



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI TERAMO
FACOLTA' DI SCIENZE POLITICHE

CORSO DI LAUREA IN SCIENZE DEL TURISMO E DELLO SPORT

*Tesi di Laurea in
Educazione allo Sviluppo e al Turismo Sostenibile*

**POTENZIAMENTO TURISTICO DI UNA ZONA
TERRITORIALE POCO CONOSCIUTA: IL CASO
DELL'ENTROTERRA DEL GARGANO**

LAUREANDA

Clizia NARCISI

RELATORE

Chiar.mo Prof. Adolfo BRAGA

Matricola: 56874

ANNO ACCADEMICO 2013- 2014

INDICE

Capitolo 1 ***Turismo e territorio***

- 1.1 Il fenomeno turistico tra aspetti culturali e offerta turistica pag. 2
- 1.2 Il fattore ambientale come fattore di successo per il turismo pag. 5
 - 1.2.1 *Esempio di progetto sostenibile: il caso del Mediterraneo.* pag. 8
- 1.3 Il turismo locale e territori strategici pag. 11

Capitolo 2 ***Valorizzazione turistica e potenziamento dei servizi***

- 2.1 Il marketing strategico dei servizi per il turismo pag. 16
 - 2.1.1 *Il marketing nel turismo* pag. 20
- 2.2 Il ciclo di vita di un prodotto turistico pag. 23
- 2.3 Il territorio come vocazione turistica pag. 27

Capitolo 3 ***L'entroterra del Gargano: un territorio da potenziare***

- 3.1 Caratteristiche sociali, economiche e geografiche del Gargano pag. 33
- 3.2 Alcune attrattive turistiche del Gargano pag. 45
 - 3.2.1 *Il turismo religioso: realtà presente e prospettive* pag. 54
- 3.3 La città di San Marco in Lamis e il suo Borgo Celano pag. 59
 - 3.3.1 *San Marco in Lamis* pag. 59
 - 3.3.2 *Borgo Celano* pag. 63
 - 3.3.3 *Attrattive che si trovano a San Marco in Lamis-Borgo Celano* pag. 70

<i>3.3.4 Il caso di San Giovanni Rotondo</i>	pag. 84
<i>3.3.5 San Marco in Lamis, Borgo Celano e San Giovanni Rotondo sul web</i>	pag. 88

Capitolo 4

Numeri e Prospettive nel distretto turistico di San Giovanni Rotondo che comprende San Marco in Lamis con la sua frazione di Borgo Celano

4.1 I numeri	pag. 92
4.2 Il degrado ricettivo	pag. 104
<i>4.2.1 Il turismo che non appare</i>	pag. 106
<i>4.2.2 Prospettive</i>	pag. 110

Capitolo 1

Turismo e territorio

1.1– IL FENOMENO TURISTICO TRA ASPETTI CULTURALE E OFFERTA TURISTICA

Per “turismo” s’intende l’insieme delle attività di coloro che si spostano temporaneamente e non abitualmente dalla loro dimora o residenza per almeno un pernottamento con scopi di svago, affari o per altri motivi.¹

Spostamenti di individui da una località all’altra hanno da sempre caratterizzano la storia delle società umane.

A partire dall’antica Roma fino alla rivoluzione industriale, l’uso dei servizi turistici era riservato ad una élite urbana che però non disponeva di strutture specializzate per il turismo.

Chi andava in vacanza alloggiava nelle seconde case e portava con sé i propri schiavi. Esistevano dei pubblici servizi che non venivano utilizzati dai turisti, ma piuttosto dai viaggiatori occasionali.

Anche le attività turistiche erano organizzate in funzione della vita sociale della città e non per i turisti. Per questi motivi, l’impatto economico del turismo, in questo periodo era praticamente nullo.

Fare vacanze, nell’antica Roma, significava riposarsi (villeggiatura) e le principali mete erano la campagna e il mare (sinonimo di serenità e allontanamento dalla frenesia urbana).

Questi trasferimenti temporanei erano favoriti da una efficiente rete stradale che collegava Roma a tutto il resto del mondo allora conosciuto.

Con la caduta dell’Impero romano e l’inizio del Medioevo si diede avvio al fenomeno dei viaggi dei pellegrini. Inizialmente il pellegrinaggio veniva inflitto come pena per i peccati contro la Chiesa, solo dopo il XIV secolo incominciò ad assumere aspetti culturali e ludici.

Con l’Umanesimo e con il Rinascimento poi, si diffuse una nuova concezione dell’individuo, dell’arte, della cultura: una rivoluzione che portò ad un nuovo modo di fare turismo.

Fra il 1500 e il 1800, in Gran Bretagna, tra le classi aristocratiche dell’Europa, si propose la moda del “Grand Tour”; si tratta di un viaggio molto lungo grazie al quale gli intellettuali e i giovani rampolli delle ricche famiglie entravano in

¹ xoomer.virgilio.it/chant/socrates/site/turism.html

contatto con la cultura mediterranea e col vasto patrimonio storico – artistico della classicità.

Per questo motivo, questo tipo di viaggio aveva finalità strettamente culturali ed educative, perché coloro che prendevano parte al tour entravano a stretto contatto con i popoli visitati e le loro culture e ciò li avrebbe resi più maturi.

Il turismo rimase un fenomeno d'élite fino alle soglie del Novecento, quando iniziò il processo di industrializzazione, cambiarono i luoghi d'incontro, dai parchi delle ville di campagna (villeggiatura) ai centri urbani delle cittadine turistiche, e furono create infrastrutture adeguate ad attrarre turisti.

Tutto ciò portò al passaggio da un turismo elitario a un turismo di massa. A partire dagli anni Cinquanta i consumi turistici esplosero: tale situazione fu facilitata da una serie di condizioni favorevoli: stabilità politica internazionale, elevati livelli di crescita economica, ceti medi e classi lavoratrici che iniziarono a beneficiare di tempo libero e di un surplus di reddito, progressi nel settore dei trasporti (crescita del trasporto ferroviario e nascita delle autostrade).²

Il turismo, così, diventa un nuovo bisogno sociale e più aumenta la ricchezza più diventa *obbligo sociale*.

Il turismo di massa è differente rispetto al turismo autentico dei viaggiatori romantici dell'Ottocento.

La massificazione del turismo ha portato a percorsi standardizzati e ripetitivi e alla più totale mancanza di autenticità delle destinazioni. Il turista non vedrebbe le cose, la natura, la cultura com'è realmente ma solo l'immagine di essa.

È la teoria del *sightseeing* (vedere le cose da vedere) secondo cui l'esperienza turistica sarebbe oggi profondamente alterata per il fatto di essere “preconfezionata”.³

Sul piano dell'offerta turistica si è assistito ad un boom dell'edilizia con la costruzione di un gran numero di strutture ricettive (alberghi, pensioni, villaggi, campeggi e ostelli), di ristorazione e di svago. Estremamente attivo è stato l'operato dei *tour operator* che hanno diffuso il modello del viaggio “tutto compreso” (volo + trasferimento + hotel).

² Lemmi E., *Dallo “spazio consumato” ai luoghi ritrovati, verso una geografia del turismo sostenibile*, FrancoAngeli, 2009

³ [http://www.treccani.it/enciclopedia/turismo_\(Enciclopedia_delle_scienze_sociali\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/turismo_(Enciclopedia_delle_scienze_sociali)/)

L'epoca di cui parliamo oggi è definita *turismo globale* ed è caratterizzata dal fatto che non esistono luoghi da scoprire ma formule di visita diverse sulla base di differenti aspetti culturali e sociali della domanda. Ne consegue che l'offerta diviene sempre più specializzata ed attenta a fornire soluzioni di visita personalizzate, tanto che nascono nuove forme di fare turismo. Prendono vita caratteri alternativi al turismo di massa, nel tentativo di offrire un'esperienza diversa e autentica.⁴

Per offerta turistica s'intende l'insieme di beni e servizi che vengono proposti al turista per soddisfare i suoi bisogni, in un dato momento, a un determinato prezzo e in uno specifico luogo.⁵ Le componenti dell'offerta turistica sono le strutture ricettive nelle diverse forme disponibili, quali strutture alberghiere ed extralberghiere (campeggi, agriturismi ecc.), organizzazione del viaggio tramite agenzie turistiche, tour operator ed altri, fruizione di servizi tipici di alcune località turistiche, quali stabilimenti balneari, impianti di risalita, ecc.

Nell'ambito delle attività non direttamente legate al turismo si annoverano quelle per le quali la quota principale della clientela è costituita dalla popolazione residente, alla quale si aggiunge una percentuale consistente, sebbene non caratterizzante, rappresentata da turisti provenienti dall'esterno. Si tratta di attività che forniscono servizi di ristorazione (ristoranti, bar, ecc.) e possibilità di pratica sportiva e di svago (campi da golf, piscine, parchi naturali, musei, cinema, ecc.).

Oltre alle attrezzature turistiche, che possono essere distinte in ricettive (che rispondono al bisogno di pernottamento), para-ricettive (che rispondono al bisogno di ristorazione) e complementari (che soddisfano il bisogno di svago), un territorio è caratterizzato dalle risorse naturali e antropiche dei luoghi nei quali la comunità è insediata.

Quando l'offerta turistica organizzata in senso imprenditoriale viene gestita con l'azione degli enti pubblici competenti in materia turistica è possibile creare dei solidi rapporti tra servizi turistici e ambiente naturale. In questo modo il territorio viene identificato come "prodotto turistico" e di conseguenza può essere pubblicizzato e collocato sul mercato.⁶

⁴ Lemmi E., *ibidem*, pag. 36

⁵ online.scuola.zanichelli.it/frontoffice/scheda-caratteristiche/

⁶ [www.cresa.it/pubblicazioni/Turismo/Cap1/cap_1.2%20\(59-112\).pdf](http://www.cresa.it/pubblicazioni/Turismo/Cap1/cap_1.2%20(59-112).pdf)

1.2– IL FATTORE AMBIENTALE COME FATTORE DI SUCCESSO PER IL TURISMO

Inizialmente la definizione di ambiente, secondo la scuola strutturalista e antropologica e la sociologia, si basava sulla contrapposizione netta tra natura e cultura perché per natura s'intendeva qualcosa di "naturale", vergine e incontaminato e alla cultura, invece, si contrapponeva qualcosa di costruito e artificioso.

Negli anni questa definizione si è andata modificando, in considerazione dell'esistenza di un rapporto di scambio tra natura e cultura. Anche la natura è interpretata come costruito sociale e storico. Non esiste una natura "naturale" perché non esistono lembi di terra che non siano caratterizzati da fattori di antropizzazione. Un parco naturale o un'area protetta sarebbero un prodotto storico, dal momento che sono recintate e circoscritte per proteggerli dalla forza trasformatrice dell'uomo.

Attualmente molti studi del paesaggio testimoniano come l'uomo sia intervenuto in maniera significativa nella trasformazione della natura e come la continua dinamicità dell'uomo abbia modellato la terra.⁷

L'industria dei viaggi ha potenzialità e riscontri notevoli e positivi sulla società e sull'ambiente; se è concepita basandosi su principi sociali e ambientali e non solo economici, essa può essere in grado di portare progresso, occupazione e benessere diffuso, imponendo a governi e amministrazioni locali la tutela dei beni naturali e culturali che attirano l'interesse dei visitatori, mantenendo una riconoscibilità di identità e unicità del territorio.

Il viaggio influisce pesantemente sull'ambiente umano e in maniera più devastante sull'ambiente naturale.⁸

La qualità ambientale rappresenta un forte strumento di attrazione per il turista, come dimostra la recente indagine svolta da IRP, e lo è sia in quanto riferita alla destinazione, alla struttura ricettiva sia, in molti casi, in quanto influenza le scelte del turista stesso.⁹

Un documento delle Nazioni Unite del 1976 già indicava i principali danni del turismo sul territorio e sull'ambiente in riferimento alla pressione sulle risorse naturali (le sorgenti d'acqua, il suolo, il paesaggio), all'inquinamento, ai disastri naturali (contaminazioni dovute alla formazione di rifiuti solidi, contaminazione delle

⁷ Nocifora E., *Turismo culturale e promozione della sostenibilità ambientale*, Edizione Maggioli, 2004

⁸ Colombo L., *Il turismo responsabile*, Xenia Editore, 2005

⁹ <http://progettoegadi.enea.it/it/turismo-sostenibile-1/lambiente-come-fattore-di-competitivita-nel-turismo>

acque marine e dell'aria a causa dei mezzi di trasporto), alle pressioni sociali e culturali (disturbi allo stile di vita dei residenti, sottovalutazione di quelli tradizionali, sfruttamento delle risorse locali anche quando queste siano già scarse).¹⁰

Il pilastro delle politiche comunitarie, in materia di turismo sostenibile, è costituito dal V Programma d'Azione per l'ambiente (1992-2000) - Verso uno sviluppo sostenibile e duraturo.

Con tale programma, L'Unione Europea ha assegnato all'ambiente un valore centrale, delineando nuove strategie da applicare all'intero territorio dell'Unione, per la promozione dello sviluppo sostenibile: cambiamento del comportamento sociale volto al riconoscimento del valore ambientale; condivisione delle responsabilità; individuazione e applicazione di nuovi strumenti ambientali.¹¹

L'approccio fondato sulla sostenibilità ha alla base due elementi dai quali è impossibile prescindere:

1. rispetto della conservazione della biodiversità e della capacità di carico degli ambienti

2. conservazione delle risorse.¹²

Il patrimonio naturale, forte attrattore turistico, impone di porre attenzione alle relazioni tra patrimonio culturale, naturale e turismo per comprendere quali sono le condizioni per ottenere sostenibilità ed agli strumenti per la preservazione del patrimonio.

Il territorio, infatti, spesso rischia di essere distrutto, di divenire oggetto di museificazione, feticcio, caricatura o parco di attrazione; in questo modo quest'ultimo perde di significato rischiando di sparire.

Per ridurre gli effetti negativi servono attente e buone gestioni, occorre fare attenzione alle ricadute sulle strutture, sull'ambiente e sulla società.

La creazione di eventi, la gestione delle visite possono portare a minimizzare gli impatti, orientando i comportamenti, migliorando le esperienze, assistendo l'industria turistica e creando vantaggi per i residenti; tutto ciò attraverso progetti pilota e operazioni di *training*.¹³

¹⁰ Martelloni R., *Nuovi territori, riflessioni e azioni per lo sviluppo e la comunicazione del turismo culturale*, FrancoAngeli, 2007

¹¹ Bencardino F., Marotta G., *Nuovi turismi e politiche di gestione della destinazione, prospettive di sviluppo per le aree rurali della Campania*, FrancoAngeli, 2004

¹² Bencardino F., Marotta G., *ibidem*, pag. 103

¹³ Leone N.G., *Itatour, Visioni territoriali e nuove mobilità, Progetti integrati per il turismo nella città e nell'ambiente*, Franco Angeli, 2012

A questo proposito, nel 1977 a Verona, undici associazioni hanno sottoscritto un documento denominato “Turismo Responsabile: carta d’identità per viaggi sostenibili”, con la finalità di promuovere un modo nuovo per fare turismo: a basso impatto ambientale, equo nella distribuzione delle rendite e rispettoso delle comunità locali.

All’interno della Carta sono evidenziati i punti da seguire nella realizzazione di un viaggio nelle varie sequenze temporali “prima, durante e dopo”, fornendo le indicazioni sui comportamenti da seguire e sui metodi da applicare, sensibilizzando tutti gli attori del sistema turistico (viaggiatore, organizzatore e comunità locali).¹⁴

Dopo la stesura della carta, molte organizzazioni iniziarono ad avvicinarsi ai principi del viaggiatore etico, tant’è che nel 1988 è nata l’“Associazione Italiana Turismo Responsabile” (A.I.T.R.), una organizzazione senza scopo di lucro che ha come linea guida: il viaggiatore nelle sue esperienze non porta con sé solo il denaro ma anche i sentimenti e la sua sensibilità.

Questa associazione propone un modo di viaggiare più equo che parte dalla coscienza di sé e dalla realtà dei luoghi di destinazione, grazie ad una conoscenza attenta che permette di attuare scelte più precise.

Parliamo di turismo ambientale anche per le strutture ricettive che puntano sul rispetto della natura e del territorio.

Il turismo verde è un settore in forte ascesa; lo testimonia una indagine svolta dalla Commissione Europea che calcola un’elevata crescita delle richieste proveniente dal settore e la continua richiesta del marchio europeo di qualità ecologica *Ecobel*, istituito dall’Unione Europea per identificare i prodotti e i servizi rispettosi dell’ambiente (segno che le scelte a favore della sostenibilità vengono percepite dagli operatori come fattore competitivo).¹⁵

¹⁴ Lemmi E., *ibidem*, pag. 89, 90, 91

¹⁵ Colombo L., *ibidem*, pag. 23, 24, 28, 29

1.2.1 - Esempio di progetto sostenibile: il caso del Mediterraneo

Con l'avvento della società post-industriale si è avuta la disponibilità di più tempo libero. Nuovi contesti culturali come quelli del bacino del Mediterraneo diventano una delle aree turistiche più frequentate ma anche più fragili e vulnerabili. La tipica caratteristica morfologica, geografica e il clima (catene montuose costiere, pochi corsi d'acqua) ne fanno un'area ad alto rischio di erosione ed incendi.

L'alta biodiversità, da un lato costituisce una forte attrattiva turistica e dall'altro ostacola un processo di sviluppo sostenibile.

La fascia costiera rappresenta una delle maggiori attrattive del Mediterraneo e per questo motivo risulta essere l'area maggiormente esposta alla pressione del turismo e agli effetti dell'inquinamento.

Si tratta di una fascia costiera avente dimensioni territoriali e risorse limitate, nella quale si accentueranno negli anni i problemi ambientali, come la carenza di acqua potabile, la crescente richiesta di strutture ricettive, la gestione degli scarichi inquinanti; la conseguenza sarà la distruzione della macchia mediterranea.

Lo sviluppo turistico dei Paesi del Mediterraneo ha contribuito in maniera determinante allo sviluppo economico e al miglioramento delle condizioni di vita della popolazioni locali; questo è il motivo per cui questo territorio deve essere potenziato per il tramite di progetti ad impatto ecologico controllato e di un processo di crescita turistica permanente.

Oltre all'ambiente, il turismo di massa ha compromesso anche l'identità culturale: in molti casi l'afflusso turistico sostenuto e concentrato nei periodi estivi, ha determinato il superamento della capacità di accoglienza sociale e culturale, provocando squilibri e tensioni.

L'intervento politico maggiormente consapevole da parte della popolazione locale ha realizzato uno sviluppo urbano produttivo "guidato", con la riscoperta e valorizzazione del patrimonio edilizio esistente, la protezione degli ambienti naturali e del paesaggio costiero, nel rispetto della qualità della vita della popolazione e dell'ambiente in genere.

La grande concentrazione spaziale, la forte compromissione ambientale, l'insufficienza delle infrastrutture e il fatto di considerare il territorio come semplice supporto per uno sviluppo dell'attività turistica, sono i principali ostacoli per uno sviluppo continuo del settore: è necessaria una offerta turistica più varia e moderna.

È difficile apportare processi di sostenibilità ambientale agli spazi turistici cosiddetti "tradizionali", ormai viziati da modelli di crescita spontanei che prevedono nella loro espansione accelerata un notevole spreco di risorse.

A tale scopo, le politiche fondamentali da attivare devono essere a breve e lungo termine, che riconducano il modello attuale di crescita turistica all'interno delle differenti fasi dello sviluppo, tramite una gestione sostenibile su scala regionale e locale.

Il progetto è uno sviluppo integrato e orientato che contempli una partecipazione alla gestione delle risorse da parte di tutti i soggetti coinvolti nel processo; si tratta di un approccio "partecipato" che consente di arrivare ad un graduale equilibrio fra le diverse popolazioni presenti sul territorio.

Questo processo prevede forme di auto-alimentazione, minimizza le perdite di risorse e attiva scenari di crescita eco-compatibili, recuperando e valorizzando modelli culturali endogeni.

In una situazione di intensa utilizzazione degli spazi e delle risorse costiere, deriva una fase di ristagno di alcune regioni della fascia settentrionale del Mediterraneo, che per morfologia e vicinanza ai bacini d'utenza dell'Europa continentale si sono caratterizzate come area storica di ricezione dei flussi turistici e si trovano ad affrontare difficoltà crescenti per la crisi di un settore ormai dequalificato e non flessibile alle nuove richieste della domanda.

