica delle Marche, 24-25 ottobre 2013), pp. 113-130.
- Moscattelli U. (2009), *I castelli delle Marche, un paesaggio rimosso*, in *Percorsi. Studi per Eleonora Bairati*, Macerata: eum, pp. 293-307.
- Moscattelli U. (2012), *Paesaggio montano e insediamenti: nuovi dati dal progetto R.I.M.E.M.*, in *VI Congresso Nazionale di Archeologia Medievale (L'Aquila, 2012)*, a cura di F. Redi, A. Forgione, Firenze: All'Insegna del Giglio, pp. 251-256.
- Moscattelli U. (2013), *Spazi montani e approccio archeologico. Considerazioni a margine del progetto R.I.M.E.M.*, in *Le aree montane come frontiere e/o spazi di interazione e connettività*, Atti del colloquio internazionale (Udine-Tolmezzo, 10-12 dicembre 2009), a cura di S. Magnani, Roma: Aracne, pp. 551-566.
- Moscattelli U. (2014), *Transizioni. Aspetti delle campagne dell'entroterra maceratese tra tardoantico e altomedioevo*, in *Atti del IV convegno Internazionale di Studi Veleiati (Veleia-Lugagnano Val d'Arda, 20-21 settembre 2013)*, a cura di P.L. Dall'Aglio, C. Franceschelli, L. Maganzani, Bologna: Ante Quem, pp. 495-518.
- Moscattelli U. (2015), *Progetto R.I.M.E.M.: problematiche (e dati) delle ricognizioni nelle aree interne delle Marche*, «Il capitale culturale. *Studies on the Value of Cultural Heritage*», n. 12 (*Archeologia delle aree montane europee: metodi, problemi e casi di studio*), pp. 183-221.
- Moscattelli U., Stagno A.M. (2015), *Premessa*, «Il capitale culturale. *Studies on the Value of Cultural Heritage*», n. 12 (*Archeologia delle aree montane europee: metodi, problemi e casi di studio*), pp. 11-18.
- Mozzoni L., Paraventi M. (2000), *In viaggio con San Cristoforo: pellegrinaggi e devozione tra Medioevo e età moderna*, catalogo della mostra (Jesi, 2000-2001), Firenze: Giunti.
- Paniccia P. (2012), *Nuovi fermenti di sviluppo sostenibile nel turismo: l'esempio dell'«albergo diffuso». Tra borghi storici, residenze d'epoca e antichi casali rurali*, «Impresa Progetto», n. 1, pp. 1-26.
- Paniccia P., Silvestrelli P., Valeri M. (2010), *Innovazioni made in Italy nel management alberghiero. La realtà degli «alberghi diffusi»*, in *Economia e management delle attività turistiche e culturali. Destinazione, impresa, esperienza, contributi di ricerca*, a cura di P. Paniccia, P. Silvestrelli, M. Valeri, Torino: Giappichelli, pp. 91-130.
- Paniccia P., Silvestrelli P., Valeri M., Montella M.M., Rozera C. (2013), *Innovare nell'ottica della sostenibilità. L'esempio dell'«albergo diffuso»*