Fattori come il basso rapporto qualità-prezzo nelle strutture ricettive, la carenza di dotazioni e servizi, una viabilità insufficiente fra le mete balneari e i principali poli urbani concorrono a determinare una situazione di ritardo nel processo di rinnovamento.

Un elevato fenomeno di alterazione e degrado nei livelli di naturalità e nei paesaggi costieri italiani ha comportato una riduzione dell'attrattività degli ambienti costieri (come ad esempio le opere di cementificazione della costa per prevenire fenomeni erosivi e per facilitare il processo di formazione delle spiagge).

Per una regione costiera balneare del Mediterraneo possedere generici elementi, quali posizione, morfologia o clima non è sufficiente, perché deve essere in grado anche di riorganizzare il prodotto turistico: la presenza di un valore aggiunto come il patrimonio storico-culturale deve essere inserita in un processo di rinnovamento del turismo costiero; le singole risorse costiere devono essere proposte come prodotti riconducibili al campo dell'archeologia, dell'arte, degli eventi culturali ecc.

L'insieme dei valori ecologici, culturali e sociali danno vita ad una nuova forma di turismo balneare, quella legata alle risorse culturali, espressione della memoria storica dei luoghi e dei gruppi umani che vengono valorizzati su scala locale dagli enti pubblici e dagli operatori privati.

Una strategia opposta (di rivitalizzazione), sono le operazioni di creazione di spazi artificiali con funzionalità ludica (ad esempio Parchi Disney), antitesi dell'autenticità e della sostenibilità.

Le due opposte strategie di marketing rispondono alla medesima necessità di proporre sul mercato destinazioni litoranee riqualificate in veste di nuove spazi a nuova attrattività.¹⁶

¹⁶ Lemmi E., *ibidem*, da pag. 95 a pag. 111

1.3– TURISMO LOCALE E TERRITORI STRATEGICI

Il turismo può essere motore dello sviluppo locale perché esso permette di dinamizzare le attività economiche tradizionali e di valorizzare le specificità culturali locali.

Soltanto una rigorosa valutazione che tenga conto dell'offerta, della domanda, della concorrenza e delle tendenze di mercato può permettere di affermare se un territorio possiede o meno un reale potenziale di sviluppo turistico che giustifichi nuovi investimenti.

Oltre a fornire una più chiara visione delle opportunità turistiche del territorio, questa valutazione permette di superare gravi ostacoli e di evitare errori, come ad esempio:

- Una sbagliata visione del potenziale turistico locale può portare a progetti eccessivamente grandi, con effetti nocivi sull'ambiente, sulla cultura e sull'attività economica del territorio.
- Una errata percezione delle caratteristiche e delle specificità del territorio rende più difficile l'elaborazione di un'offerta turistica locale.
- Una insufficiente conoscenza delle caratteristiche della clientela e delle tendenze di mercato nuoce all'elaborazione di prodotti turistici, che possano soddisfare la domanda esistente.

Una precisa valutazione comporterebbe da parte degli organismi di sviluppo la riduzione al minimo del rischio di impegnarsi in investimenti sbagliati.¹⁷

Per incentivare le presenze turistiche in un territorio è opportuno:

1. che il turista diventi promotore del territorio una volta terminata la vacanza;
2. che gli operatori turistici e le persone presenti sul territorio conoscano l'esistenza dell'offerta turistica del territorio in questione al fine di diventare anche loro promotori turistici;
3. che il turismo esterno venga informato sulle caratteristiche del territorio, sui servizi turistici offerti e relativi costi (vitto, alloggio viaggio ecc.).

¹⁷ <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-it/biblio/touris/metho.pdf>

La mancanza di informazioni specifiche su tutte le attività possibili in un determinato territorio, comporta una situazione di criticità sia per incentivare l'arrivo dei turisti, sia per meglio organizzare, sviluppare e migliorare la qualità dei servizi disponibili.

Tutte le iniziative intraprese devono essere inserite nella Rete, intesa sia come condivisione fra tutti gli operatori e sia come pubblicazione sul Web; tutte le emergenze presenti nel territorio devono essere messe in rete, al fine di creare interesse a fini turistici.

Per evitare di raggiungere obiettivi che non tengano conto di tutta l'economia del territorio e degli eventuali feedback negativi dei turisti, l'iniziativa da intraprendere è quella del "Programma V.A.I.", i cui pilastri sono:

Valorizzare – Agevolare - Incentivare.

Secondo questo programma, generalmente si è più concentrati a fare promozione turistica, investendo anche ingenti risorse economiche, senza pensare a cosa avviene quando il turista arriva in una destinazione; questo rappresenta il primo limite perché questa visione non stimola il turista ad acquisire ulteriori servizi e prodotti disponibili.

La motivazione per cui ciò si verifica è la scarsa o insufficiente organizzazione locale che non promuove la conoscenza delle attrazioni del territorio esistenti, non ne crea di nuove, non le pubblicizza e promuove tramite la Rete, divenuta strumento essenziale nella preparazione delle vacanze. Questo può avvenire solo tramite gli operatori locali, nell'ambito di un progetto che coinvolga gli operatori pubblici (i politici).

Gli obiettivi di questo programma europeo sono:

- attivazione del distretto turistico locale, inteso come offerte turistiche presenti sul territorio in modo da dare la possibilità al turista di avere ampie possibilità di scelta;
- riduzione dell'analfabetismo telematico, in quanto l'attivazione delle reti settoriali online e della rete turistica locale comporterà uno sviluppo intensivo del territorio;
- incentivazione della presenza di turisti e attivazione di nuove offerte turistiche, con lo scopo di creare nuova occupazione nel campo dei servizi.¹⁸

¹⁸ <http://vai.mondog.net/2012/02/come-incentivare-il-turismo-locale.html>

La convinzione che il settore turistico debba essere considerato in un'ottica di sviluppo locale è sempre più condivisa, in quanto è un fenomeno che può essere consumato solo in loco, non è riproducibile, può essere usufruito solo tramite la presenza fisica ed è un settore ad alta intensità di lavoro; tutto ciò valorizza il sistema turistico locale come strumento di potenziamento del territorio.

Il turismo è considerato una leva per lo sviluppo locale delle aree marginali, urbane, rurali, costiere, montane ecc.

Per sviluppo locale s'intende quello dei luoghi, intesi come unità elementari sulle quali è articolato il territorio: spazio dell'abitare, del consumare, del produrre, delle relazioni sociali ecc.¹⁹

L'imprenditore del territorio ha a che fare con una meta-organizzazione, un'organizzazione virtuale composta da soggetti di vario genere che operano in rete per un obiettivo comune (crescita delle performance del territorio).

Chi agisce per dare al territorio una prospettiva di evoluzione deve intervenire sulla strategia, per definirne il posizionamento, i fattori di successo su cui puntare, le risorse giuste da investire; sui processi operativi intesi come l'organizzazione attraverso cui realizzare gli obiettivi; sui meccanismi di comunicazione mediante i quali diffondere l'idea strategica e rendere conto alla comunità locale dei risultati raggiunti.²⁰

Le prospettive strategiche rappresentano gli indicatori secondo cui orientare il percorso di marcia e queste sono:

- l'eccellenza economica (forza e capacità di far crescere le risorse presenti nel territorio);
- l'eccellenza ambientale (preservazione e sviluppo delle risorse materiali e immateriali del territorio);
- l'eccellenza sociale (presenza e valorizzazione del cosiddetto capitale sociale e del know-how).²¹

Un territorio persegue l'opzione strategica della diversificazione quando punta a diversificare la sua vocazione territoriale tradizionale per essere conosciuto in nuovi ambiti. L'obiettivo principale è quello di ampliare gli ambiti per cui è caratterizzato il territorio.

¹⁹ <http://nuke.silasviluppo.com/LinkClick.aspx?fileticket=3bspMYgdej8%3D&tabid=90&mid=420>

²⁰ Susio B., Ceschin F., Montanari S., *Territori strategici, modelli di pianificazione per lo sviluppo dei sistemi locali*, FrancoAngeli, 2007

²¹ Susio B., Ceschin F., Montanari S., *ibidem*, pag. 63

Ad esempio, un territorio a tipica vocazione industriale che, in una situazione di crisi del settore, tenta di riqualificarsi attraverso la valorizzazione dell'offerta culturale con iniziative non necessariamente legate alla tradizione del territorio.

Questa opzione strategica consente di sviluppare sinergie attraverso il trasferimento o lo scambio di risorse; certo è che la scelta di nuovi ambiti deve muoversi con coerenza rispetto alla storia ed al valore del territorio.²²

La soluzione migliore è quella di promuovere Centri di Intelligenza Territoriale, laboratori di esperienza e conoscenza, luoghi dove imprese e/o pubbliche amministrazioni possano incontrarsi per costruire il successo dei sistemi territoriali.

L'obiettivo è che le persone protagoniste e presenti in un territorio trovino modalità per incontrarsi, parlarsi e confrontarsi perché solo in questo modo le persone possono intuire il potenziale del cambiamento.

Per avviare processi capaci di mettere a sistema le risorse di un territorio, l'intelligenza è un facilitatore del confronto fra gli attori locali, con l'obiettivo di coinvolgere tutti coloro i quali desiderano essere protagonisti del proprio territorio.²³

²² Susio B., Ceschin F., Montanari S., *ibidem*, pag. 76

²³ Susio B., Ceschin F., Montanari S., *ibidem*, pag. 100

Capitolo 2

Valorizzazione turistica e potenziamento dei servizi

2.1– IL MARKETING STRATEGICO DEI SERVIZI PER IL TURISMO

Secondo Philip Kotler, “il marketing ha le sue origini nel fatto che gli uomini hanno bisogni e desideri”²⁴: inizia, di fatto, nella preistoria.

Come disciplina autonoma il marketing nasce negli USA, nei primi anni del '900 (nel 1905 vi fu tenuto il primo corso universitario).

Negli anni '30 inizia la fase di sviluppo del marketing, con la fondazione da parte di diversi professionisti e dirigenti americani di una Associazione (American Marketing Society) che darà vita, poi in seguito, all'AMA (American Marketing Association).

Gli anni del dopoguerra sono gli anni della ricostruzione, gli anni della prosperità ed è per questo motivo che sono chiamati anche “gli anni delle vendite”, in quanto dominati dalla produzione e dal flusso di nuovi beni di consumo.

Negli anni '60 si sviluppa l'idea di prendere le distanze dalle vendite: “produrre ciò che si vende anziché vendere ciò che si produce”; in questo periodo con l'aiuto di altre discipline come l'economia e le scienze sociali vengono delineati gli strumenti del marketing: Ciclo di Vita del Prodotto, marketing mix delle quattro “P”, tecniche di segmentazione, ecc.

Gli anni '70 sono caratterizzati dalla crisi petrolifera; il problema delle imprese diventa quello della sopravvivenza, emergono nuovi pensieri riguardo al marketing dei servizi, che viene considerato non solo come orientamento strategico, ma come disciplina riconosciuta a tutti gli effetti dal mondo imprenditoriale.

L'industria americana, durante questi anni, perde competitività rispetto a quella giapponese; la responsabilità viene data ad un approccio al marketing considerato incompleto; si sviluppano ripensamenti e critiche che portano alla revisione e allargamento del concetto di marketing con una più ampia definizione della disciplina stessa.

Durante gli anni '80, il peso dell'immagine è crescente ed il marketing punta sulla comunicazione e la necessità di superare un approccio settoriale alle politiche di mercato stimola la diffusione del marketing strategico.

²⁴ Kotler P. Bowen J. Makens J., *Marketing del Turismo*, McGraw-Hill, 2003

Cade l'idea che il marketing possa essere la soluzione magica, sinonimo di successo e contemporaneamente aumenta la consapevolezza della sua responsabilità, dell'impatto sociale ed ecologico delle azioni di questa disciplina.

Negli anni '90, dopo la caduta del muro di Berlino, grazie ad un clima di fiducia dei mercati e delle risorse messe a disposizione dalle aziende per le attività di comunicazione, si assiste ad un'ulteriore evoluzione e diffusione del marketing; il suo successo è correlato allo sviluppo dell'informatica e delle telecomunicazioni che permettono relazioni immediate tra imprese e consumatori.

Con la rivoluzione digitale, la rivoluzione di internet e "l'economia delle reti", la produzione diventa sempre più spesso funzione accessoria al marketing; il consumatore non è soggetto passivo, manipolabile, ma è attivo costruttore dei prodotti che consuma.²⁵

Il marketing esprime il concetto di riuscire ad offrire alle persone ciò di cui le persone hanno bisogno; l'idea non è quella di indurre i consumatori ad agire per la soddisfazione degli interessi dell'azienda, ma l'opposto.

È un processo di pianificazione ed esecuzione delle attività di ideazione, determinazione del prezzo, promozione e distribuzione di idee, beni e servizi; è la funzione tecnica dello scegliere a chi vendere, che cosa vendere e come vendere, perseguendo la realizzazione del profitto tramite la soddisfazione dei bisogni del consumatore.

Il marketing non è una ideologia: chi pensa il contrario, trasforma questo strumento da semplice modalità o strumento per stare sul mercato a sistema di pensiero globale; questo atteggiamento ha l'effetto di banalizzare e rendere simili dappertutto gli strumenti e le strategie. Le imprese che pensano di usarlo vengono esse stesse utilizzate dal marketing, dando origine di conseguenza a situazioni che si replicano azienda per azienda e con risultati sempre più simili tra loro.

Il marketing non può essere considerato nemmeno una scienza perché questo smorzerebbe l'intuito e avrebbe come conseguenza l'allontanamento degli esperti dalla mente dei clienti; una disciplina aziendale non può essere considerata una scienza in quanto un'azienda deve cercare il profitto direttamente all'interno dell'azienda.²⁶

La metodologia del marketing ha diverse fasi: in un mercato in continua evoluzione, si inizia con una *ricerca* cioè con lo studio della domanda e la valutazione

²⁵ Dall'Ara G., *Le nuove frontiere del marketing nel turismo*, Franco Angeli 2009

²⁶ Dall'Ara G., *ibidem*, pag. 26, 27, 28, 29

di bisogni e tendenze prima di stabilire un prezzo e di costruire un prodotto; procedere con una ricerca prima di avviare una campagna pubblicitaria e attivare una pianificazione o strategia prima di risolvere qualsiasi tipo di problema.

La seconda fase è quella di mettere a fuoco obiettivi chiari e realistici sempre attraverso la ricerca continua: non si può stare sul mercato passivamente; solo se gli obiettivi verranno individuati correttamente, sarà possibile raggiungerli individuando la strategia giusta da adottare.

La terza fase consiste nel porre in essere una strategia e un piano d'azione; le scelte e le azioni che compongono tale strategia dovranno essere coerenti con gli obiettivi e devono essere flessibili ed originali.

E' proprio in questa fase che viene definita la costruzione del prodotto, a livello di qualità, vantaggi competitivi e diversificazione: definizione ed attuazione di una politica di comunicazione rivolta ai clienti acquisiti; scelta politica dei prezzi; avvio di una attività commerciale e politica del personale.

La quarta e ultima fase prevede una attività di verifica dei risultati e l'efficacia delle iniziative intraprese.²⁷

Per quanto riguarda il marketing dei servizi, abbiamo un processo differente rispetto a quello dei beni (vengono prima prodotti e poi venduti) perché i servizi vengono prima venduti e successivamente prodotti e consumati.

Questa simultaneità comporta l'impossibilità di separare la prestazione del servizio dalla persona del fornitore, l'inesistenza di un prodotto da controllare prima del consumo e il ruolo del cliente in quanto partecipante al processo di erogazione. Ciò comporta una interazione tra marketing, produzione e consumo al fine di ottenere un risultato ottimale; ma ciò vuol dire, anche, che le strategie di marketing delle unità di erogazione dei servizi devono essere impostate tenendo conto che il cliente deve essere presente durante l'erogazione del servizio.

Il servizio è considerato qualcosa di intangibile, impalpabile e astratto e questo comporta il fatto che il giudizio dei consumatori sia spesso più difficile e la loro percezione molto "soggettiva"; il consumatore per poter giudicare deve avere degli indizi tangibili.

Da qui l'importanza del marketing che rende evidenti gli aspetti immateriali del servizio, attraverso una valorizzazione di benefici e vantaggi che possono derivarne; ad esempio nel turismo può accadere che i servizi potrebbero

²⁷ Dall'Ara G., *ibidem*, pag. 30, 31

essere considerati uguali ed è per questo che gli operatori del marketing consigliano di rendere tangibili questi esclusivamente per il tramite di adeguate attività di comunicazione.

Generalmente un servizio viene consumato nel luogo di erogazione e non può essere trasportato altrove; per questo motivo, per rendere possibile l'incontro tra domanda e offerta, le imprese devono localizzarsi vicino alla domanda, aprendo nuove unità locali di erogazione del servizio e sviluppandosi in rete.

Un servizio non può essere immagazzinato (ad es. una camera d'albergo che è rimasta invenduta un certo giorno, è persa per sempre e non può essere recuperata), è eterogeneo in relazione alla variabilità del sistema di fornitura del servizio (ad es. due clienti che hanno pagato la stessa tariffa per un viaggio con gli stessi servizi e nello stesso periodo, possono aver ricevuto servizi diversi a causa del personale che li ha erogati).

Il marketing mix del prodotto prevede Prezzo, Distribuzione, Prodotto e Comunicazione; quello dei servizi prevede un quinto elemento, quello delle Risorse Umane; i servizi, attività ad alto impiego di personale, aumentano la possibilità di discrezionalità ed errore; ciò rende difficile la standardizzazione e il controllo della qualità e ciò giustifica la necessità di considerare la Risorsa Umana tra gli elementi del marketing mix.²⁸

²⁸ Dall'Ara G., *ibidem*, pag. 39, 40, 41, 42, 43, 44

2.1.1– Il marketing applicato al turismo

Il marketing ha cominciato a muovere i primi passi nel turismo italiano solo nella seconda metà degli anni '70; questo mostra la debolezza culturale dell'approccio al turismo in Italia.

Il turista non è un consumatore come gli altri, è attento e sensibile e perciò nel turismo non possono valere le stesse regole degli altri settori; l'applicazione di strategie di marketing nel turismo ha incontrato difficoltà di applicazione a causa di problematiche legate ad un'industria considerata frammentaria.

Negli anni '70 e nei primi anni '80 i "Piani promozionali" degli Enti Pubblici e di quelli turistici erano il frutto di una sommatoria di una serie di iniziative di tipo turistico: annunci sui giornali, partecipazione a fiere, stampa di opuscoli ecc.; sono strumenti generici e non mirati allo scopo strettamente promozionale.

Alla base di questi "piani promozionali" non c'erano ricerche di mercato ma un mix di intuito, conoscenze e esperienza diretta; non si pensava a valutare l'efficacia delle azioni e degli interventi, come ad esempio per la promozione dei privati nei mercati esteri dove tutto si riduceva alla stampa di materiali ed alla sua traduzione in lingua: alla base c'è sempre una scarsa conoscenza della domanda e delle esigenze dei consumatori.

Tale situazione veniva creata in quanto il marketing veniva concepito in modo limitato e non appropriato, riferendosi solamente alle attività di pubblicità e di promozione.

Nella seconda metà degli anni '80 i piani promozionali cominciarono a cambiare, prestando maggiore attenzione all'immagine come elemento centrale del marketing, al marchio come elemento distintivo e alla comunicazione pubblicitaria.

Bisogna aspettare il 1988 per poter vedere un vero piano di marketing turistico basato sulla ricerca, segmentazione, individuazione degli obiettivi e delle priorità, individuazione delle diverse strategie per il raggiungimento degli obiettivi e verifica dei risultati.

Gli anni '90 sono caratterizzati dalla diffusione del marketing turistico: i piani e le strategie diventano più sistematici e le campagne pubblicitarie diventano sempre più mirate.

Per quanto riguarda gli enti pubblici, negli anni '90, sono stati esemplari i lavori per il Piano Triennale dell'Apt Emilia Romagna, caratterizzati da elementi

nuovi con una missione chiara e una serie di progetti definiti in un'ottica più aperta rispetto a quelli tradizionali turistici: turismo ecocompatibile, qualità, sistema integrato di accoglienza, trasporti ecc.