- come progetto di valorizzazione per il territorio, in *Management per la sostenibilità dello sviluppo turistico e la competitività delle destinazioni*, a cura di M. Franch, U. Martini, Bologna: Il Mulino, pp. 273-324.
- Paraventi M., a cura di (2003), *I da Varano e le arti a Camerino e nel territorio. Atlante dei beni culturali di epoca varanesca*, Recanati: Bieffe.
- Pencarelli T., Splendiani S. (2010), *Il governo delle destinazioni turistiche in una prospettiva di sostenibilità. Profili concettuali ed evidenze empiriche*, International Marketing Trends Conference (Parigi, 21-23 gennaio), pp. 1-39.
- Percossi Serenelli E., a cura di (2002), *Pievebovigliana fra preistoria e medioevo*, Pievebovigliana: Comune di Pievebovigliana.
- Pirani A. (2012), *Le fusioni di Comuni: dal livello nazionale all'esperienza dell'Emilia-Romagna*, «Istituzioni del Federalismo», Q. 1, pp. 37-58.
- Politi F. (2012), *Dall'Unione alla fusione dei Comuni: il quadro giuridico*, «Istituzioni del Federalismo», Q. 1, pp. 5-35.
- Public Policy Workshop (2009), *Sistemi locali e interdipendenze territoriali nella Provincia di Macerata*, <<http://www.mc.camcom.it/P42A77C95S39/Orientamenti-per-una-Strategia-di-Sviluppo-Economico-della-Provincia-di-Macerata.htm>>, 20.07.2016.
- Public Policy Workshop (2010), *La intercomunalità nello sviluppo delle aree interne della Provincia di Macerata*, <<http://www.mc.camcom.it/P42A77C95S39/Orientamenti-per-una-Strategia-di-Sviluppo-Economico-della-Provincia-di-Macerata.htm>>, 20.07.2016.
- Ravaschieri E. (2011), *Trattamento digitale di mappe del Catasto Gregoriano (alta valle del Chienti)*, «Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage», n. 2, pp. 327-340.
- Rispoli M., Tamma M. (1995), *Risposte strategiche alla complessità: le forme di offerta dei prodotti alberghieri*, Torino: Giappichelli.
- Rispoli M. (2001), *La ricerca: aspetti di metodo e principali risultati*, in *Prodotti turistici evoluti. Casi ed esperienze in Italia*, a cura di M. Rispoli, Torino: Giappichelli, pp. 1-23.
- Romano S. (2005), *Le politiche di interesse faunistico: gestione venatoria e misure agro-ambientali*, in *Le relazioni economiche tra agricoltura, risorse faunistiche e attività venatoria: conflitto o coesistenza? Aspetti teorici e risultati di alcune ricerche*, a cura di S. Romano, M. Genghini, Brisighella: Ed. Litotre, pp. 99-114.
- Salamone L. (2005), *Breve introduzione alla disciplina urbanistica: Piano Regolatore Generale e Regolamento Edilizio*, «Diritto&Diritti», pp. 1-17.
- Santi G. (2005), *I musei ecclesiastici e i musei diocesani: identità, funzioni, principi-guida*, in *Strumenti di valutazione per i musei italiani. Esperienze a confronto*, a cura di A. Maresca Compagna, Roma: Gangemi Editore, pp. 329-356.
- Sciarelli S. (2004), *Fondamenti di economia e gestione delle imprese*, Padova: CEDAM.

- Schmidt V.M. (2003), *Gli stendardi processionali su tavola nelle Marche del Quattrocento*, in *I Da Varano e le arti*, a cura di A. De Marchi, P.L. Falaschi, Atti del convegno internazionale (Camerino, Palazzo ducale, 4-6 ottobre 2001), II, pp. 551-578.
- Silvestrelli P. (2011), *Valorizzazione del patrimonio culturale e sviluppo dell'«albergo diffuso»: interdipendenze e sinergie*, «Il capitale culturale. *Studies on the Value of Cultural Heritage*», n. 2, pp. 253-274.
- Simoni M. (2008), *La proposta di un percorso di valorizzazione*, in *Cultura, impresa e territorio. La valorizzazione del patrimonio culturale: verso la definizione di un modello di governance*, a cura di C.M. Golinelli, Milano: Giuffrè, pp. 247-302.
- Tamma M. (2001), *Prodotti, attori, relazioni, tecnologia*, in *Prodotti turistici evoluti. Casi ed esperienze in Italia*, a cura di M. Rispoli, Torino: Giappichelli, pp. 49-86.
- Tamma M. (2002), *Destination management: gestire prodotti e sistemi locali di offerta*, in *Destination management. Governare il turismo tra locale e globale*, a cura di M. Franch, Torino: Giappichelli, pp. 11-38.
- Turchi O. (1762), *Camerinum Sacrum sive de pontificibus ecclesiae Camerinensis*, Roma: De Rossi.
- Unioncamere, ISNART, a cura di (2011), *Analisi dei prodotti turistici*, <<http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/documenti/02810>>, 20.07.2016.
- Urbani G. (2000), *Piano pilota per la conservazione programmata dei beni culturali dell'Umbria*, in *Intorno al restauro*, a cura di B. Zanardi, Milano: Skira, pp. 103-111.
- Vallone C., Veglio V. (2014), *La valorizzazione del patrimonio artistico come driver per lo sviluppo del territorio: il caso dell'albergo diffuso*, «Mercati e competitività», n. 4, pp. 109-130.