Con questo Piano viene individuato una descrizione del prodotto esistente, definendone i canali presso i quali promuoverlo e i partner da coinvolgere.²⁹

Lo scenario del turismo vede i mercati caratterizzati da continui cambiamenti e ha fatto lentamente abbandonare le certezze delle soluzioni “precostituite” sulle quali per anni si è basato il marketing.

Da quando le ricerche di mercato mostrarono che il tema “salute” si stava spostando verso quello di “wellness”, tutte le località a vocazione termale che attraversavano un periodo di crisi decisero di riposizionarsi sul tema benessere e una volta individuato il *caso di successo*, tutti hanno cercato di imitarlo e di riposizionare la propria immagine.

L'approccio tradizionale al marketing è dominato dalla standardizzazione dell'offerta e dalla ripetitività degli strumenti utilizzati. Questi restano, nonostante gli investimenti in ricerche e l'introduzione di novità nei piani promozionali, solo strumenti di comunicazione pubblicitaria.

Ci sono notevoli errori alla base dell'intervento tradizionale degli Enti:

- Il primo riguarda il modo di considerare i turisti, visti come soggetti passivi e manipolabili e non come persone da servire, con le quali dialogare utilizzando strumenti adeguati come le campagne unidirezionali;
- Il secondo è pensare che è possibile promuovere qualsiasi cosa, che ogni ambito geografico può essere considerato turistico senza il bisogno di effettuare scelte; questo è l'atteggiamento di chi ritiene che sia sufficiente disegnare un itinerario per avere turisti;
- il terzo ed ultimo errore è quello della speculazione, in questo caso si ritiene di avere offerte valide per tutti e il vero problema è quello di non avere il coraggio di effettuare scelte per costruire prodotti ad hoc.

La maggior parte degli operatori e delle località che prevedono il marketing tradizionale, si trovano a gestire un “gap” tra la propria proposta, la propria linea di offerta, le esigenze reali della domanda, gli strumenti di marketing adottati, gli obiettivi da raggiungere. Per questa ragione numerose località offrono prodotti turistici obsoleti ed inadeguati.³⁰

²⁹ Dall'Ara G., *ibidem*, pag. 110, 111, 112

Una forma di marketing territoriale e promozione delle costituzione di una rete di agenzie sono i programma realizzati da *Sviluppo Italia* che promuove proposte e progetti sperimentali nel campo dell'innovazione e della net-economy connessi con strumenti di accompagnamento finanziario delle piccole imprese.

Sviluppo Italia promuove e facilita l'avvio di nuovi investimenti esteri in Italia: definisce, istruisce e aggiorna un sistema di valutazione della competitività dei territori nell'attrazione di investimenti, sviluppando, in collaborazione con le aree operative interessate, proposte di iniziative per definire e qualificare l'offerta territoriale.

Con un raggio di azione così vasto è ovvio che le politiche del territorio abbiano contatti strettissimi con il problema dello sviluppo turistico.

Sviluppo Italia ha assorbito anche INSUD, società costituita nel 1963 con il preciso scopo di promuovere l'offerta turistica nelle regioni del Mezzogiorno.

In trent'anni di impegno a favore del turismo meridionale, l'INSUD ha collaborato con le maggiori realtà del turismo internazionale come ad esempio il CLUB MED e TUI.

Il Progetto di Sviluppo Turistico del Mezzogiorno 2000-2005 è stato realizzato dalla Valtur con il supporto dell'INSUD/Italia ed è un progetto ambizioso che parte dalla creazione di circa 12.000 nuovi posti letto in villaggi a 4/5 stelle così dislocati: in Campania con 1 villaggio con 600 posti letto, Puglia con 2 villaggi per un totale di 1200 posti letto, Calabria con 1 villaggio con 600 posti letto, Sicilia con 4 villaggi (ampliamento di 2 villaggi esistenti) con 6000 posti letto e infine la Sardegna con 1 villaggio, 1 hotel, 1 residence con 8000 posti letto.

Il progetto prevede anche la creazione di appositi circuiti e itinerari culturali, museali, enogastronomici, tesi a valorizzare le risorse artistiche e ambientali del meridione.

Tramite le organizzazioni di attività crocieristiche sarà possibile allargare i circuiti a paesi limitrofi come Spagna, Turchia, Cipro creando itinerari intramediterranei. E' significativo che una quota del capitale sociale della Valtur è sempre stata detenuta da INSUD.³¹

³⁰ Dall'Ara G., *ibidem*, pag. 113, 114, 115

³¹ Sangalli F., *Le organizzazioni del sistema turistico*, Apogeo 2007

2.2– IL CICLO DI VITA DI UN PRODOTTO TURISTICO

L'evoluzione di una destinazione turistica può essere verificata attraverso gli strumenti studiati dagli esperti di marketing del CVP (Ciclo di Vita di un Prodotto), in relazione al carattere di novità della nuova meta e/o ai tratti caratteristici del mercato.

Il Ciclo di Vita di una località turistica è un modello che nonostante sia riconosciuto come il primo e il più condiviso paradigma in campo turistico è considerato un modello che continua a dimostrare limiti.

Secondo Butler, l'evoluzione temporale di una località turistica deve essere considerata in base al grado di sfruttamento delle risorse e allo sviluppo dei fenomeni economici e sociali connessi all'intensificarsi dei flussi.

Le fasi in cui si articola il Ciclo di Vita di una destinazione sono:

1. Lo *stadio di esplorazione* come momento in cui nell'area sono presenti pochi turisti che hanno voglia di conoscere il luogo per le sue caratteristiche culturali o naturali e vivono a contatto con la popolazione locale; tale flusso non comporta cambiamenti.

2. Lo *stadio di avviamento* come fase nella quale avviene un flusso regolare di arrivi turistici e in questo momento il rapporto con i residenti è notevole e nascono le prime strutture ricettive.

3. Lo *stadio di sviluppo*, che prevede un progresso consistente anche per quanto riguarda gli interventi di società e di operatori esterni; questa situazione implica cambiamenti e trasformazioni rilevanti nell'ambiente fisico, economico e sociale ed iniziano ad esistere mete concorrenti.

4. Lo *stadio di maturità* (consolidamento). In questa fase l'economia dell'area è ormai specializzata nel campo turistico, ma il tasso di crescita delle presenze turistiche comincia a rallentare: la convivenza con un grande numero di turisti e altrettante strutture turistiche può far sorgere atteggiamenti di opposizione e di scontento.

5. Lo *stadio di stagnazione*, con un picco massimo delle presenze e dell'utilizzo delle risorse; nonostante ciò le organizzazioni si impegnano a mantenere costante il numero dei turisti che tende a declinare e a sostenere l'immagine dell'area.

6. Lo *stadio di declino*, nel quale nuove località prendono il sopravvento, l'area non è più all'altezza dei concorrenti e il turnover delle proprietà immobiliari e delle strutture turistiche è elevato.

7. Lo *stadio di rinnovamento*, nel quale è possibile una sorta di “riciclo”, stimolato con la realizzazione di nuove strutture o la valorizzazione di risorse naturali o culturali trascurate.

In sostanza si tratta della possibilità di trasformare l'immagine della località e di rivolgersi a nuovi mercati.³²

Il pensiero che la teoria del Ciclo di vita è utilizzato per interpretare l'andamento di un'area turistica nel tempo, oggi, è alquanto incrinato mentre si continua ad affermare che questo modello è utile come strumento che consente un'analisi dettagliata delle problematiche; si discute, invece, sull'utilizzo dello schema per scopi di pianificazione strategica.

In questo senso, ogni fase può essere semplificata così: nel caso dell'*esplorazione*, trattandosi di una fase spontanea, non esiste un approccio imprenditoriale e perciò non si pone il problema delle azioni di marketing; nel momento del *coinvolgimento* si prevedono strategie che rafforzino la crescita, allo scopo di allungare la permanenza dei turisti nella destinazione prescelta.

Il marketing, in questa situazione, deve concentrarsi nel comunicare ai potenziali visitatori le attrattive della località, aumentandone la notorietà attraverso l'organizzazione di eventi, ad esempio, aumentando l'accessibilità, sviluppando le infrastrutture, il sistema dei trasporti e la rete di distribuzione dei prodotti turistici.

Durante la *fase di sviluppo*, la strategia di marketing è più selettiva, attraverso un'analisi della concorrenza che permetta di chiarire il posizionamento della destinazione.

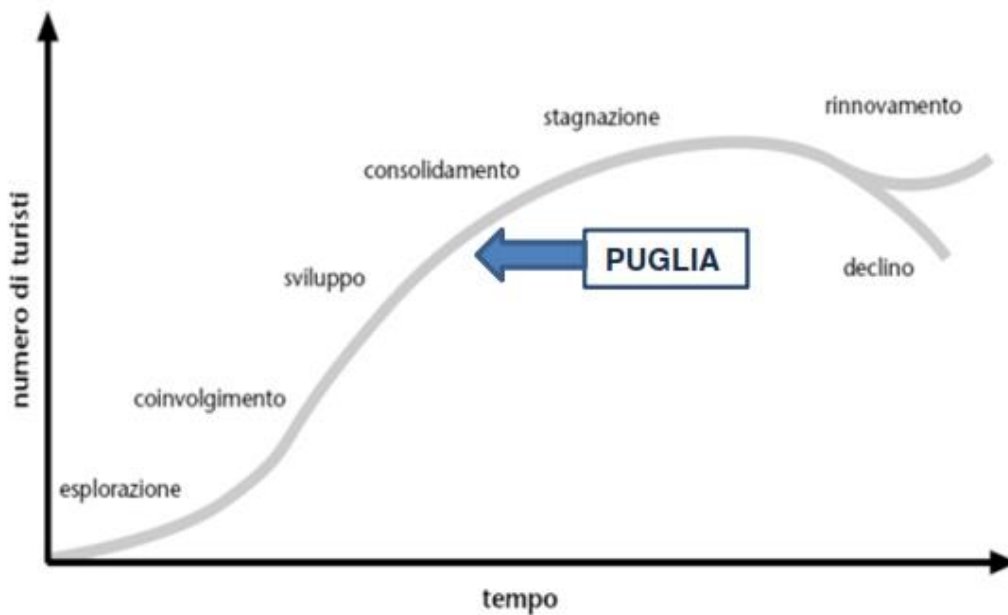
L'obiettivo è, principalmente, quello di aumentare le quote di mercato, rafforzando la fedeltà dei propri visitatori e raggiungendone altri.

Nella *fase di maturità e stagnazione*, l'obiettivo di marketing più adeguato è quello di mantenere la quota, senza permettere ai flussi di superare la capacità di carico della località; ciò richiede delle strategie selettive ed un'attività di diversificazione volta a sviluppare nuovi prodotti sia per i mercati esistenti che per i nuovi.

Dopo la *fase di stagnazione*, per il marketing è il momento del riposizionamento: la concorrenza e lo scadimento della qualità dell'offerta turistica tendono a erodere le quote di mercato ed è per questo motivo che è necessario

³² Dall'Ara G., *ibidem*, pag. 172, 174, 175

individuare nuovi motivi di vendita e nuovi segmenti di mercato Così come si evince dall'analisi condotta sul territorio pugliese³³.



La Puglia, secondo il modello del centro Studi UE

L'utilizzo del Ciclo di Vita comporta delle difficoltà e le più critiche riguardano:

- La natura soggettiva delle indicazioni stesse che non possono essere delineate a priori, indipendentemente dal problema specifico.
- Una difficoltà di tipo concettuale nel determinare quale sia effettivamente il livello di saturazione del mercato, in campo industriale e turistico.

La capacità di carico di una località, che definisce la soglia della saturazione, oltre ad essere difficilmente misurabile, implica anche un limite fisso, mentre nella realtà la capacità di un'area cambia al muoversi della località stessa da una fase all'altra del ciclo.

- Un altro limite consiste nel fatto che il modello appare centrato solo sulle caratteristiche della località e non considera gli effetti dinamici dell'andamento delle località concorrenti.³⁴

Determinare in quale momento del Ciclo di Vita si trova una determinata area turistica è una questione legata al problema della durata delle varie fasi.

³³ <http://www.agenziapugliapromozione.it/portal/documents/10180/127304/Il%20turismo%20in%20Puglia%20nel%202013>

³⁴ Dall'Ara G., *ibidem*, pag. 176, 177, 178

L'applicazione del modello a classi di prodotto, a singoli prodotti, o a marche, ha evidenziato che l'andamento e la lunghezza del ciclo variano al variare del livello di aggregazione e che il modello si presta meglio a descrivere la vita dei prodotti piuttosto che di classi di prodotti.

I confini di una località non sono possono essere definiti in maniera geograficamente corretta e solo nel caso delle isole è possibile una delimitazione esatta; le destinazioni si integrano con i territori limitrofi, i visitatori spesso pernottano al di fuori dei suoi confini amministrativi ed ogni destinazione ha le sue caratteristiche in termini di vincoli di accessibilità, elasticità e capacità di ospitare i turisti che pernottano nei dintorni e possono sfuggire ad una precisa quantificazione.

Per utilizzare al meglio questo modello, allo scopo di pianificare uno sviluppo turistico, è importante procedere con una sorta di disaggregazione del Ciclo di Vita del prodotto.

Infatti, l'evoluzione di un'area turistica è condizionata dalla dinamica delle sub-aree che la compongono e il Ciclo di Vita deve essere analizzato con la consapevolezza che esso è la risultante dei Cicli di Vita delle singole aree identificabili all'interno della destinazione stessa, ognuno dei quali ha il suo andamento.

Per chi si occupa di pianificazione strategica, il vantaggio di uno strumento come il Ciclo di Vita dovrebbe consistere nell'individuare il momento della saturazione, ossia il momento in cui, per una sorta di eccesso di sviluppo, le presenze cominciano a stabilizzarsi o a diminuire.

I motivi per cui alcune destinazioni presentano un calo di flussi turistici non sono solo inerenti al superamento della capacità di carico perché ci sono alcune destinazione dove la congestione è altissima ma i flussi turistici continuano ad aumentare.

La quantificazione dei flussi, ad esempio, non riesce a tener conto dell'escursionismo perché non si traduce in presenze misurabili ma implica, comunque, conseguenze fortissime in termini di impatto ambientale, di equilibrio territoriale e di vivibilità dei residenti, senza mostrare cenni di diminuzione.³⁵

³⁵ Dall'Ara G., *ibidem*, pag. 179, 180, 181

2.3– TERRITORIO E VOCAZIONE TURISTICA

Può risultare facile stabilire che una località ha una vocazione turistica, ma non basta presentare un bel paesaggio perché questo diventi meta turistica.



Carbonaia a San Marco in Lamis- Foto scattata il 1 Giugno 2014 in loco

Le bellezze naturali e il patrimonio artistico devono essere fruibili dai turisti: la località proposta deve presentare le infrastrutture, che possono permettere ai turisti di soggiornarvi, frequentare i siti che interessano, trascorrere il tempo desiderato in varie attività, trovare il modo di ristorarsi, di fare acquisti e intrattenersi.³⁶

³⁶ <http://www.risorsehotel.it/il-turismo/vocazione-turistica-e-infrastrutture.html>



Bosco Difesa di San Matteo a San Marco in Lamis – Foto scattata il 1 Giugno 2014 in loco

Detto ciò è importante considerare che lo scambio di flussi tra una regione generatrice e una regione di destinazione dipende da numerosi fattori come quelli legati alla domanda turistica (interni alla regione generatrice e/o legati al rapporto tra regione generatrice e regione di destinazione) e quelli legati alle attrazioni disponibili e alle azioni realizzate dalle regioni di destinazione.

Tra gli elementi interni alla regione generatrice troviamo

- il fattore economico (reddito disponibile, propensione alla spesa ecc.);
- il fattore sociale (organizzazione del tempo di lavoro, livello di istruzione della popolazione ecc.);
- il fattore demografico (età media della popolazione, composizione delle famiglie ecc.);
- il fattore ambientale (caratteristiche climatiche, morfologiche, grado di urbanizzazione della regione ecc.);
- il fattore geografico (prossimità tra la regione generatrice e quella di destinazione, sistema dei trasporti);
- il fattore storico (esistenza di una tradizione di scambio tra le regioni);
- il fattore culturale (compatibilità culturale tra le regioni).

Per quanto riguarda la regione di destinazione, questa deve comprendere tutte le strutture necessarie per il soggiorno (trasporto, vitto, alloggio, ricreazione ecc.)

e attrazioni naturali (risorse naturali, patrimonio artistico, architettonico e archeologico ecc.) o artificiali, create ad hoc per i turisti, attivando dei processi strategici:

- Definire lo stock di risorse, prodotti, servizi e attrazioni.
- Realizzare una strategia che consenta di raggiungere una posizione attiva nel mercato turistico.
- Promuovere le proprie offerte alle regioni generatrici.

Sono considerati elementi integranti delle regioni di destinazione anche l'accessibilità (geografica, socio/politica), l'informazione e l'immagine turistica.

Le attrazioni artificiali rappresentano l'intervento necessario dell'uomo per esaltare le attrazioni naturali, rendendole piacevoli, confortevoli e stimolanti (aree destinate ad infrastrutture per il tempo libero, grandi musei, eventi e manifestazioni, strutture per la pratica di sport ecc.).



Il cantiere del Parco Avventura a Borgo Celano (San Marco in Lamis) – Foto scattata il 2 giugno 2014 in loco

Queste, seppur molto efficaci a livello di richiamo turistico, possono essere imitate, replicate e realizzate ovunque.

Il rischio consiste nel fatto che la mancanza di originalità potrebbe creare una sorta di standardizzazione e di sostituibilità con altri territori sulla base di variabili di mercato quali la concorrenza di prezzo, la moda e la pressione commerciale.

Per importanza d'informazione s'intende l'invio ai mercati di messaggi comunicativi volti a stimolare la vacanza e a consentirne la pianificazione.

Infine, il processo decisionale dei turisti è fortemente influenzato dall'immagine dei luoghi che si prestano a visitare, anche quando questa non è prevista per esperienza diretta, ma semplicemente per sentito dire, per comunicazione pubblicitaria o per il tramite di guide turistiche.

L'equilibrata mescolanza di elementi naturali, culturali e artificiali che qualifica la destinazione come luogo turistico qualifica la originalità ed unicità della destinazione, che durano nel tempo acquisendo forza attrattiva sul mercato.

La pianificazione di un territorio può essere spontanea se le attività professionali nascono per effetto del turismo, al di fuori di qualsiasi intenzione strategica o condotta in stretta relazione con le amministrazioni locali e le imprese locali.

Le caratteristiche che accomunano le destinazioni spontanee sono la disponibilità di attrazioni naturali e culturali straordinarie e irriproducibili ed il forte interesse nei confronti di quello specifico territorio.

Per le destinazioni pianificate, le caratteristiche sono la presenza di risorse naturali e culturali meno spettacolari e un più significativo impatto economico del turismo.

Pianificare vuol dire fissare gli obiettivi, le azioni finalizzate al loro raggiungimento e procedere con attività di previsione e controllo.

Una pianificazione turistica è necessaria perché lo sviluppo turistico determina afflussi consistenti di visitatori generando problemi di congestione; il turismo compete con altri settori economici per le risorse dalle quali esso dipende (ambiente) e infine perché le ricadute dello sviluppo turistico si manifestano nel suo insieme, coinvolgendo anche la popolazione residente.

Per consentire ad una destinazione di mantenersi tale nel tempo le motivazioni vanno costruite, rafforzate e differenziate.³⁷

³⁷ <http://docenti.unimc.it/docenti/mara-cerquetti/organizzazione-e-gestione-delle-imprese-turistiche/modulo-ii-gestione-e-marketing-delle-destinazioni/il-territorio-come-destinazione-turistica>



Mucca podolica - San Marco in Lamis - Foto scattata il 2 Giugno 2014 in loco

Capitolo 3

*L'entroterra del Gargano:
un territorio da potenziare*

Il clima è di tipo continentale con inverni freddi ed estati calde (a parte la zona di Manfredonia che ha un clima tipicamente mediterraneo) e le precipitazioni piovose sono abbondanti rispetto alle medie regionali e distribuite nel corso dell'anno.

Geologicamente, il promontorio presenta un sistema di numerosi blocchi rigidi di rocce calcareo-dolomitiche e giurassico-cretacee che costituiscono l'ossatura del sottosuolo pugliese, sollevate rispetto alle aree esterne, volte a costituire un corpo isolato sia dalla Regione che dalla Penisola.