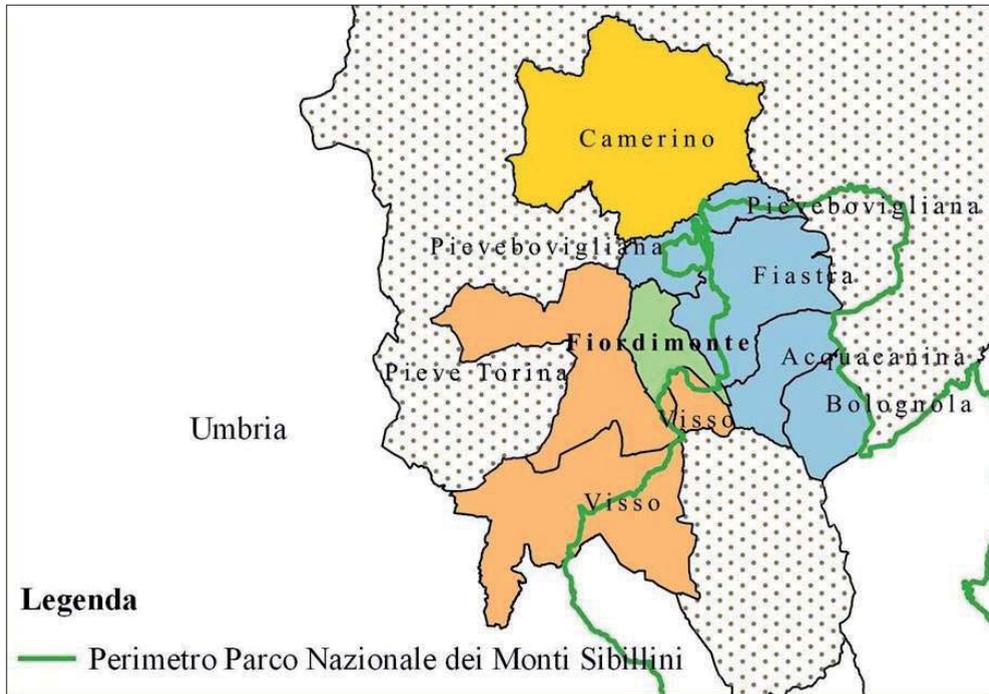
Appendice

Fig. 1. Localizzazione del comune di Fiordimonte

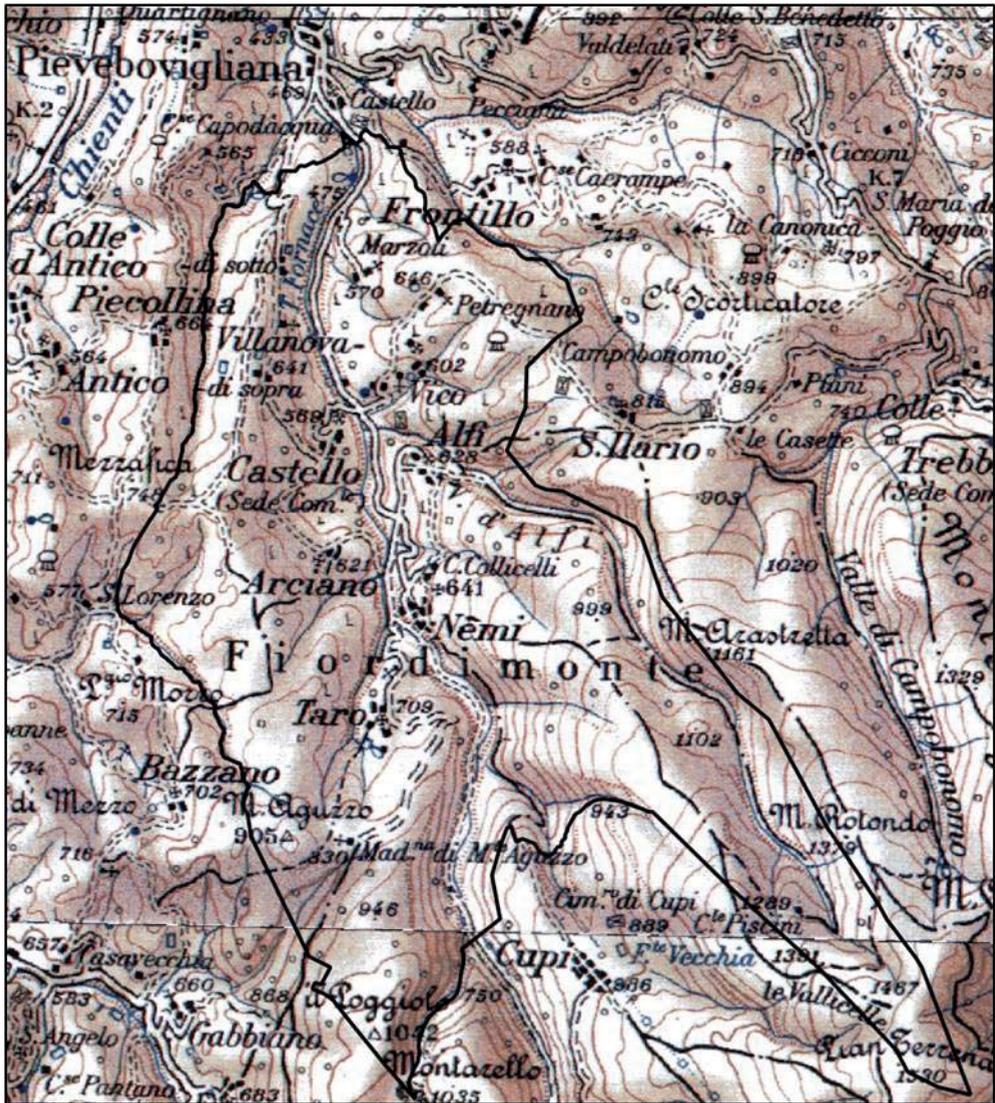


Fig. 2. Territorio comunale di Fiordimonte (Fonte: IGM 1:100.000, <<http://www.pcn.minambiente.it/GN/>>, 20.07.2016)



Fig. 3. Castello, Fiordimonte: 3a. Chiesa di S. Antonio; 3b. *Crocifissione di Cristo con S. Ansovino, S. Elena, la Madonna, S. Giovanni, S. Bartolomeo e S. Nicola da Bari*, chiesa di S. Antonio



Fig. 3. Castello, Fiordimonte: 3c. Accesso della fortificazione; 3d. Tratto di cinta muraria della fortificazione



Fig. 4. Alfì, Fiordimonte: 4a. Chiesa di S. Marco; 4b. *Madonna con il bambino tra i S.ti Marco, Mattia, Sebastiano e Stefano*, Camerino, Museo arcidiocesano