Dal punto di vista idrografico, i corsi d'acqua torrentizi del Gargano comprendono tutti i reticoli idrografici che scendono a partire dalle alture del promontorio verso la costa o la piana del Tavoliere, o per alcuni casi, nei laghi di Lesina e Varano.

I corsi d'acqua sono di tipo "montano" e caratterizzati da bacini di alimentazione limitati mentre dal punto di vista morfologico le reti fluviali mostrano un buon livello di organizzazione gerarchica interna.

Le valli fluviali appaiono più ampie e profonde e modellate nel substrato roccioso; da ciò deriva che il regime idrologico di questi corsi è "torrentizio", caratterizzato da periodi di corrivazione ridotti che dà origine a periodi di magra intervallati da brevi ma intensi periodi di piena.

La peculiarità del paesaggio garganico è quella della presenza di valli fluvio-carsiche (dette "valloni") che tagliano l'altopiano calcareo, con la tendenza all'allargamento e avvicinamento allo sbocco a mare.

Connesso a queste forme di idrografia superficiale sono le "ripe di erosione fluviale" che costituiscono discontinuità nella articolazione morfologica del territorio.

Queste valli, confluiscono in estese aree depresse interne all'altopiano, caratterizzate da fondo piatto, costituendo così dei veri e propri impantanamenti.

L'altra caratteristica è data dalle "doline" che sono le tipiche forme depresse originate dalla dissoluzione carsica delle rocce calcaree, tali da modellare l'originaria superficie tabulare del rilievo, spesso ricchi di singolarità naturali, ecosistemiche e paesaggistiche (flora e fauna rara, tracce di insediamenti storici ecc.).

Una delle doline più significative per dimensione e profondità è la "*Dolina Pozzatina*" che si trova nella parte occidentale del promontorio (nel comune di San Nicandro Garganico),

una cavità in forma ellittica con l'asse maggiore di 675 m. e quello minore di 440 m., una profondità relativa di 104 mt. e quella topografica di 130 mt.

I fianchi della dolina sono in pendenza e con le inversioni termiche si creano dei microclimi che differenziano la vegetazione: a nord è fitto di Acero, Cerro e Roverella mentre a sud di Leccio e arbusti.

Nella parte più boschiva e meno accessibile si crea un ambiente favorevole per la fauna selvatica.

Tra gli elementi di criticità del paesaggio caratteristico nel Gargano sono da considerare le diverse tipologie di occupazione antropica delle forme carsiche.

Tali occupazioni (abitazioni, infrastrutture stradali, impianti, aree di servizio ecc.) contribuiscono a frammentare la naturale continuità morfologica delle forme ed incrementare sia le condizioni a rischio idraulico (valloni, doline, voragini) sia di impatto morfologico nel sistema del paesaggio.

Una delle forme di occupazione antropica di maggior impatto è quella dell'apertura di cave, che creano delle vere e proprie "ferite" alla continuità paesaggistica.

Altro elemento di criticità è dato dalla trasformazione delle aree costiere, soprattutto ai fini della fruizione turistica, che spesso avvengono senza tener conto degli effetti sugli equilibri meteomarinari.

Infine bisogna tener presente l'alterazione dei rapporti di equilibrio tra idrologia superficiale e sotterranea, nella consapevolezza che la falda idrica sotterranea dipende, nei suoi caratteri qualitativi e quantitativi, dalle caratteristiche di naturalità dei suoli.

La Valenza Ecologica del paesaggio del Gargano è massima per le superfici boschive e forestali della Foresta Umbra ed alta per le aree a pascolo naturale, le praterie e i prati stabili, non irrigui, dell'altopiano carsico.

L'agroecosistema si presenta in genere diversificato e complesso: le aree collinari nella parte orientale, settentrionale e meridionale sono coltivate per lo più da oliveti che hanno una valenza ecologica medio-alta per la presenza di boschi, siepi, muretti.

Il Gargano è costituito da terreni calcarei del Cretacico e dell'Eocene; raggiunge l'altitudine massima nel Monte Calvo (1065 m.) che si eleva su un terrazzo collocato tra i 500 e i 600 metri che guarda la piana del Tavoliere verso Sud.

Numerose sono le grotte marine, nonché le cavità artificiali ma l'idrografia superficiale risulta essere molto ridotta.

Caratterizzato da una intensa frequentazione in età paleolitica (come ad esempio Romandato e Paglicci), in età protostorica sono i siti prossimi al mare ad ospitare stanziamenti umani (Monte Saraceno, Manaccora), per la prevalenza di attività marina.

Non si spiega l'arretramento del popolamento, avvenuto successivamente (VI secolo a.C.); l'età romana non presenta insediamenti di grande estensione, ad eccezione di Uria (attuale Vieste) e Siponto, che si trova in una zona esterna al promontorio.

In questo periodo, una fase importante è quella relativa alla rete di fattorie e ville (ad esempio Agnulli, presso Mattinata), diffuse soprattutto nelle valli costiere, mentre all'interno del Gargano non si sono mai manifestati nuclei abitati significativi.

Centri strutturati si sono affermati in età altomedievale, sul litorale costiero o lagunare (Lesina, Varano), sfruttando le risorse del mare e della laguna.

La successiva ripresa demografica e la creazione di abbazie e monasteri sulla via percorsa dai pellegrini che si recavano a Monte Sant'Angelo, costituisce, tra il X e il XI secolo, un passo importante per l'aggregazione del popolamento più fortificato, al pari degli insediamenti presenti sul litorale settentrionale (Peschici).

Ma le numerose fondazioni di villaggi fortificati sono avvenute nella prima età normanna (Apricena, Rignano, Vico, Cagnano, Carpino ecc.)

Ora, l'insediamento si presenta fortemente accentrato: la popolazione è distribuita in 17 comuni ed è censita in circa 210 mila abitanti (sostanzialmente stabile negli ultimi decenni) perché la crescita demografica di Manfredonia, San Giovanni Rotondo e Vieste ha compensato le perdite dei centri un tempo più popolosi, come Monte Sant'Angelo, Vico del Gargano e San Marco in Lamis.

Limitata è la quota di popolazione sparsa e poco di più relativa a quella che vive nelle frazioni, alcune delle quali crescono nel periodo estivo (Macchia di Monte Sant'Angelo, Borgo Celano di San Marco in Lamis, San Menaio di Vico, San Salvatore, Ruggiano, Tomaiuoli tra Manfredonia, San Giovanni Rotondo e Monte Sant'Angelo).

Di maggiore impatto e più recenti sono gli insediamenti di Rodi Garganico e del Fortore, con numerosi casi di abusivismo e i grandi insediamenti di Marina di Lesina, Torre Mileto e Lido del Sole.³⁸

**Totale della Popolazione residente al 1° Gennaio 2013 per sesso e stato civile
Provincia: Foggia³⁹**

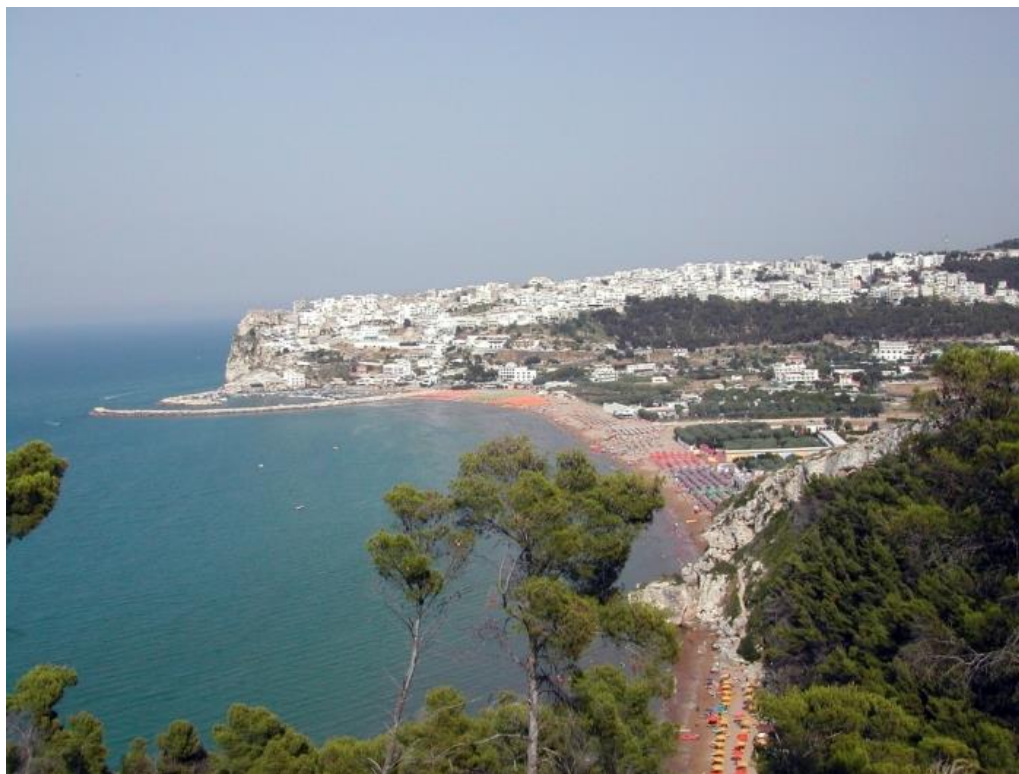
<i>Codice Comune</i>	<i>Comuni</i>	<i>Totale Maschi</i>	<i>Totale Femmine</i>	<i>Maschi + Femmine</i>
071004	Apricena	6619	6822	13441
071008	Cagnano Varano	3664	3684	7348
071012	Carpino	2120	2200	4320
071025	Ischitella	2205	2261	4466
071026	Isole Tremiti	262	205	467
071027	Lesina	3121	3206	6327
071029	Manfredonia	27972	28313	56285
071031	Mattinata	3134	3285	6419
071033	Monte Sant'Angelo	6312	6678	12990
071038	Peschici	2122	2120	4242
071041	Rignano Garganico	1042	1146	2188
071043	Rodi Garganico	1813	1928	3741
071046	San Giovanni Rotondo	13432	14074	27506
071047	San Marco in Lamis	6816	7222	14038
071049	San Nicandro Garganico	7786	8215	16001
071053	Serracapriola	1982	2088	4070
071059	Vico del Gargano	3798	4009	7807
071060	Vieste	6765	6836	13601

Tabella autonomamente elaborata su dati ISTAT

Il Gargano è stato tradizionalmente collegato al Regno di Napoli e ai centri del Nord Adriatico soprattutto via mare, attraverso gli scali di San Menaio, Rodi Garganico, Peschici, Vieste e il grande porto di Manfredonia; comunque mantiene a lungo caratteristiche di insularità.

³⁸ http://paesaggio.regione.puglia.it/images/stories/MATERIALE_PROPOSTA_ADOZIONE_PPTR/5_schede_ambiti/01_gargano.pdf

³⁹ <http://demo.istat.it/pop2013/index1.html>



Gargano - La spiaggia di Peschici vista dal Monte Pucci – Foto scattata il 3 Giugno 2014 in loco

Solo nel primo Ottocento si comincia a costituire la “rotabile” che collega i centri del “terrazzo meridionale”.

Agli anni Ottanta del XIX secolo risale il tronco ferroviario Foggia – Manfredonia (la costruzione dell’anello viario costiero è di molto posteriore)

Negli anni Venti e Trenta del XX secolo, invece, viene realizzata la ferrovia che da San Severo porta a Peschici - Calenella.

Il Gargano presenta una notevole varietà di paesaggi proprio per la sua articolata morfologia e pedologia: attorno alla vastità di boschi (boschi di Spigno, di Manfredonia, Quarto, Foresta Umbra, Bosco Difesa di San Matteo) ci sono una serie di pinete che arrivano fino al mare.

La fascia costiera è caratterizzata dalla presenza di oliveti, spesso posti su terrazze artificiali, ospitanti, in prossimità di Monte Sant’Angelo, anche povere colture orticole.

Tra Rodi, Vico e Ischitella abbiamo un’interessante oasi agrumaria, che costituisce un paesaggio particolare, costituito da muretti e filari frangivento e canalette per l’irrigazione.

Nella zona di Lesina, le colture principali sono quelle orticole ed industriali (pomodoro).

La situazione muta a partire dagli anni 60, quando l'abbandono dei seminativi di montagna o di alta collina ha portato a fenomeni di rinaturalizzazione spontanea, con la diffusione di flora cespugliosa, macchiosa e di forme boschive.

Questa situazione, comporta anche una redditività economica ridotta perché si è ridotta così anche la produzione di legname da costruzione e di legna da ardere.

Considerati i limitati proventi derivanti dal turismo naturalistico, il pascolo è la risorsa più importante della vasta area interna.

Storicamente, una parte del personale fisso delle masserie di tutta un'ampia fascia di territorio che va da San Severo e Torremaggiore fino a Foggia e Manfredonia proveniva dai centri del Gargano occidentale, da San Nicandro Garganico a San Marco in Lamis.

Questi flussi di manodopera, già ridotti dalla meccanizzazione, si sono decisamente interrotti già da decenni e i garganici sono stati sostituiti da lavoratori extracomunitari. Il vecchio bracciante spesso è diventato bidello e/o emigrante, peggiorando la situazione generale.

Nonostante la bassissima percentuale di popolazione sparsa, meritano una certa attenzione le costruzioni rurali; le dimore trogloditiche non sono più abitate (vedi grotte a Peschici) e la maggior parte dell'edificazione rurale è costituita da dimore elementari con due ambienti accostati.

Nelle aree di cultura legnosa (Gargano settentrionale), l'edificio rurale acquista maggiori dimensioni componendosi di un pian terreno e un piano superiore.

In alcune aree della pedemontana garganica meridionale, l'edificio rurale è spesso costituito dalle masserie con i terreni adibiti a stalla.

Nelle aree di allevamento, la casa del pastore, ha un piano fuori terra collegato a un recinto in pietra dove ci sono gli animali.

Notevole è la presenza delle tipiche dimore temporanee garganiche, i "pagghiare", costruzioni in pietra di diversa tipologia.



Un tipico "Pagghiare" nel territorio di San Marco in Lamis- Foto scatta il 2 Giugno 2014 in loco

Numerosi esemplari si trovano nel territorio di San Marco in Lamis – San Nicandro Garganico – San Giovanni Rotondo – Monte Sant’Angelo.

Un esempio importante rivestono anche i muretti a secco (*macère*) di divisione dei terreni e i “*cutini*” che erano vaste cisterne di raccolta dell’acqua piovana.



*Sul ciglio della Valle di Vituro a San Marco in Lamis - Muri a secco con un tipico "pagghiare" –
Foto scattata il 2 Giugno 2014 in loco*

Le maggiori criticità, oltre all'abusivismo e all'espansione edilizia legata al turismo, sono date dall'invecchiamento della popolazione rurale, al diffuso abbandono dei terreni coltivabili e ad una espansione incontrollata dei boschi.

Questi fenomeni minacciano le sistemazioni fondiari più delicate, come i terrazzamenti del versante meridionale del promontorio tra Monte Sant'Angelo e la parte orientale del territorio di Mattinata, spesso in stato di abbandono per la mancata manutenzione dei muri di contenimento. Altro fenomeno notevole, frenante rispetto ad una seria programmazione turistica, sono la speculazione e l'abusivismo edilizio.

L'abbandono dei seminativi di collina e la distruzione degli orti, producono fenomeni di impoverimento della biodiversità.

Residue sono ormai le coltivazioni viticole del nord del Gargano, un tempo molto apprezzate, e le varietà frutticole.

Tra i paesaggi rurali presenti ce ne sono alcuni di gran pregio, in gran parte storici e tradizionali, risultato di coltivazioni e tecniche di regimazione e presidio del suolo di tipo tradizionale.

L'oliveto terrazzato, gli agrumeti e il mosaico agro-silvo pastorale, rappresentano tipologie culturali che presentano caratteri storici e tradizionali.

A sud di Vieste, il paesaggio rurale dominante è l'oliveto terrazzato, paesaggio che domina anche nel territorio di Mattinata e Monte Sant'Angelo.

I paesaggi rurali costieri sono elementi di valore patrimoniale, ma anche al suo interno il Gargano presenta paesaggi rurali noti, in particolare l'altopiano carsico nel tratto di Monte Sant'Angelo e Valle Carborara: si tratta di un paesaggio suggestivo, caratterizzato da quel mosaico agro-silvo-pastorale che alterna colture seminative a pascoli e macchie di bosco.

Paesaggi rurali di grande valore sono quelli dei valloni garganici, nei quali le tipologie colturali si combinano con la struttura geomorfologica e quindi gli oliveti si presentano con i loro caratteri storici e tradizionali.

Un grave fattore di criticità per quanto riguarda il paesaggio rurale costiero risulta quello dell'espansione dei centri urbani costieri ma anche dei centri interni, come Manfredonia ad esempio.

Un altro fenomeno che investe l'ambito garganico, in maniera più generalizzata, è quello dell'abbandono di molti siti a causa della scarsa produttività o accessibilità dei fondi agricoli.

In conclusione tra le colture prevalenti abbiamo quella degli oliveti, dei cereali e quelle delle foraggere; dove la produttività agricola è ridotta per abbandono delle aree si insiste con l'allevamento brado del bestiame (bovino podolico e capra "nustrala").

L'allontanarsi della strada litoranea dalla costa, tra Cala San Felice e Baia delle Zagare, fa assumere al sistema insediativo turistico un carattere di casualità: ad esempio Pugnochiuso e Baia delle Zagare risultano essere nuclei ricettivi aventi una maggiore cura architettonica e migliore ricercatezza nel disegno degli spazi aperti.

Il territorio compreso tra Mattinata e Monte Sant'Angelo inverte il sistema con i centri consolidati all'interno ed una dispersione insediativa che arriva nelle valli fino a raggiungere la costa.

La strada litoranea organizza un sistema insediativo a bassa densità ed è caratterizzata da un tempo di percorrenza lento che permette un'importante relazione visiva con il paesaggio.

Infine, il sistema a pettine del Gargano si è fortemente polarizzato nella zona di San Giovanni Rotondo, investita da interessanti fenomeni turistici di tipo religioso: l'estensione urbana con strutture religiose ed alberghi ha modificato il volto di questo piccolo paese.

Anche l'intero arcipelago delle Isole Tremiti rappresenta un paesaggio di notevole interesse data la sua appartenenza al Parco Nazionale del Gargano, per l'integrità e la vastità di biocenosi presenti nei fondali (per questo è stata dichiarata Area Marina Protetta).



Veduta delle Isole Tremiti in Provincia di Foggia - Foto scatta il 3 Giugno 2014 in loco

L'arcipelago si distingue nell'Adriatico per la presenza di habitat altamente diversificati, tra cui quelli rupestri e quelli delle scogliere.

I rischi presenti in queste zone riguardano l'erosione costiera, le esondazioni lungo le sponde delle lagune e nell'area delle foci.

Dal punto di vista infrastrutturale, abitanti e turisti possono disporre solo dell'auto privata per spostarsi all'interno del Promontorio, in quanto il trasporto pubblico è estremamente carente.

Le stazioni ferroviarie, che servono i centri disposti sulle alture circostanti le lagune, sono troppo lontane e prive di altri tipi di collegamento con la costa.

Dopo la costruzione della SS 693, non vi è stato alcun progetto di valorizzazione paesaggistica dell'antica strada che costeggiava il Lago di Lesina

(SP 40) e della strada che bordava, prima in altura, poi a valle, le sponde meridionali del lago di Varano (SS 89).

Il turismo praticato in queste zone è prettamente balneare ed è caratterizzato da una modesta presenza di *outsider*, da una stagionalità elevata, una modesta integrazione con il Parco Nazionale del Gargano e con le risorse patrimoniali dell'entroterra.⁴⁰

⁴⁰ http://paesaggio.regione.puglia.it/images/stories/MATERIALE_PROPOSTA_ADOZIONE_PPTR/5_schede_ambiti/01_gargano.pdf

3.2– ALCUNE ATTRATTIVE TURISTICHE DEL GARGANO

Il Gargano, oltre alle sue bellissime coste, nasconde e custodisce un entroterra molto interessante, ricco di cultura, monumenti e tradizioni suggestive.

I maggiori centri ricchi di attrattive sono:

Carpino si erge su un'altura vicino al lago di Varano, la più grande distesa d'acqua dell'Italia del Sud. Il piccolo centro è famoso per il Carpino Folk Festival che si tiene ogni anno in agosto in questa località e che mira a preservare il patrimonio della musica popolare italiana.

Carpino è conosciuta anche come "Città dell'Olio" per la sua produzione di olio extravergine Dauno DOP e "Città delle Fave" per le squisite fave che vengono cucinate in tanti modi.⁴¹

Monte Sant'Angelo è celebre invece per il Santuario di San Michele Arcangelo, costruito nel luogo in cui si trova la grotta nella quale il Santo apparve in più di un'occasione tra il 490 e il 493. Meta di pellegrinaggio da 15 secoli, il Santuario è ancora visitato da fedeli di tutto il mondo. Un tempo questi vi si recavano a piedi; oggi perlopiù i viaggi vengono organizzati in pullman, magari con un breve tratto finale da percorrere a piedi.

Il comune, che fa oggi parte del Patrimonio Mondiale dell'Umanità come stabilito dall'UNESCO, è ricco di fenomeni carsici, visibili per esempio nella stessa grotta del Santuario.

Ci sono pure altri edifici religiosi degni di nota, come la Tomba Rotari che è un battistero del XII secolo, il cui portale è intarsiato di rilievi di valore, e la coeva chiesa di Santa Maria Maggiore.

Il suggestivo castello invece fu costruito nell'837 per volere del vescovo di Benevento, Orso I.⁴²

Monte Sant'Angelo è maggiormente conosciuta per il Santuario di San Michele, del quale riportiamo una breve descrizione di Marco Trotta, storico locale:

“Il Santuario insiste nella parte più alta dell’odierno centro abitato di Monte Sant’Angelo. L’ingresso attuale è affacciato sul versante meridionale del Monte su cui si estende in massima parte l’agglomerato urbano;

⁴¹ <http://www.forestaumbra.com/comuni.html>

⁴² http://paesaggio.regione.puglia.it/images/stories/MATERIALE_PROPOSTA_ADOZIONE_PPTR/5_schede_ambiti/01_gargano.pdf

.....

Oggi l'ingresso al Santuario è preceduto da un atrio e attraverso due portali si percorre una lunga e articolata scalinata in discesa, solitamente ascritta ad età angioina, ma in cui sono visibili, lungo le murature che la concludono, tracce riconducibili a un'altra scalinata a questa precedente".⁴³



L'ingresso della Basilica di San Michele a Monte Sant'Angelo in una litografia di Duplessis-Bertaux (Inizio '800) presente nella Biblioteca del Santuario di San Matteo.⁴⁴

Altra località di interesse culturale e turistico è **Vico del Gargano**, noto per il cerro che si trova di fronte al santuario di San Francesco; di quest'albero non si conosce il periodo in cui il seme fu posto nel terreno, ma si sa per certo che fu piantato da fra Nicola da Vico.

Quest'ultimo morì nel 1719, pertanto grazie a questa data sappiamo che il cerro è secolare.

⁴³ Trotta M., *Il Santuario di San Michele sul Gargano dal tardoantico all'altomedioevo*, Mario Adda Editore 2012, pagg. 18-19

⁴⁴ <http://www.santuariosanmatteo.it/Content-II-santuario-di-San-Michele-Arcangelo-item-131-page-2.html>



Un angolo di Vico del Gargano - Foto scattata il 4 Giugno 2014 in loco

Oltre a faggi e abeti, il comune è ricco di uliveti e agrumarie. Vico è un paesino ricco di storia e cultura. Tra le architetture militari sono degni di nota il castello, con base a forma di quadrilatero e segni evidenti delle modifiche apportate nei secoli in diversi stili, e la cinta muraria, costruita per la difesa della cittadina.⁴⁵

Altra attrattiva del Gargano è la Foresta Umbra, che rappresenta il più importante richiamo “naturalistico” del Parco Nazionale del Gargano.

È una foresta millenaria che ha conservato quasi integralmente il suo manto vegetativo, ricca di flora e di fauna: offre una varietà di alberi, soprattutto faggi ma anche cerri, querce e lecci e una fitta vegetazione nel sottobosco che include delle splendide orchidee e in base alle stagioni anche felci, ciclamini e viole.

In autunno possiamo trovare diverse specie di funghi come porcini, tamburo e russule ma anche di quelli velenosi come la specie “Amanita muscaria” o mortali come “Amanita falloides”.

⁴⁵ <http://www.forestaumbra.com/comuni.html>



“Amanita falloides” – Foto scattata il 2 Giugno 2014 in loco

Per quanto riguarda la fauna, la Foresta Umbra è popolata da cinghiali, caprioli, picchi, daini e gatti selvatici.

La varietà della fauna è facilmente riscontrabile, facendo una passeggiata per i sentieri pedonali o pedalando in *mountain bike* ed oltre a quelle menzionate è possibile incontrare volpi, ricci, scoiattoli, martore ecc.



Parco Nazionale del Gargano - Un riccio – Foto scattata il 2 Giugno 2014 in loco

Questa spettacolare riserva naturale si estende per circa 10.000 ettari nel Parco Nazionale del Gargano; le quattro zone in cui è suddivisa vanno dalla più incontaminata, dove non è possibile entrare a quello meno vincolata da restrizioni, dove sono situati cinque comuni: Vico del Gargano (porta d'accesso alla foresta), Monte Sant'Angelo, Vieste, Carpino, Peschici.⁴⁶

⁴⁶ <http://www.forestaumbra.com/comuni.html>

Altra località del Gargano è **Rignano Garganico**.



Rignano Garganico - Il Castello baronale – Foto scattata il 1 Giugno 2014 in loco

La cittadina ha origini antichissime, che risalgono fino alla preistoria, come testimoniano i reperti rinvenuti negli insediamenti archeologici che sorgono nei suoi dintorni (Grotta Paglicci, Grotta Spagnoli e i dolmen di Lamasecca e della Piana della Madonna di Cristo).

Nella vicina Grotta Paglicci sono state ritrovate alcune pitture parietali che hanno consentito agli studiosi di risalire all'esatta collocazione storica dei reperti, e cioè al Paleolitico superiore.

Numerosi i ritrovamenti, nella stessa grotta, risalenti al Paleolitico Medio ed Inferiore.

Monumenti e luoghi di interesse

- Grotta Paglicci: sito di rilevanza archeologica nazionale;
- Dolina Cento Pozzi: splendida dolina carsica con diversi "pozzi" e animali domestici vaganti, immersa nel Parco Nazionale del Gargano da cui si

dipartono diversi sentieri che rendono possibili magnifici itinerari nell'area di Bosco Jancuglia;

- Dolmen: suggestive nonché antiche costruzioni in pietra nell'area Lama Secca - Madonna di Cristo;

- Il centro storico abbarbicato su un cocuzzolo con i suoi vicoli e vicoletti;

- Il Palazzo Baronale col suo giardino sorto sulle basi di un castello di epoca medievale, di cui resta una torre e piccole tracce delle vecchie mura di cinta;

- Il Belvedere che circonda la gran parte del centro storico e da cui si scorge un magnifico panorama;

- La Croce, anch'esso luogo per ammirare il fantastico panorama che si estende sotto la montagna di Rignano col Tavoliere delle Puglie con tutti i suoi variopinti colori, al Golfo di Manfredonia fino alla Terra di Bari, al Monte Vulture e l'appennino Dauno fino a scorgere, col bel tempo, le vette della Maiella in Abruzzo. Quest'area panoramica è posta a breve distanza dal centro abitato ed ospita la pista per il decollo di deltaplani e parapendii.

- La Chiesa Madre "Maria Santissima Assunta" nel centro storico, di origine paleocristiana e con dipinti di Natale Penati;

- La Madre di Cristo: santuario del primo medioevo (ma forse di periodo precedente), situato a 6 km da Rignano sulle collinette prima di giungere al paese. Immerso negli ulivi, è frequentato dalla gente del posto ma anche da turisti, per lo più il martedì dopo Pasqua, quando si venera la Madonna con Bambino.⁴⁷

⁴⁷ http://it.wikipedia.org/wiki/Rignano_Garganico



Le mura di cinta medioevali di Rignano Garganico – Foto scattata il 3 Giugno 2014 in loco



Un suggestivo angolo di Rignano Gargano Foto scattata il 3 Giugno 2014 in loco

Altre zone notevoli dell'entroterra del Gargano sono San Giovanni Rotondo e San Marco in Lamis.

Di queste due cittadine parleremo più approfonditamente nei capitoli seguenti.

3.2.1 Il turismo religioso: realtà presente e prospettive

Molti spunti presenti in questa sezione mi sono stati offerti da Padre Mario Villani, frate francescano, direttore della Biblioteca di San Matteo sul Gargano a San Marco in Lamis, testimone dei fenomeni relativi al pellegrinaggio, studioso della Via Francesca e della Transumanza. Le fonti ben definite verranno citate regolarmente.

L'immagine turistica di San Giovanni Rotondo è legata in modo indissolubile a P. Pio da Pietrelcina, elevato agli onori dell'altare nel 2002 dal Papa Giovanni Paolo II.

Il tema "immagine turistica" è molto attuale quando si parla di turismo, ma non credo che valga in modo assoluto nel caso dei pellegrini, inquadrati nel cosiddetto "turismo religioso".⁴⁸

San Giovanni Rotondo si trova ai primi posti nelle statistiche turistiche della regione Puglia e non solo.

Ma coloro che si recano a San Giovanni Rotondo sono dei turisti o dei pellegrini? Non mi piace l'espressione "turismo religioso", usato spesso a sproposito o comunque per nascondere altri fini.

Penso che coloro che si recano a San Giovanni Rotondo sono dei pellegrini e solo in base a questo assunto userò l'espressione "turismo religioso".

Il turista ed il pellegrino hanno certamente dei punti in comune. Il pellegrino, oltre che cercare una esperienza religiosa, si trattiene brevemente in un luogo.⁴⁹

In Italia le radici della religione cattolica sono radicate nella coscienza collettiva tramite la socializzazione religiosa, familiare e civile.

Comunque tra il pellegrino ed il turista, nonostante punti di contatto, ci sono grosse differenze. Quando si parla di turismo o pellegrinaggi è obbligatorio pensare al concetto di ospitalità.

Questa era gratuita nelle civiltà pagane e pre-cristiane, quindi viene sostituita dalla ospitalità religiosa a scopo benefico, soprattutto per i pellegrini; si trasforma, infine, in ospitalità a pagamento.

⁴⁸ <http://www.formazioneturismo.com/in-evidenza/territori-minori-e-territori-lenti-come-definire-immagine-turistica>

⁴⁹ Mazza C. (a cura di), *Turismo religioso fede, cultura, istituzioni e vita quotidiana*, Longo Editore Ravenna, 1992, pagg. 69-70-71

Il turismo postula che l'ospitalità a pagamento consideri marginale l'esperienza religiosa applicata all'accoglienza ed ai relativi servizi di supporto.⁵⁰

È un dato di fatto che i pellegrini possono essere nel Gargano elementi interessanti anche per le ricadute economiche.

In questo studio mi sono concentrata su San Marco in Lamis – Borgo Celano – San Giovanni Rotondo, poste sulla Via Francesca, chiamata anche (e principalmente, ma in modo completamente errato, Via Sacra Langobardorum).

Il tratto garganico della Via Francesca viene citato in un documento del 1007, come punto di identificazione dei confini del feudo dell'Abbazia di San Giovanni in Lamis (attuale convento di San Matteo).⁵¹



Territorio del monastero di San Giovanni in Lamis a San Marco in Lamis

Il tratto garganico della Via Francesca (in gran parte la S.S 272) è caratterizzata da un grande numero di santuari. Inizia con quello di Maria SS. di Stignano e poi quello di San Matteo Apostolo, a San Marco in Lamis. Quindi si trova Maria SS. delle Grazie, a San Giovanni Rotondo, dove ha vissuto ed è sepolto San Pio da Pietrelcina, il frate con le stimmate.

La Via approda a Monte Sant' Angelo, sede del santuario dedicato a S. Michele Arcangelo, meta da oltre un millennio di pellegrini e transumanti.

⁵⁰ Mazza C. (a cura di), *ibid.*

⁵¹ <http://www.santuariosanmatteo.it/Content-II-periodo-benedettino-item-76.html>

Nelle vicinanze di Monte Sant'Angelo è posto il santuario della Madonna di Pulsano, fondato da San Giovanni da Matera.

Nella pianura sottostante, dopo avere attraversato Manfredonia, la Via incontra i santuari di Santa Maria e San Leonardo a Siponto per proseguire e terminare al santuario della Madonna Incoronata, a Foggia.⁵²

Quindi, se vogliamo parlare di turismo religioso dobbiamo parlare di santuari, pellegrini, Via Francesca e Transumanza.⁵³



Mappa del tratto garganico della Via Francesca

Non è possibile ridurre a schemi fissi istituzioni ecclesiastiche quali i santuari ed i pellegrini. Ogni santuario ha la sua storia e la sua area di influenza, che varia nel tempo.

Nel Gargano, ma non solo, i santuari e le loro aree di influenza sono state create dai pellegrini, che hanno letteralmente modellato nei secoli il paesaggio del Gargano meridionale, definito anche “territorio”.

I pellegrini tracciano i percorsi, determinano i luoghi di sosta, portano con sé importanti elementi come la lingua, gli usi, le conoscenze, gli oggetti, le devozioni con le quali arricchiscono i luoghi attraversati.

⁵² <http://www.santuariosanmatteo.it/Content-Geografia-religiosa-del-Gargano-item-134.html>

⁵³ Colletta M., Gruppo di Studio della Biblioteca San Matteo

Molti degli insediamenti umani da cui sono nate le città del Gargano sono frutto del passaggio dei pellegrini.⁵⁴

Essi arrivano oggi con autobus, con auto, treni o aerei, ma molti arrivano ancora a piedi.

Tanti si fermano al convento di San Matteo a San Marco in Lamis, dove vengono rifocillati ed il giorno seguente ripartono, continuando il loro viaggio.⁵⁵



Pellegrino tedesco in visita a San Matteo, dove è stato accolto e rifocillato. Proseguirà per la terra Santa

Altro elemento che va considerato nella trattazione del “turismo religioso” è quello delle famiglie religiose, specialmente Francescane.

Per il loro fondatore, San Francesco, il problema della natura è importantissimo.

Il sole porta “significazione” di Dio, l’acqua è “umile, et preziosa et casta”, il fuoco è “robustoso e forte”. I francescani hanno dato grande importanza ai problemi naturalistici e del territorio.

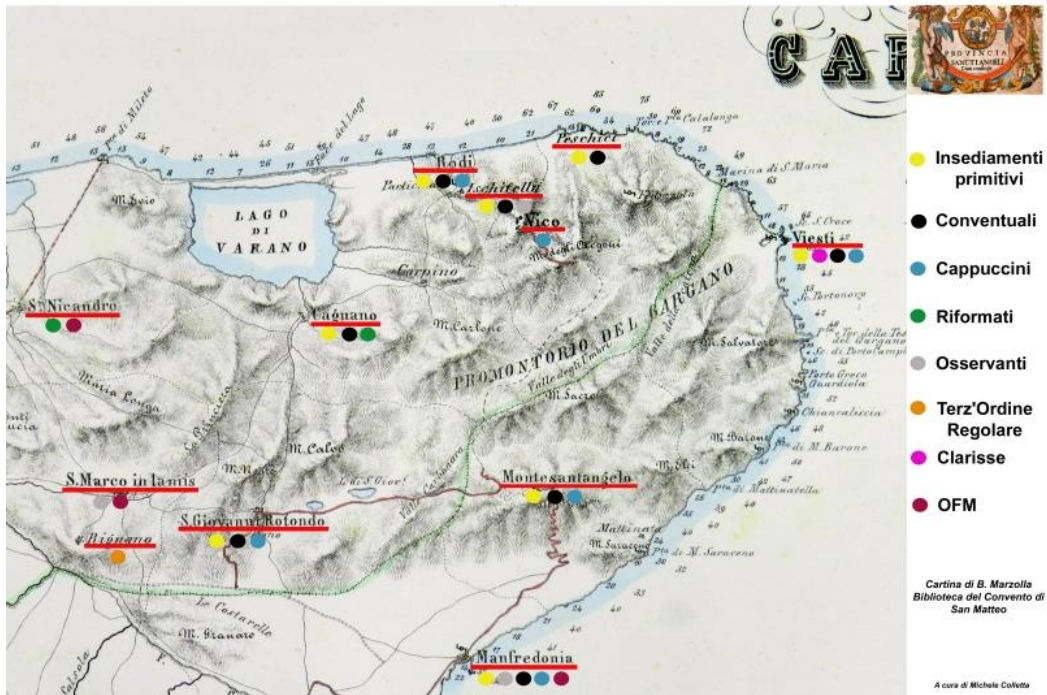
Per loro i vari esseri che abitano la terra non possono essere classificati in base ad un sistema antropocentrico, per cui ci sono animali domestici e selvatici.

⁵⁴ <http://www.santuariosanmatteo.it/Content-II-santuario-i-frati-e-i-soldi-dei-pellegrini-item-118.html>

⁵⁵ Colletta M., Gruppo di Studio della Biblioteca di San Matteo

I frati, nell'ambito di una visione religiosa della vita e nell'ambito del loro ministero di evangelizzazione, parlavano ai contadini, ai pastori, ai "borghesi", a tutti dell'utilizzo razionale del territorio, dell'importanza dei boschi, dei danni causati dalla cesinazione, dell'utilizzo della terra e dei suoi frutti.⁵⁶

FRANCESCANI SUL GARGANO



Esempio di insediamento è quello di P. Michelangelo Manicone, francescano.

L'operazione pubblica, che vanta una "scoperta" della Via Francigena non penso che possa portare a buoni risultati.⁵⁷

Tale Via viene percorsa da pellegrini da oltre 1500 anni e non ha bisogno di essere scoperta. Piuttosto sarebbe necessario coinvolgere i religiosi, proprietari e custodi dei santuari e dei Beni Culturali ivi raccolti.

Questo non viene fatto ed è un peccato per il Gargano ed il suo sviluppo turistico.

I pellegrini continuano, comunque, a frequentare i santuari.⁵⁸

⁵⁶ Manicone M., *La fisica appula*, D. Sangiacomo, 1806

⁵⁷ <http://www.regione.puglia.it/index.php?page=pressregione&opz=display&id=15787&keysh=francigena>

⁵⁸ <http://www.santuariosanmatteo.it/News-A-proposito-di-Via-Francigena-item-31.html>

3.3 LA CITTA' DI SAN MARCO IN LAMIS E IL SUO BORGO CELANO

3.3.1 La città di San Marco in Lamis

Non si conosce la data di fondazione della città, che è comunque medievale; la sua storia è strettamente intrecciata con quella del sovrastante Convento di San Matteo.

Nella parte antica, San Marco in Lamis è molto bella con la sua conformazione a doppio pettine.⁵⁹



San Marco in Lamis è in posizione centrale rispetto a tutte le località del Gargano

La parte moderna lascia alquanto a desiderare: i nuovi quartieri che vanno dalla località “Starale” in direzione della strada per Sannicandro, sono di fatto dei quartieri-dormitorio.

Essi si sono sviluppati a partire dagli anni 80 ed attualmente viene consumato il poco terreno ancora rimasto.

In questi quartieri vi abita la maggior parte della popolazione (il centro storico continua a svuotarsi) e vi manca ogni servizio, ad eccezione di una scuola media e di un bar.

La viabilità interna non è buona; i trasporti sono insoddisfacenti e la popolazione residente è obbligata ad usare l’auto privata.

⁵⁹ <http://www.senato.it/japp/bgt/showdoc/frame.jsp?tipodoc=Ddlpres&leg=13&id=314>

Stranamente i parcheggi a pagamento, riservati ai “turisti”, sono desolatamente vuoti.

Di seguito una tabella con alcuni dati demografici sulla città.

Anno	Abitanti	Variazioni %
1861	15.350	
1871	14.720	-4,1%
1881	15.579	5,8%
1901	17.531	12,5%
1911	18.236	4,0%
1921	18.799	3,1%
1931	19.342	2,9%
1936	19.608	1,4%
1951	21.792	11,1%
1961	19.014	-12,7%
1971	16.258	-14,5%
1981	15.445	-5,0%
1991	15.221	-1,5%
2001	15.739	3,4%
2012	14.038	-10,8%

Tabella autonomamente elaborata su dati ISTAT⁶⁰

A fine novembre 2013 la città contava 13.940 abitanti.⁶¹

Spulciando nel web, ho scoperto che la città possiede una Croce processionale d'argento, opera di Nicola da Guardiagrele, della seconda metà del sec. XV.