Fig. 5. Villanova, Fiordimonte: 5a. Chiesa di S. Sebastiano; 5b. S. Sebastiano, Pievebovigliana, Museo civico



Fig. 6. Tarso, Fiordimonte: 6a. Chiesa di S. Biagio; 6b. *Crocifissione di Cristo con S. Giacomo, S.ta Maria Maddalena, S. Giovanni Evangelista e la Madonna del cardellino*, chiesa di S. Biagio



Fig. 7. Nemi, Fiordimonte: 7a. Chiesa di S.ta Maria Assunta; 7b. *Madonna di Loreto*, *S. Giacomo*, *S. Antonio abate*, *S. Sebastiano*, *Madonna con il bambino*, chiesa di S. Maria Assunta

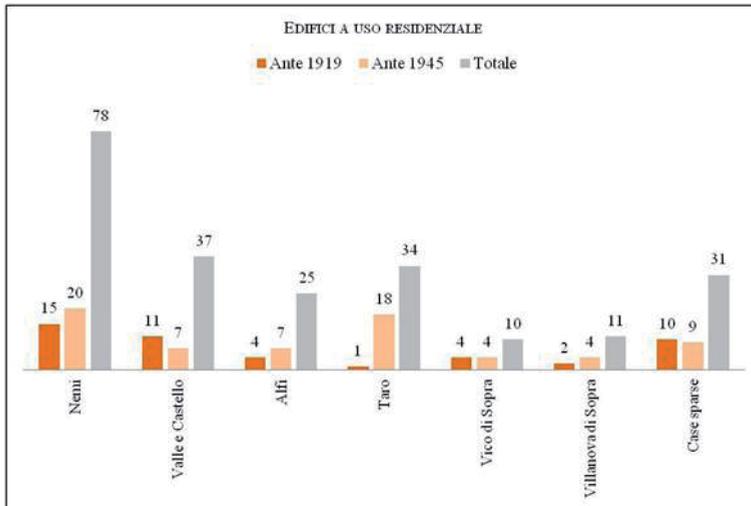


Fig. 8. Epoca di costruzione degli edifici a uso residenziale (Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 2011)