Giovanni Boraccesi, docente universitario e storico dell'arte orafa, la definisce “stupefacente” e continua: *“Non so dire, tuttavia, se il prezioso cimelio – che, da solo, renderebbe raccomandabile la visita alla cittadina garganica – vi giunse con la precisa volontà dei committenti di allogarlo in questa chiesa parrocchiale o in un altro edificio sacro della città.”*

In un altro punto della sua relazione, il Boraccesi continua: *“Dal punto di vista dell'oreficeria profana non si può non dare risalto alla particolare e ben nota vocazione artigianale di San Marco in Lamis per la lavorazione di monili; in un lungo*

⁶⁰ <http://www.comuni-italiani.it/071/047/statistiche/popolazione.html>

⁶¹ <http://demo.istat.it>

*lasso di tempo compreso tra il XVIII e il XX secolo, qui sono, infatti, attestati numerosi maestri orafi e argentieri (MAVELLI 2005, p. 128; BORACCESI 2007a.), chiaro indice della floridezza economica della città garganica.”*⁶²

La croce astile si trova in una teca posta nella Chiesa Collegiata dedicata a Maria SS. Annunziata.⁶³



Argentiere napoletano, croce astile, circa 1610-1620.

⁶² <http://www.archeologiadigitale.it/attidaunia/pdf/33-boraccesi.pdf>

⁶³ <http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenut...>

Le manifestazioni più importanti sono:

1. La processione delle Fracchie, che si svolge il Venerdì Santo a sera ed attira qualche migliaio di visitatori.



Fracchie – Foto scattata il 18 Aprile 2014 in loco

2. Cchiù fa notte e cchiù fa forte, manifestazione che quest'anno (2014) si svolgerà il 23 agosto.⁶⁴

Anche questa manifestazione attira qualche migliaio di visitatori.



Cchiù fa notte e cchiù fa forte – San Marco in Lamis - La notte bianca del 2009 – Preparazione del palco principale

⁶⁴ <http://www.artefacendo.it/evento/cchiu%E2%80%99-fa-notte-cchiu%E2%80%99-fa-forte-2014>

3.3.2 Borgo Celano



Panoramica di Borgo Celano – Foto scattata il 03 Giugno 2014 in loco

Borgo Celano è una frazione di San Marco in Lamis ed è situato lungo la Statale 272 nel tratto che collega San Marco di Lamis con San Giovanni Rotondo.

E' in ottima posizione ambientale.

Prima dell'attuale Borgo Celano esisteva un vecchio casale con una cappella diruta, distrutta agli inizi del 900.

Si chiama Casale di San Pietro come è documentato da antiche carte topografiche con il toponimo di S. Petriccolo o Cappelluccia.

I frati minori presenti a San Matteo, sempre attenti alle esigenze della povera gente e del sacro silenzio, spronarono alcuni “impresari” e agricoltori a fare domanda per costruire un villaggio alle falde di Monte Celano.

I frati si impegnarono nella nuova fondazione, anche spinti dalle nuove esigenze sociali emerse dalla *Rerum novarum* e dall'esigenza di creare un nucleo abitativo un poco distante dal convento, che non arrecasse disturbo al silenzio conventuale e fosse di servizio alla povera gente che coltivava campi, in modo che potessero conservare carboni e calce e che ci fosse una stalla ed una taverna per i passanti.

Il luogo sarebbe stato anche idoneo per accogliere i pellegrini diretti a Monte Sant'Angelo e a San Matteo, ma tale nuovo Borgo era anche auspicato da molti medici che vedevano nel sito un luogo idoneo per far trascorrere le convalescenze o “cambiare aria” secondo la concezione medica del momento.⁶⁵



Veduta di Borgo Celano nei primi anni del 900

La richiesta fatta al Sindaco per la costruzione del villaggio vicino al Convento di San Matteo è stata fatta principalmente per poter erigere officine, locali industriali e magazzini per dare lavoro a molti.

La giunta municipale dà parere favorevole perché si trattava già di una via transito con taverne e baracche per i pellegrini e l'aria salubre.

Il nome dato fu quello di “Villaggio San Matteo”, cambiato in Borgo Celano in epoca fascista.

P. Diomede Scaramuzzi riferisce che i fondatori del villaggio furono Parisi Giuseppe, Covatto Ferdinando, Del Conte Paolo, Verde Giovanni e che la prima pietra fu benedetta dai frati di San Matteo il 6 Aprile 1908.

Nel 1909 erano già state costruite novanta abitazioni.⁶⁶

⁶⁵ http://www.prolocoborgocelano.it/Content-II-villaggio-Borgo-Celano-item-68.html#.U5jG7fl_tbc

⁶⁶ http://www.bibliotecasanmatteo.it/media/files/catalogo_digitale/singoli_conventi/san_matteo/san_matteo_1933.pdf

Il comitato del Villaggio viene allargato ad altre persone che si impegnano a costruire una chiesa, perché quella del Convento è distante e difficilmente raggiungibile nei mesi invernali.

Il 5 Ottobre 1912 viene inoltrata al Sindaco una richiesta per avere un contributo per la costruzione della chiesa; il consiglio comunale stanziò mille lire come contributo comunale.

La chiesa di Borgo Celano, dedicata alla Beata Maria Vergine Immacolata Concezione, era senza canonica e per questo motivo tutti i parroci che si succedettero alloggiavano in abitazione privata.

La canonica, le sale dell'oratorio e la sacrestia furono costruite negli anni 50 dal parroco di Bonifacio Cipriani con mezzi propri e con l'opera di amici muratori.

Negli anni '60 era considerata una delle poche località turistiche della provincia di Foggia e molti degli amministratori provinciali trascorrevano le loro vacanze a Borgo Celano.⁶⁷

Negli anni 70, per la precisione il 15 luglio 1975, l'allora parroco p. Mario Villani, effettuò una indagine socio-economica su Borgo Celano.

In tale statistica vi è descritta una situazione alquanto problematica del Borgo, evidenziando, comunque, le potenzialità turistiche della frazione.

Si apprende, tra l'altro, che: *”Nei mesi estivi il Villaggio viene relativamente invaso dai forestieri: su 4 famiglie, solo 1 è stabilmente residente, e su 6 persone, 5 sono forestiere”*.

Inoltre *“Le case disabitate al 15 luglio 1975 sono 96 pari al 44% delle abitazioni complessive”*.

Le conclusioni sono sconsolate: *“Tenendo presente che a luglio esiste tale numero di case disabitate si può ben comprendere come, almeno per quest'anno, il flusso turistico non ha saturato le possibilità di offerta turistica locale”*.⁶⁸

Il dibattito sulle potenzialità turistiche di Borgo Celano era molto presente in quegli anni (lo è tutt'ora).

In un articolo del settembre 1970 della rivista locale “Lu Paponne” a firma Michele d'Arienzo, si legge: *“La frazione di Borgo Celano, a pochi chilometri da S. Marco in Lamis, è da molti anni mèta di turisti, per la maggior parte di Foggia e di S. Severo.*

⁶⁷ <http://www.prolocoborgocelano.it/Content-II-villaggio-Borgo-Celano-item-68.html>

⁶⁸ http://www.prolocoborgocelano.it/media/files/statistica_1975.pdf

Il numero è ancora limitato e non si può certo sperare di risolvere gli annosi problemi di S. Marco con questa esigua corrente turistica”.

L’articolista fa delle proposte: *“Innanzitutto, è lapalissiano, bisogna costruire case (e a tal proposito vorremmo invitare le autorità competenti a non permettere la costruzione di case-fungo alte due o tre piani: il villino di montagna non deve superare il 1. piano) e bisogna adeguare il sistema idrico-fognante”.*

L’articolo continua proponendo il miglioramento della via di accesso alla vicina Grotta di Montenero, la costruzione di *“alcuni impianti che permettono ai villeggianti, specie giovani, un riposo che non sconfini nell'ozio, nella noia. Alludiamo ad un campo di tennis, ad uno di basket e di pallavolo per la cui realizzazione non occorrono molti fondi.”*⁶⁹

In una edizione ciclostilata della stessa rivista, l’articolista scrive: *“L’unica possibilità che abbiamo per creare posti di lavoro in loco sono due: l’artigianato e il turismo.”*⁷⁰

L’articolo si intitola *Solo il turismo può salvare la piaga dell’Emigrazione.*

Avendo letto l’intero articolo, mi sento obbligata a riportare brani alquanto lunghi dello scritto, contenente affermazioni che sono adesso di grande attualità.

Lo scrivente continua: *“Solo su questi due pilastri può posare l’economia locale. Oggi sul Gargano c’è il “boom” e nei mesi estivi gli alberghi e le pensioni della riviera sono insufficienti ad ospitare le migliaia le migliaia di turisti italiani e stranieri che affollano le nostra spiagge.*

Data la vicinanza che ci separa dal mare potremo benissimo convogliare una parte di queste correnti turistiche verso i Monti.

Molto sviluppato è il turismo religioso.

Migliaia sono i visitatori che si recano al santuario di S. Matteo, al santuario di Stignano e a quello di S. Donato.

Altri ancora provengono dal Nord Italia per visitare la tomba di Padre Pio nella vicina S. Giovanni Rotondo e la grotta di Monte S. Angelo.”

E continua: *“Cosa possiamo offrire a questi ospiti? Disponiamo di un artigianato di primo pian, che, con opportune mostre, potremmo far conoscere al visitatore, sia pur frettoloso.”*

⁶⁹ Lu Paponne, settembre 1970, in Biblioteca di San Matteo

⁷⁰ Archivio privato, *Lu paponne*, numero unico, Pasqua 1970

Lo scritto enumera le occasioni che si potrebbero utilizzare ai fini dello sviluppo: l'arte del ricamo di lenzuola, federe, cuscini da salotto, tovaglie da tavola e asciugamani.

Altre attività artigianali da valorizzare sarebbero quella del ferro battuto e dell'oreficeria.

Lo scrittore conclude: “*Borgo Celano, conosciuto col nome di “Borgo della salute e dell'appetito” (sic!) è in continua espansione. Manca un bosco e del verde che possa creare l'ambiente ideale ai forestieri che qui (sic!) vengono a trascorrere le meritate vacanze.*”⁷¹

Lo scritto è di 44 anni fa.

Per darvi un'idea di quello che in quel periodo si muoveva, mostro alcuni numeri relativi a quegli anni:⁷²

Tabella 6.2 – Presenze turistiche – Provincia di Foggia (dal 1959 al 1999)

Anno	Presenze (migliaia)			Incidenza % degli italiani			Incidenza % degli alberghi		
	Italia	Puglia	Foggia	Italia	Puglia	Foggia	Italia	Puglia	Foggia
1959	119.353	1.581	462	72,5	92,3	94,3	59,0	70,3	73,5
1969	167.944	3.285	800	65,6	89,9	92,9	70,3	57,5	58,5
1979	213.456	3.928	1.132	60,8	85,4	86,1	75,3	68,1	63,7
1989	246.520	6.181	1.802	64,8	91,1	89,4	76,0	66,8	52,4
1999	308.315	7.754	3.235	58,9	81,3	77,4	70,9	56,3	41,8
	<i>Variazioni percentuali medie annue</i>								
69/59	3,5	7,6	5,7	-1,0	-0,3	-0,2	1,8	-2,0	-2,3
79/69	2,4	1,8	3,5	-0,8	-0,5	-0,8	0,7	1,7	0,8
89/79	1,5	4,6	4,8	0,6	0,6	0,4	0,1	-0,2	-1,9
99/89	2,3	2,3	6,0	-0,9	-1,1	-1,4	-0,7	-1,7	-2,2
99/59	2,4	4,1	5,0	-0,5	-0,3	-0,5	0,5	-0,6	-1,4

Fonte: Istat ed Enit (1959 e 1969), rilevazione sul movimento nelle strutture ricettive.

Nella grafica mostrata si possono notare gli incrementi del turismo in Capitanata. Sono marcate in rosso le cifre relative alla provincia di Foggia.

Il tema dell'artigianato viene ripreso come idea economica “nuova” dal sito www.etsy.com.

⁷¹ Lu Paponne, settembre 1970, in Biblioteca di San Matteo

⁷² AA. VV., *Dal comune turistico al sistema locale dell'offerta turistica per la Provincia di Foggia*, Franco Angeli, 2004

Comunque negli anni a Borgo Celano e nelle sue vicinanze sono stati spesi fior di quattrini, con la realizzazione di numerosi manufatti.

Ne elenchiamo alcuni:

- Impianto di acqua e fogna al Convento di San Matteo ed ai vicini chioschi.

- Campo di calcetto
- Prosecuzione di Via S. Caterina
- Parcheggio con annesso ristorante
- Ristrutturazione del convento di San Matteo⁷³

Parlando con persone che abitano a Borgo Celano da molti anni, mi è possibile elencare cosa c'era nella frazione (e adesso non c'è più):

1 salumificio	1 bancomat	1 campo da tennis (spazio sotto il Belvedere)
1 supermercato	1 fabbricazione di materiale edile	3 affittacamere
1 fabbrica di sedie	1 sala da ballo	3 alberghi con ca. 350 posti/letto
1 cooperativa agricola "Zappalavigna" con oltre 10 soci/lavoratori	1 scuola elementare con asilo nido	1 pizzeria
1 negozio di alimentari	1 venditore di bombole di gas	1 rivendita di giornali e oggettistica

Tabella autonomamente elaborata

Fino alla fine degli anni 90 a Borgo Celano c'erano più residenti e più entusiasmo per il futuro, anche alla luce dei forti finanziamenti arrivati con la legge del Giubileo del 2000.

Negli anni successivi tutto è svanito, in quanto gli investimenti non sono stati accompagnati dalla creazione di servizi per i residenti ed i potenziali turisti.

⁷³ Archivio privato, *Quattro anni di attività dell'Amministrazione comunale*, 2001



Parco avventura a Borgo celano - San Marco in Lamis – I lavori sono quasi terminati – Foto scattata il 03 Giugno 2014

Molti dei primi sono andati via.

Dei secondi non si è mai visto nulla, anche per l'approssimazione dei pubblici poteri. Sarebbe possibile fare marketing turistico basandosi sull'esistente, che non è poco:

2 bar (di cui 1 con vendita di tabacchi)	1 panificio	1 percorso avventura
8 ristoranti-pizzeria	2 musei (dei dinosauri e di San Matteo)	1 sistema di sentieri segnalati
2 alberghi con ca. 100 posti letto	1 biblioteca (San Matteo, con oltre 100.000 volumi)	1 bosco (la Difesa di San Matteo)
1 B&B con ca. 15 posti letto	1 santuario (San Matteo)	1 chiesa con prete
1 agriturismo in località Le Chiancate	1 centro visite sul carsismo	1 vendita all'ingrosso di bevande
1 campo di calcetto (abbandonato) 1 produttore di Olio extravergine di oliva in località Calderoso	1 campo da tennis (vicino all'hotel Rossemi, mai usato)	1 grande parcheggio, costruito in occasione del Giubileo del 2000 e di fatto mai usato.

Tabella autonomamente elaborata

3.3.3 Attrattive che si trovano a San Marco in Lamis-Borgo Celano

Parco Paleontologico e dei Dinosauri

Il museo paleontologico del Parco Nazionale del Gargano si trova a San Marco in Lamis, nella frazione di Borgo Celano. La struttura propone pannelli illustrativi, filmati, diorami e ricostruzioni di luoghi basati su studi scientifici, al fine di preparare il visitatore al parco esterno.

Nel parco è stato allestito un sentiero illustrato da percorrere anche attraverso la ricostruzione di un habitat naturale, tra piante locali e specchi d'acqua, fra tracce e impronte, si vedono, in dimensioni reali la riproduzioni di animali vissuti su questo territorio 120 milioni di anni fa.



Parco Paleontologico e dei dinosauri di Borgo Celano – Interno- Foto scattata il 2 Giugno 2014



Parco Paleontologico e dei dinosauri di Borgo Celano – Esterno – Foto scattata il 2 Giugno 2014



*Contro impronta di dinosauro presente nel Museo di Borgo Celano.*⁷⁴

Centro visite sul carsismo⁷⁵

Si trova a Borgo Celano, appartiene al Parco Nazionale del Gargano ed è gestito dal Gruppo Speleologico Montenero di San Marco in Lamis.

Vi sono esposte numerose teche contenenti diversi tipi di rocce e minerali.

Molti pannelli illustrano il fenomeno del carsismo sul Gargano. Nella struttura si trova un Auditorium, usato per convegni e presentazioni.

⁷⁴ <http://www.dinosauriborgocelano.it/Content-Le-orme-dei-dinosauri-I-item-29.html>

⁷⁵ <http://www.dinosauriborgocelano.it/Content-Museo-del-carsismo-item-33.html>



Auditorium del Centro Visite sul carsismo di Borgo Celano

Biblioteca di San Matteo



Ingresso della Biblioteca di San Matteo a San Marco in Lamis – Foto scattata il 2 Giugno 2014

La biblioteca fu fondata nel 1906 ed intitolata a P. Antonio Fania da Rignano Garganico.

Uno degli artefici più convinti e tenaci fu P. Diomede Scaramuzzi, di San Giovanni Rotondo, che, non ancora sacerdote, aveva già scritto pregevoli opere di teologia.⁷⁶

P. Scaramuzzi offrì al convento di San Matteo la sua preziosa biblioteca, accumulata in tanti anni di ricerche e studi.

Nel 1937 la Biblioteca aveva quasi 7.000 volumi che nel '39 crebbero a circa 15.000.

Molti intellettuali sostennero l'idea della crescita della Biblioteca. Tra questi: il prof. Angelo Ciavarella, Direttore della Biblioteca Palatina di Parma, il prof. Antonio Quacquarelli dell'Università di Bari, il prof. Antonio Caterino sovrintendente ai beni librari della Puglia e infine il prof. Tommaso Nardella e Prof. Pasquale Soccio.

Nel Capitolo Provinciale del 1970 fu stabilito di concentrare i fondi librari dimenticati dalle soppressioni e ancora giacenti nei vari conventi in tre grandi Biblioteche site nei conventi di San Matteo a San Marco in Lamis, della Madonna della Vetrana a Castellana-Grotte e in quello di San Giovanni dei Gelsi a Campobasso.

Furono redatte molte tesi di laurea, ci furono collaborazioni importanti sia nei convegni di studio che nel campo dell'editoria.

Tutto ciò diede i suoi frutti migliori in occasione del IV centenario della presenza dei Frati Minori a San Matteo nel 1978, inteso come l'occasione per iniziare un'azione culturale più organica e in stretta relazione con le istituzioni culturali del territorio e con le Università.

Furono trasferiti i restanti fondi antichi conventuali di Ascoli Satriano e Manfredonia ed arrivarono anche cospicue donazioni da famiglie di diverse località della Capitanata.

Nello stesso momento crescevano di numero e di consistenza le varie collezioni di beni culturali, con l'arrivo di un gran numero di dipinti, statue, reliquiari e suppellettile varia di chiese e di conventi.

La collezione più importante messa insieme in questi anni è quella dei paramenti sacri antichi arrivata a oltre 1.000 pezzi singoli.

La biblioteca è articolata in tre grandi ambienti siti su due differenti livelli.

⁷⁶ <http://www.bibliotecasanmatteo.it/Content-Padre-Diomede-Scaramuzzi-item-96.html>

La sala di consultazione, è costituita da un salone di circa 30 metri di lunghezza posto al primo piano del convento.

Da questa sala si accede, sullo stesso piano, alla Galleria dei Benedettini dove un groviglio di archi e di pilastri ospita una delle più preziose collezioni della biblioteca, la raccolta archeologica. Questi locali per lunghi secoli sono stati il ricovero delle pecore del convento.

Dalla sala di consultazione una scala di grande suggestione porta alla Galleria dei Pastori, posta al pian terreno. E' un grande ambiente di circa 30 metri, scandito in cinque aule divise da archi.

Gli scaffali pieni di libri non impediscono di riconoscere i segni che secoli di attività pastorale hanno lasciato sui muri e sul soffitto. La sala, infatti, è stata l'ovile attivo del convento fino al 1948. L'entrata della biblioteca è posta a oriente sul piazzale del convento in un ampio cortile esterno delimitato da una cancellata in ferro.

Sulla parete destra del corridoio d'ingresso c'è la sala P. Michelangelo Manicone, uno dei depositi della biblioteca. In questo locale fino al 1965 erano ospitati i cavalli del convento.

In fondo al corridoio, sempre sulla destra, un arco delimitato da cancello in ferro immette nel *Lapidarium* medievale dove sono conservati i frammenti architettonici scolpiti dell'antica abbazia benedettina di San Giovanni in Lamis, oggi Convento di San Matteo. Fino al 1980 circa questo piccolo e bellissimo locale era la cantina del convento.

La Biblioteca è ricca di oltre 100.000 volumi.

Il fondo antico, che comprende i libri stampati tra la fine del sec. XV e il 1830, costituisce quasi la metà dell'intero patrimonio e possiede tra l'altro 10 incunaboli, 200 cinquecentine e circa 1000 seicentine.

La sua emeroteca è di circa 300 testate di quotidiani e riviste.

Agli studiosi viene offerto un servizio di assistenza adeguato che comprende una guida alla lettura dei documenti e l'opportuno aiuto per stabilire contatti con gli altri studiosi ed istituti di ricerca.⁷⁷

Nel complesso monastico è presente una raccolta argenteria, purtroppo non offerta al pubblico in maniera unitaria.

Voglio usare le parole del Boraccesi: *“Fra le mura della fabbrica francescana, a seguito di una mirata ispezione compiuta nel 2009, mi sono imbattuto*

⁷⁷ <http://www.bibliotecasanmatteo.it/Content-Storia-della-biblioteca-item-42.html>

in un gruppo di argenti di uso liturgico, esattamente una decina, conservati sia in chiesa, sia nel Museo del Convento di San Matteo, con un'importante raccolta di memorie storiche e artistiche ovviamente provenienti dallo stesso edificio minorita, come pure dalla città e dai conventi francescani della provincia.”

Egli continua: *“La raccolta argenteria del convento di San Matteo è di produzione napoletana e copre un arco di tempo compreso tra il Seicento e il Novecento. Di tale suppellettile sono sinora mancati sia gli studi che il ritrovamento dei documenti, fatta eccezione per una testimonianza d'interesse storico-artistico rinvenuta nell'Archivio di Stato di Foggia.”*⁷⁸

⁷⁸ <http://www.archeologiadigitale.it/attidaunia/pdf/33-boraccesi.pdf>

Convento di San Matteo⁷⁹



Veduta dall'alto del Convento di San Matteo

È uno dei pochi complessi della Capitanata che siano sempre stati abitati da famiglie religiose per tutta la lunga storia.

Fu fondato dai Benedettini fra il IX e il X secolo, nel 1311 passò ai cistercensi e nel 1578 ai Frati Minori.

La soppressione degli Ordini Religiosi del sec. XIX allontanò per qualche tempo i Frati Francescani; la proprietà passò allo Stato e poi al Comune di San Marco in Lamis.

Nel 1905, i Frati tornarono a San Matteo e ne ridiventeranno i padroni nel 1933 per donazione del Comune di San Marco.

I lavori di restauro fruttarono una piccola ma preziosa raccolta di frammenti medievali costituiti da fregi, epigrafi, piccole sculture, frammenti pittorici ritrovati come pezzi erratici o nascosti in materiali di riempimento.

Il nome originario del convento è di San Giovanni in Lamis ed in seguito all'arrivo di un dente appartenente a San Matteo, alla metà del sec. XVI, fu denominato "San Matteo".

⁷⁹ http://www.prolocoborgocelano.it/Content-Convento-di-San-Matteo-item-25.html#.U5jNifl_tbc

Dell'antico monastero di San Giovanni in Lamis rimane il vasto e autorevole impianto abbaziale le cui splendide tracce si possono ammirare dal *Lapidarium*, sotto forma di ornamenti architettonici.

Resta la posizione alta sull'abitato di San Marco in Lamis, arroccata a mezza montagna a guardia della strada, la Via Francesca dei documenti e i suoi privilegiati rapporti con le città di San Giovanni Rotondo e San Marco in Lamis, non più soggette per vincoli feudali ma ancora legatissime da vincoli spirituali e di amicizia.⁸⁰

Sentiero della Fajarama

Costituisce l'unico nucleo spontaneo di faggio presente attualmente sul Gargano occidentale.



Sentiero della Fajarama – Foto scattata il 1 Giugno 2014

⁸⁰ <http://www.santuariosanmatteo.it/Content-L-edificio-conventuale-item-86.html>

Grotta di Montenero

La cavità più nota del promontorio del Gargano, così descritta da P. Michelangelo Manicone:

"Evvi poi nella Difesa della Regia Badia di S. Marco in Lamis una grotta, che riesce gradevolissima agli occhi del viaggiatore. Chiamasi la Grotta di Montenero. In essa non vi si può entrare che carpono, ed assai disagiatamente per la bassezza e !a strettezza dell'apertura.

E' lunga un miglio e mezzo in circa; è divisa in molti cameroni; e si passa da un camerone all'altro per larghi buchi. Le volte, e le pareti di detti cameroni sono rabescate di stalattitiche concrezioni, le quali formano gallerie, cupole, teatri, mammelle, allberi ed altre bizzarre figure.

Dentro quest'antro evvi una fresca e dolce acqua, che distilla dai sassi. lo la bevi nell'arsa state, e sovvienmi, che riuscì gustosa al mio palato".⁸¹



Interno della Grotta di Montenero a San Marco in Lamis – Foto scatta il 1 Giugno 2014

⁸¹ Manicone M., *La Fisica Appula*, 1806

Bosco Difesa

Ha una superficie pari a circa 2.000 ettari ed è quasi diviso a metà dalla strada vicinale San Marco in Lamis-Cagnano.



Bosco Difesa di San Matteo - San Marco in Lamis - Asphodeline lutea - Per gentile concessione dell'Autore

E' un bosco caducifoglio con presenza di Leccio, Edera, Erba laurina, Pungitopo.

Questo è il regno delle Orchidee, delle bulbose (tipo Narciso), delle iridacee (tipo Timo).

Man mano che iniziano i declivi, sorge di colpo il confine del bosco, segnato dalle Roverelle, piante resistenti a tutto: siccità, fuoco, tagli ecc.

A mezza costa dove lo strato del terreno è migliore, ma soprattutto nel fondovalle dove la terra è più fresca, vegeta il Cerro, il Carpino bianco, Tiglio e Agrifoglio.

Il bosco, che ai nostri occhi, oggi appare bellissimo, sul finire della Seconda Guerra Mondiale venne tagliato tutto, sicché le piante ora in sesso presenti hanno un'età relativamente giovane.⁸²

⁸² <http://www.santuariosanmatteo.it/Content-II-Bosco-Difesa-San-Matteo-item-163.html>

Valle di Vituro

Questa valle è caratterizzata da moltissimi fenomeni carsici: lama, grotte, doline, sedimentazioni, *karren* (paesaggi in roccia caratterizzati da forme di questo tipo, in italiano vuol dire campi solcati).

In questa valle sono conservate moltissime testimonianze storiche della presenza dell'uomo, da prima della preistoria fino ai giorni moderni (grotte con segni tangibili della presenza di ominidi e uomini, segni dell'allevamento, focolari, resti di agglomerati abitati preistorici).

L'arco di San Michele, eremi, chiese, e le molte piscine testimoniano una grande e povera tecnica costruttiva con i minimi ed elementari mezzi costruttivi utilizzati.

La Valle di Vituro, nel comune di San Marco in Lamis, scende dall'altopiano delle Coppe di Casarinelli e in direzione sud raggiunge prima la piana del Calderoso e dei Lammioni per poi arrivare al Candelaro.

Nella zona sud delle coppe Casarinelli in agro di San Marco in Lamis ci sono due antichi insediamenti abitativi (Civite) che alcuni studiosi individuano in "Civita 1 della Chiancata sopra Vituro" e "Civita 2 della Chiancata sopra Vituro".



Fotografia della Civita 1 sul ciglio della Valle di Vituro – San Marco in Lamis – Foto scattata il 2 Giugno 2014

Vicino alle zone interessate alle Civite c'è la cava dove sono state trovate le impronte di dinosauri o altri animali preistorici che hanno attirato l'attenzione di diversi studiosi e dato vita alla realizzazione di un museo paleontologico a Borgo Celano.

Tra le due Civite si notano alcuni gruppi di pietre e segni di scavo per prove di saggio di cava realizzate all'inizio dell'800 da Leonardo Cera per verificare la presenza di marmi sul Gargano, che hanno alimentato molti geologici sull'estrazione di pietra e marmi esposte anche nell'esposizione universale di Parigi del 1867.

La Civita 1 o Case Grisetti, è circondata da un muro a secco a forma ovale e si sono notati alcuni cocci in terracotta e altri manufatti.

La Civita 2 è sempre circondata da muri a secco e ha una forma quadrangolare; all'interno del sito ci sono alcune tombe dove erano visibili resti umani e queste sono a camera chiusa con un gruppo di pietre circolare attorno.

Quasi all'inizio della Valle di Vituro è interessante vedere una struttura muraria complessa che i vecchi pastori chiamavano *il sanatorio* per indicare che era una struttura che serviva per isolare persone con malattie ritenute contagiose.

Sotto l'apice della cresta della montagna dove ci sono i ruderi di Civita 2 della Chiancata sopra la Valle di Vituro ci sono tre grotte basse che venivano usate da stalla per pecore e capre chiamate *pannoni* o *pennoni*.

Sono numerose le grotte, interessanti anche sotto l'aspetto storico-antropologico perché per secoli sono state rifugio e abitazione di pastori, contadini, briganti ed eremiti.

Il terreno è in forte pendenza, in molte parti i muretti a secco sono parzialmente crollati e ci sono vacche podoliche pugliesi con belle corna.⁸³

⁸³ <http://www.prolocoborgocelano.it/Content-Visitare-category-7.html>



Mucche podoliche nella Civita 1 delle Valle di Vituro-San Marco in Lamis – Foto scattata 3 Giugno 2014 in loco

3.3.4 San Giovanni Rotondo

Altra città dell'entroterra del Gargano è **San Giovanni Rotondo**, città dove visse e operò per 50 anni San Pio da Pietrelcina, frate cappuccino.

La città aveva 6.930 abitanti nel 1861⁸⁴ e conta 27.439 residenti a novembre 2013.⁸⁵

Il portale web del comune è pieno di contenuti ed informazioni.⁸⁶

San Giovanni Rotondo è un comune della provincia di Foggia in Puglia, famoso al mondo per ospitare le spoglie di san Pio da Pietrelcina, frate cappuccino vissuto a lungo nella cittadina. Inoltre il comune fa parte del Parco Nazionale del Gargano.

Il flusso del turismo si deve maggiormente al Santo, tuttavia anche qui numerose sono le chiese di interesse storico e culturale e ricordiamo la chiesa di Santa Maria delle Grazie, chiesa Matrice di San Leonardo, la chiesa di Sant'Orsola, la chiesa di Sant'Onofrio, l'antica chiesa di San Giovanni Battista ed infine la chiesa della Madonna di Loreto. Numerosi sono anche i palazzi storico tra i quali ricordiamo palazzo Canaviglia e palazzo San Francesco.⁸⁷

P. Pio è un punto fermo nella storia religiosa del Gargano perché intorno alla sua figura si è riaperto l'interesse per il cammino religioso, questo indefesso cercare Dio nei meandri della vita plasticamente espresso dal pellegrinaggio.

Le compagnie devote hanno ripreso la via del Gargano completando con un santo dei nostri giorni la serie delle figure guida che hanno ispirato nei secoli il cammino dei pellegrini dell'antica Via Francigena: l'arcangelo Michele, l'apostolo San Matteo, la Vergine Incoronata.

La piccola chiesa è diventata il santuario del mondo dove ai piedi di Maria Santissima delle Grazie genti di tutte le lingue e nazioni pregano con gli affetti, le intenzioni, le sofferenze sempre vive di P. Pio.

Il cuore del santuario, nonostante le grandiose opere costruite intorno, resta ancora la piccola chiesa, semplice e dimessa, com'è nello stile dei conventi cappuccini più antichi. In essa la presenza di P. Pio con la corona in mano, nel confessionale, è ancora avvertibile.

⁸⁴ <http://www.comuni-italiani.it/071/046/statistiche/popolazione.html>

⁸⁵ <http://demo.istat.it/bilmens2013gen/index.html>

⁸⁶ <http://www.comune.sangiovannirotondo.fg.it/>

⁸⁷ <http://www.pugliaturismo.com/localita/san-giovanni-rotondo/>

Oggi il convento, insieme alla Casa Sollievo della Sofferenza, ospedale voluto da P. Pio, costituiscono uno dei complessi santuariali più ampi ed organici di tutta l'Italia Meridionale.⁸⁸



Il Santuario di Santa Maria delle Grazie a San Giovanni Rotondo agli inizi degli anni 60⁸⁹



San Giovanni Rotondo - Casa Sollievo della Sofferenza⁹⁰

⁸⁸ <http://www.santuariosanmatteo.it/Content-San-Pio-da-Pietrelcina-item-135.html>

⁸⁹ <http://www.santuariosanmatteo.it/Content-San-Pio-da-Pietrelcina-item-135.html>

⁹⁰ <http://www.santuariosanmatteo.it/Content-San-Pio-da-Pietrelcina-item-135.html>

L'ospedale Casa Sollievo della Sofferenza fu inaugurato il 5 Maggio 1956 come clinica privata con 250 posti letto e oggi è una delle cliniche più prestigiose del Meridione.

Prima della costruzione di questo grande ospedale, in considerazione del fatto che dopo la seconda guerra mondiale erano grandi i disagi di chi aveva bisogno di cure ospedaliere, a Padre Pio viene l'idea di allestire una piccola struttura ospedaliera, l'Ospedale civile di San Francesco.



San Giovanni Rotondo - Vecchio ospedale di San Francesco – Foto scattata il 3 Giugno 2014 in loco

Nel frattempo matura la necessità di creare una nuova struttura, più grande, dove le cure mediche si uniscano a quelle dello spirito (appunto, Casa Sollievo della Sofferenza).⁹¹

⁹¹ <http://www.visitsangiovannirotondo.com/>



*San Giovanni Rotondo - Chiesa di S. Onofrio, di origine medioevale – Foto scattata il 3 Giugno 2014
in loco*

3.3.5 San Marco in Lamis, Borgo Celano e San Giovanni Rotondo sul web

Il portale ufficiale del Comune di San Marco in Lamis non riporta quasi nulla sulla città. Salta subito all'occhio, nella sezione Vivere la città – Il territorio – Storia del comune, l'espressione *“La storia della città si intreccia con quella del santuario di San Matteo, il cui edificio a prima vista può essere scambiato per un'antica fortezza, ma in realtà è un monastero di frati cappuccini risalente al IX-X secolo. Nel medioevo l'imponente struttura garantiva protezione agli abitanti del luogo, per la sua posizione inespugnabile, arroccata su un colle”*.⁹²

Espressione palesemente errata, in quanto nel Convento citato dimorano i Frati Minori e non i Cappuccini. È sconcertante notare che tale impropria affermazione è ripresa da ben 17 altri siti web, come abbiamo potuto facilmente appurare con una semplice ricerca sul motore Google.

Altra informazione palesemente falsa è quella del portale turistico regionale, che scrive, a proposito del Convento di San Matteo: *“Importante centro benedettino, dominò con la propria influenza l'intera Capitanata. Dal 1311 al 1578 divenne convento cistercense e, infine, passò sotto il controllo dei frati francescani, che lo reggono ancora oggi”*.⁹³

La pubblicazione *Il pellegrino al Santuario di San Matteo*, edita dai Frati Minori di San Matteo, riporta che i Cistercensi stettero dal 1311 al 1327, dipoi iniziò la serie degli Abati Commendatari che affidarono nel 1578 il convento ai Frati Minori.⁹⁴

Molto meglio si comportano alcuni portali locali, ricchi di informazioni sul Convento di San Matteo, sulla sua Biblioteca, su Borgo Celano e sul Parco Paleontologico e dei Dinosauri.⁹⁵

Tali siti illustrano solo le attrazioni turistiche che si riferiscono al complesso San Matteo – Borgo Celano – Bosco Difesa e dintorni e non parlano in modo specifico di San Marco in Lamis.

Purtroppo questi ultimi benemeriti portali fanno soltanto informazione.

⁹² www.comune.sanmarcoinlamis.fg.it/oc/oc_p_elenco.php

⁹³ www.viaggiareinpuglia.it/at/9/luogosacro/718/it/Convento-di-San-Matteo

⁹⁴ *Il Pellegrino al Santuario di San Matteo, guida religiosa e turistica*, S. Marco in Lamis, 1996, pagg. 44

⁹⁵ www.santuariosanmatteo.it, www.bibliotecasanmatteo.it, www.prolocoborgocelano.it, www.dinosauriborgocelano.it

Singolare è il caso di un hotel a San Giovanni Rotondo, da parecchie centinaia di posti/letto.



Hotel a San Giovanni Rotondo - Foto scattata il 3 Giugno 2014 in loco

Sembra che abbia chiuso nel 2011 o prima.⁹⁶

“Closed”

●○○○○○ Recensito il 17 agosto 2011  tramite dispositivo mobile

The hotel is now closed 16 ago 2011. Dopo le numerose lamentele, a San Giovanni si dice che l'hotel ha avuto sempre meno clienti per far decidere alla catena la definitiva chiusura. La struttura e' in totale abbandono.

Questa recensione è stata utile? Sì

Recensione TripAdvisor

Eppure nel 2014 appare un messaggio di complimenti su TripAdvisor. L'albergo, da me fotografato il 3 giugno 2014, sembra in stato di abbandono.⁹⁷

⁹⁶ http://www.tripadvisor.it/Hotel_Review-g642179-d480842-Reviews-Nicotel_San_Giovanni_Rotondo-San_Giovanni_Rotondo_Province_of_Foggia_Puglia.html

⁹⁷ http://www.tripadvisor.it/Hotel_Review-g642179-d480842-Reviews-Nicotel_San_Giovanni_Rotondo-San_Giovanni_Rotondo_Province_of_Foggia_Puglia.html

“non male”

●●●○○ Recensito il 30 gennaio 2014

hotel abbastanza lussuoso con posto auto gratuito camere pulite con bagno molto grande televisione con tutti i canali disponibili camere silenziose e con aria condizionata forse l'unico difetto lo stile architettonico delle finestre.colazione non proprio ai primi posti e la simpatia della cameriera lascia molto a desiderare.

Questa recensione è stata utile? Sì



Recensione TripAdvisor

Scrivendo questo lavoro ho fatto un grande uso di ricerche sul web ed ho notato la mancanza di un prodotto informatico unico che parli del Gargano, che presenti un inventario di tutte le sue risorse turistiche, religiose, culturali, che non sono poche.

Penso ad una banca dati che immagazzini informazioni e schede su flora, fauna, architettura civile e religiose, raccolte di beni culturali, alberghi, bar, ristoranti ecc.

Si tratta di informazioni sul Gargano che potrebbero essere di aiuto ai turisti ed anche ai residenti.

Un esempio potrebbe essere quello della Valle del Metauro.⁹⁸

⁹⁸ <http://www.lavalledelmetauro.org/>

Capitolo 4

*Numeri e prospettive nel distretto turistico
di S. Giovanni Rotondo che comprende
San Marco in Lamis con la frazione di
Borgo Celano*

4.1 I NUMERI

Prima di illustrare alcune statistiche relative ai flussi turistici verso San Giovanni Rotondo, farò alcune considerazioni, documentate e vissute sull'argomento che tratta di San Giovanni Rotondo e di San Marco in Lamis con la sua frazione di Borgo Celano.

Anzitutto è un fatto che in base ai dati Istat relativi al 2013, il PIL (Prodotto Interno Lordo) del Meridione ha segnato un -4%. Il tutto nell'ambito di una recessione che dura (ufficialmente) dal 2007.⁹⁹

Nel 2012 la caduta del PIL del Mezzogiorno è stata del - 3.2%.¹⁰⁰

Se, curiosando, vogliamo quantificare le variazioni annuali del Pil nel Mezzogiorno rispetto all'anno precedente, abbiamo questi valori:

Anno	Variazioni su anno precedente
2007	+1%
2008	-1.6
2009	-5.3
2010	-0.2
2011	-0.4

Tabella autonomamente elaborata su dati ISTAT

Nonostante i dati riportati, dalle testimonianze dei residenti ho potuto riscontrare solo situazioni negative a riguardo.