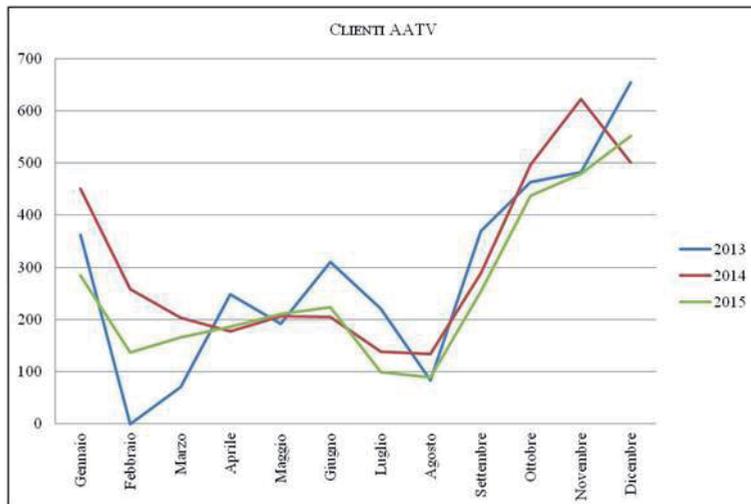


Fig. 9. Clienti AATV 2013/2015 (Fonte: ns. elaborazione su dati aziendali)

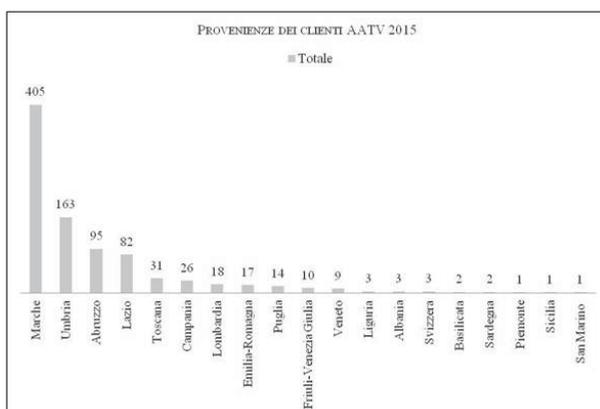


Fig. 10. Provenienze dei clienti AATV nel 2015 (Fonte: ns. elaborazione su dati aziendali)

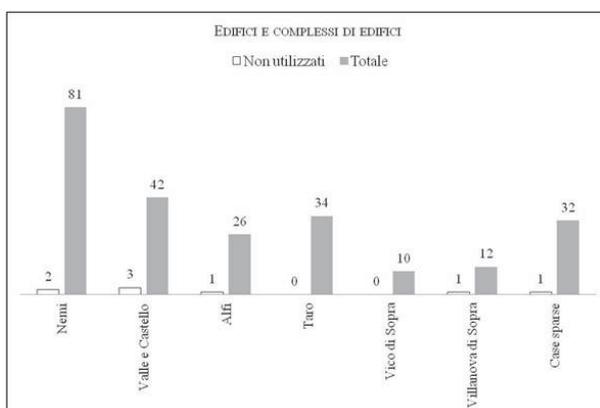


Fig. 11. Edifici e complessi di edifici (Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 2011)

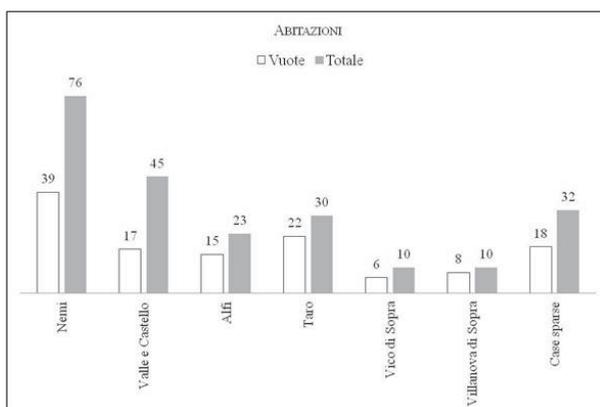


Fig. 12. Abitazioni (Fonte: ns. elaborazione su dati ISTAT 2011)

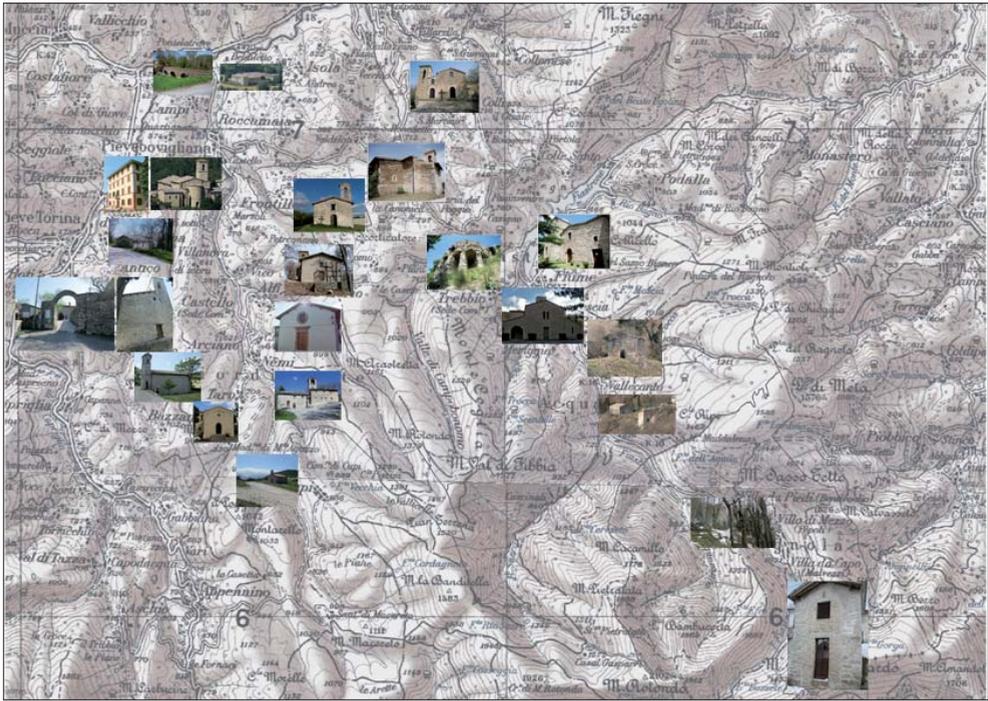


Fig. 13. Localizzazione delle risorse culturali

Direttore / Editor

Massimo Montella

Co-Direttori / Co-Editors

Tommy D. Andersson, University of Gothenburg, Svezia
Elio Borgonovi, Università Bocconi di Milano
Rosanna Cioffi, Seconda Università di Napoli
Stefano Della Torre, Politecnico di Milano
Michela Di Macco, Università di Roma 'La Sapienza'
Daniele Manacorda, Università degli Studi di Roma Tre
Serge Noiret, European University Institute
Tonino Pencarelli, Università di Urbino "Carlo Bo"
Angelo R. Pupino, Università degli Studi di Napoli L'Orientale
Girolamo Sciuillo, Università di Bologna

Comitato editoriale / Editorial Office

Giuseppe Capriotti, Alessio Cavicchi, Mara Cerquetti, Francesca Coltrinari,
Patrizia Dragoni, Pierluigi Feliciati, Valeria Merola, Enrico Nicosia,
Francesco Pirani, Mauro Saracco, Emanuela Stortoni

Comitato scientifico / Scientific Committee

Dipartimento di Scienze della formazione, dei beni culturali e del turismo
Sezione di beni culturali "Giovanni Urbani" – Università di Macerata
Department of Education, Cultural Heritage and Tourism
Division of Cultural Heritage "Giovanni Urbani" – University of Macerata

Giuseppe Capriotti, Mara Cerquetti, Francesca Coltrinari, Patrizia Dragoni,
Pierluigi Feliciati, Maria Teresa Gigliozzi, Valeria Merola, Susanne Adina Meyer,
Massimo Montella, Umberto Moscatelli, Sabina Pavone, Francesco Pirani,
Mauro Saracco, Michela Scolaro, Emanuela Stortoni, Federico Valacchi,
Carmen Vitale