Per la preparazione e redazione della mia tesi ho dovuto trattenermi spesso a Borgo Celano (San Marco in Lamis) e nel vicino Convento di San Matteo, dichiarato Monumento Nazionale.

Il Borgo, posto a pochi chilometri da San Giovanni Rotondo è incantevole, bello, fantastico.

Ho assistito ad una scena, avvenuta proprio durante il mio soggiorno in cui un turista danese si ferma e chiede informazioni in inglese ad alcuni presenti. Vuole visitare il parco archeologico di Passo di Corvo, in direzione di Foggia.

⁹⁹ <http://www.lastampa.it/2014/06/06/economia/calò-del-pil-italia-spaccata-in-due-a-sud-crollo-doppio-nel-KgOuAZhjk2WoAdEWb1O4QO/pagina.html>

¹⁰⁰ <http://www.affaritaliani.it/economia/svimez260713.html>

Un conoscente, in tedesco, gli dà delle indicazioni utili al raggiungimento della località.

Purtroppo quasi nessun residente conosce il posto.

Altra nota negativa: a Borgo Celano non ho visto alcun traffico di “turisti”, nonostante il tempo incantevole.

Il conoscente che mi ha fatto da guida durante il mio soggiorno a San Marco in Lamis-Borgo Celano, mi ha mostrato alcuni programmi elettorali dei 3 candidati sindaci che illustrano quelle che potrebbero essere le prospettive per questa zona poco conosciuta.

Una particolare attenzione viene posta nella cura di tutte le iniziative di comunicazione e d’immagine finalizzata alla promozione dei luoghi e delle manifestazioni: dai riti della Settimana Santa alle Fiere di San Matteo e San Marco.

Altro punto preso in considerazione è quello della valorizzazione di tutto il territorio al fine di attirare l’attenzione degli operatori turistici, i quali potrebbero portare nuovi investimenti.

Rilancio e incentivazione dell’attività di agriturismo.

Nello specifico, uno dei primi programmi espone un piano di rilancio del turismo a **Borgo Celano** e il potenziamento del **Centro Visita** affidato al gruppo speleologico dell’ Ente Parco.

Gli interventi previsti a Borgo Celano sono strutturali e di arredamento, puntando sulla Via Sacra (Via Francigena), con la creazione di un’apposito percorso in modo da garantire maggiore sicurezza dei pellegrini.

Il secondo candidato a sindaco nel suo programma elettorale, esprime quelli che potrebbero essere le opere realizzabili grazie ad una serie di iniziative e opere già finanziate, come ad esempio:

- la realizzazione del sentiero naturalistico che parte dalla Valle dello Starale e attraverso la “Fajarama” arriva a Borgo Celano (finanziato dalla Regione Puglia con 300.000 euro);
- la realizzazione del Parco Avventura tra la Pineta di Borgo Celano e il Boschetto della “Caulima” con strutture leggere nel rispetto dell’ambiente naturale (finanziato dalla Regione Puglia con 280.000 euro);
- il recupero di una cava sulla Strada provinciale per Sannicandro G.co (finanziato dalla Regione Puglia con 550.000 euro);

- la valorizzazione del Parco e del Museo dei Dinosauri, in collaborazione con il Parco Nazionale del Gargano, programmandone l'apertura per buona parte dell'anno e facendolo conoscere alle scuole e ai turisti che si recano sul Gargano;

- l'approvazione del progetto di ampliamento del Parco dei Dinosauri già presentato in sede di piano Strategico di Area Vasta e con concrete possibilità di essere approvato. Il progetto prevede di collegare l'attuale Parco alla cava in cui sono state trovate le orme dei dinosauri e nella suddetta cava ricostruire l'ambiente originario in cui vivevano questi esemplari;

- l'attivazione dell'infopoint finanziato dal Parco Nazionale del Gargano con la collaborazione delle associazioni di promozione di Borgo Celano;

- favorendo le iniziative svolte in questi anni di promozione dei prodotti tipici della città come le sagre di varia natura e le manifestazioni popolari come "Chiù fa notte e chiù fa fort", sia in estate che in inverno;

- la realizzazione, così come previsto nel PUG, del Parco attrezzato nella Valle dello Starale, con la realizzazione di percorsi e dell'orto botanico con specie autoctone. Il Parco dovrà essere sorvegliato, recintato ed aperto per alcune ore del giorno".

Un altro punto importante è stato quello della pulizia e della cura dell'immagine del centro urbano e della periferia, relativo al pensiero che a nessuno piace vivere in mezzo all'immondizia e luoghi fatiscenti abbandonati a se stessi e soprattutto che la nostra migliore risorsa per valorizzare il territorio è il TURISMO.

In riferimento a quelle che sono state le iniziative proposte a livello di sviluppo dell'imprenditoria, un altro candidato proponeva:

- una Costituzione della **Consulta delle attività produttive** con i rappresentanti delle categorie (artigiani, commercianti, imprenditori, agricoltori, professionisti, ecc.) per individuare, monitorare e verificare gli interventi nel settore (la Consulta adotterà veri e proprie determinazioni con valore vincolante per gli amministratori):

- Definizione, tra i numerosi esistenti e non attuabili, di un piano per attività produttive da render operativo in tempi reali sia dal punto di vista della strumentazione urbanistica che di investimenti per infrastrutture (adduzione di acqua, elettricità, strade, ecc. deve essere una spesa prioritaria e vincolata nei diversi bilanci);

- Sportello unico, gruppo di lavoro ed ufficio dedicato per contatti e rapporti con l'imprenditoria a diversi livelli (locale, nazionale) e per ricerche di mercato;

- Dimensionamento e attuazione del Piano Urbanistico Generale secondo realismo (inutile prevedere improbabili espansioni, ma puntare al recupero e alla rigenerazione del tessuto edilizio ed urbano esistente, soprattutto di alcune zone periferiche); del resto la "filosofia" del PUG è proprio quella di individuare, in primo luogo, le cosiddette "invarianti" per poi avere maggiore elasticità di scelta per la parte programmatica: puntare anche sull'agriturismo e sulle opportunità rappresentate dalla zona del Sambuchello dove stanno sorgendo molte casette per trascorrere fine-settimana o per attività agricole ricreative;

- Piani di rigenerazione urbanistica e di recupero del centro abitato per rimettere sul mercato o per trasformare in servizi (esempio albergo diffuso realizzato in altri comuni, attrezzature pubbliche, residenze per anziani, ecc.) il patrimonio edilizio esistente, di cui non c'è più mercato;

- Tutela e valorizzazione del bosco attraverso investimenti provenienti dagli usi civici mirati a creare strutture ricettive (per soggiorni, escursioni, attività sportive e motorie, equitazione) leggere (tipo bungalow o casette in legno); ristrutturazione caserma guardie campestri; percorsi e valorizzazione prodotti del sottobosco (funghi, ecc.), nonché tagli di riconversione a fini produttivi (la nostra legna non può finire tutta con i tagli abusivi);

- Concessione di strutture comunali (es. mattatoio) per promuovere ed incentivare la produzione di prodotti lattiero-caseari in forma associata tra allevatori;

- Indirizzare la formazione professionale anche verso la ripresa di attività artigianali tipiche del nostro comune, considerato anche che il Comune è membro di associazioni che gestiscono i corsi professionali e che ha messo a disposizione di tali associazioni locali e strutture;

- Elaborazione di un pacchetto turistico del nostro comune che veda coinvolti in maniera attiva i due santuari (con tutte le loro risorse: museo, biblioteca, ecc. e con la loro capacità di proposta culturale e di organizzazione autonoma), il bosco, il percorso dei pellegrini, il parco dei dinosauri e la **Cittadella delle Scienze** da creare (per quanto riguarda la **Cittadella delle Scienze** si tratta di un progetto semplice e di facile attuazione: all'interno del parco dei dinosauri, o nelle immediate adiacenze, si può creare un orto botanico con tutte la flora del nostro territorio,

opportunamente esposta e corredata di schede informative; in una struttura già esistente (potrebbe essere anche la ex scuola o locali del centro visite) o strutture leggere prefabbricate, tipo capannoni o cupole, si può installare un planetario e laboratori per diverse discipline (chimica, fisica, scienze biologiche, informatica e matematica, energia e fonti rinnovabili, ecc.; le scienze della terra sono già presenti con il carsismo e con il gruppo speleologico);

- Creazione di un consorzio tra operatori turistici, associazioni ambientaliste ed organizzatori di pellegrinaggi per opportunità di soggiorno particolari da offrire ai propri associati.

- Incentivare la produzione di prodotti di agricoltura biologica e prodotti tipici e favorirne la commercializzazione;

- Misure per razionalizzare la rete commerciale, nel rispetto della legislazione esistente (compreso il mercato settimanale, che va opportunamente regolamentato e dimensionato e diversamente localizzato anche per motivi igienici e di sicurezza) per favorire l'imprenditoria locale.”¹⁰¹

I numeri che seguono sono tratte dalla pubblicazione Il Turismo religioso, cifre e tendenze di un fenomeno in forte sviluppo.¹⁰²

L'Italia vanta l'85% del patrimonio artistico, culturale e monumentale europeo; quasi il 70% dei beni culturali esistenti in Italia sono di proprietà della Chiesa Cattolica.

Le maggiori destinazioni religiose in Italia vedono San Giovanni Rotondo al secondo posto dopo Roma, con 6.000.000 di visitatori.

È importante considerare che il pellegrino si sdoppia in 2 sotto-figure:

- Il pellegrino escursionista, che visita la località scelta nell'arco di un giorno e non soggiorna nelle strutture ricettive del luogo;

- Il pellegrino turista, che soggiorna nella località visitata e pertanto viene considerato come turista.

¹⁰¹ www.sanmarcoinlamis.eu

¹⁰² <http://www.spazioeventi.org/aurea/images/ricerche-commissionate/ricerca-2005.pdf>

Dall'analisi dei dati, emerge che oltre l'80% dei turisti religiosi alloggia nelle strutture del luogo visitato per una sola notte.

Flussi di pellegrini a San Giovanni Rotondo (in milioni):

2002	2003	2004
6.8	7.3	7.9

Tabella autonomamente elaborata su dati ISTAT

Arrivi del 2002 – Percentuale per provenienza

Italiani	Stranieri
94.5%	5.5%

Tabella autonomamente elaborata su dati ISTAT

Presenze (pernottamenti) nel 2002

Italiani	Stranieri	Totale
632.117	44.529	676.646

Tabella autonomamente elaborata su dati ISTAT

Traffico negli alberghi (anno 2002)

Italiani		Stranieri		Totale	
Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
342.282	598.997	20.084	42.439	362.366	641.436

Tabella autonomamente elaborata su dati ISTAT

La permanenza media negli alberghi è stata, nel 2002, di 1.75 giorni per gli italiani e di 2.11 giorni per gli stranieri.

Il luogo più famoso della Puglia è senz'altro San Giovanni Rotondo, che è divenuto uno dei centri religiosi più importanti d'Italia.

Altri luoghi importanti sono: Il santuario dell'Incoronata a Foggia, il tratto garganico della Via Francigena, i santuari di Stignano e di San Matteo a San Marco in Lamis, il santuario di San Michele Arcangelo a Monte Sant'Angelo.

San Marco in Lamis e Borgo Celano fanno parte della circoscrizione turistica di San Giovanni Rotondo.

Comunque ai fini statistici è considerato poco influente, in considerazione dei bassi numeri mostrati, sia in termini di strutture di accoglienza sia per gli arrivi e le presenze.

Purtroppo non esistono cifre relative ai pellegrini che visitano in santuario di San Matteo a San Marco in Lamis.

I frati, da me interpellati, hanno affermato che la situazione non è buona.

Il moltiplicatore per passare dalle presenze ufficiali a quelle effettive è 5,22 per la Puglia.¹⁰³

A San Giovanni Rotondo il moltiplicatore è 1.6, il più basso in Puglia.¹⁰⁴

¹⁰³ <http://www.agenziapugliapromozione.it/portal/documents/10180/127304/II%20turismo%20in%20Puglia%20nel%202013>

¹⁰⁴ <http://www.agenziapugliapromozione.it/portal/documents/10180/24526/II%20turismo%20che%20non%20appare>

2002 Arrivi e presenze

Tabella 7.11 – Arrivi e presenze per **circoscrizione turistica** – Provincia di Foggia (2002)

Azienda di promozione turistica (Apt)	Località	ITALIANI		STRANIERI	
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
<i>Alberghi</i>					
Foggia	Capoluogo	50.742	96.627	5.670	11.428
Manfredonia	Marina	18.408	72.109	3.086	7.988
San Giovanni Rotondo	Collinare	342.282	598.997	20.335	42.801
Vieste e Margherita di S.	Marina	55.218	353.922	11.322	91.405
Altri comuni Foggia	Altro tipo	106.593	499.124	13.906	47.517
TOTALE		573.243	1.620.779	54.319	201.139
<i>Complementari</i>					
Foggia	Capoluogo	232	375	14	30
Manfredonia	Marina	2.216	22.565	323	1.294
San Giovanni Rotondo	Collinare	19.080	33.120	1.112	2.097
Vieste e Margherita di S.	Marina	90.410	953.803	25.639	308.353
Altri comuni Foggia	Altro tipo	79.004	821.092	26.652	264.364
TOTALE		19.942	1.830.955	53.740	576.138
<i>Totale</i>					
Foggia	Capoluogo	50.974	97.002	5.684	11.458
Manfredonia	Marina	20.624	94.674	3.409	9.282
San Giovanni Rotondo	Collinare	361.362	632.117	21.447	44.898
Vieste e Margherita di S.	Marina	145.628	1.307.725	36.961	399.758
Altri comuni Foggia	Altro tipo	185.597	1.320.216	40.558	311.881
TOTALE		764.185	3.451.734	108.059	777.277

Fonte: Istat, rilevazione sul movimento nelle strutture ricettive.

Tabella autonomamente elaborata su dati ISTAT

Nel 2002 a San Giovanni Rotondo ci sono stati 382.809 arrivi e 677.015 presenze con una media giornaliera di 1.77 a persona.

La media giornaliera di occupazione delle strutture turistiche e complementari ammonta complessivamente a 1855 presenze/giorno.

Faccio notare che il 2002 è stato l'anno della santificazione di P. Pio.¹⁰⁵

¹⁰⁵ AA. VV., *Dal comune turistico al sistema locale dell'offerta turistica per la Provincia di Foggia*, Franco Angeli, 2004

Arrivi e presenze nel 2010-2011-2012

2010

	Italiani		Stranieri		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
San Giovanni Rotondo	243.873	420.905	31.659	57.634	275.532	478.539
San Marco in Lamis	6.658	15.446	828	1.902	7.486	17.348
Manfredonia	47.005	189.533	8.457	37.392	55.462	226.925
Mattinata	17.918	144.261	3.750	21.183	21.668	165.444
Monte Sant'Angelo	9.431	26.158	4.056	9.330	13.487	35.488
Peschici	64.641	545.210	8.887	83.145	73.528	628.355
Rodi Garganico	43.764	338.592	4.417	32.264	48.181	370.856
San Nicandro Garganico	433	2.478	57	398	490	2.876
San Severo	5.498	11.123	2.293	3.765	7.791	14.888
Torremaggiore	527	1.664			527	1.664
Vico del Gargano	10.967	95.870	926	7.299	11.893	103.169
Vieste	186.091	1.544.041	36.327	326.211	222.418	1.870.252

2011

	Italiani		Stranieri		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
San Giovanni Rotondo	224.046	390.024	40.826	70.541	264.872	460.565
San Marco in Lamis	2.814	6.822	655	1.480	3.469	8.302
Manfredonia	53.238	197.182	9.754	44.547	62.992	241.729
Mattinata	21.681	161.924	5.646	33.289	27.327	195.213
Monte Sant'Angelo	9.928	32.559	5.341	11.252	15.269	43.811
Peschici	75.455	613.682	10.543	97.737	85.998	711.419
Rodi Garganico	49.820	376.664	4.438	31.107	54.258	407.771
San Nicandro Garganico	754	4.383	60	274	814	4.657
San Severo	8.716	23.112	2.417	4.068	11.133	27.180
Torremaggiore	536	1.261			536	1.261
Vico del Gargano	17.035	138.045	1.455	10.538	18.490	148.583
Vieste	200.576	1.598.575	37.610	309.038	238.186	1.907.613

2012

	Italiani		Stranieri		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Manfredonia	51.517	181.791	8.979	37.704	60.496	219.495
Mattinata	20.316	133.894	4.999	28.889	25.315	162.783
Monte Sant'Angelo	10.030	33.124	5.092	11.555	15.122	44.679
Peschici	68.611	538.231	11.891	102.494	80.502	640.725
Rodi Garganico	37.930	300.569	2.836	19.978	40.766	320.547
San Giovanni Rotondo	208.465	378.683	36.818	65.813	245.283	444.496
San Marco in Lamis	2.403	4.874	549	1.118	2.952	5.992
San Nicandro Garganico	892	4.906	87	356	979	5.262
San Severo	9.450	15.006	1.677	2.960	11.127	17.966

Torremaggiore	479	1.946	8	29	487	1.975
Troia	1.319	3.242	177	1.020	1.496	4.262
Vico del Gargano	15.876	123.621	1.614	10.667	17.490	134.288
Vieste	204.245	1.660.374	42.573	351.293	246.818	2.011.667

Tabella autonomamente elaborata su dati ISTAT

2013



LA DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DEL TURISMO IN PUGLIA 1/1

1.11 - Arrivi per comune (primi 15 della regione, importi in migliaia)



1.12 - Presenze per comune (primi 15 della regione, importi in migliaia)



- tr Il comune di Bari accoglie il 10% circa degli arrivi ed il 4% delle presenze nella regione. Nel 2013 i flussi continuano ad aumentare (+2% e +1% circa nel complesso e +4% e +10% per quanto concerne la componente straniera).
- tr Vieste si conferma il comune con il maggior numero di presenze accogliendo il 14% del totale.
- tr Crescono con incrementi superiori al 10% degli arrivi i comuni della Valle d'Itria (Fasano, Alberobello e Ostuni).

La distribuzione territoriale del turismo in Puglia ¹⁰⁶

Il prospetto riassuntivo per le presenze totali nella circoscrizione turistica di San Giovanni Rotondo relativo agli anni 2002, 2010, 2011, 2012, 2013 è il seguente:

¹⁰⁶ <http://www.agenziapugliapromozione.it/portal/documents/10180/127304/IZI%20consuntivo%20estate%202013>

Anni	Arrivi	Presenze	Media x turista
2002	382.809	677.015	1.77
2010	283.018	495.887	1.75
2011	268.341	468.867	1.75
2012	248.235	450.488	1.81
2013	217.000	411.000	1.89

Tabella autonomamente elaborata su dati ISTAT

In conclusione, dal 2002 al 2013 c'è stato un calo delle presenze di 266.015 unità, che in percentuale fa un -39%.

In un articolo molto interessante apparso su La Repubblica del 13 maggio 2011, sono citate circostanze, numeri e dichiarazioni di alcuni importanti esponenti locali.

Davide Pio Fini, già sindaco di San Giovanni Rotondo dal 1996 al 2000, dichiara che *“Oggi i pellegrini saranno 2.5-3 milioni”*.

Poi Pio Fini continua: *“Quando ho cominciato a fare il sindaco, c'erano 5 o 6 alberghi privati, locande ed tanti affittacamere, in tutto 1.500 posti letto.”*

“Purtroppo – dice ancora Davide Pio Fini – abbiamo fatto come chi, pensando di organizzare una volta all'anno una festicciola con gli amici, si compra una casa di 5.000 metri quadrati.”

“Nel 2010 – dice Francesco Fini, titolare dell'hotel Parco delle Rose e presidente dell'Assoalberghi comunale – è andata anche peggio. Colpa di noi imprenditori che abbiamo costruito troppo. Colpa di un'amministrazione che ha aperto troppe porte e delle banche che ci hanno finanziato.”

A proposito degli 8 milioni di pellegrini sbandierati, Francesco Fini afferma: *“Parlavano degli 8 milioni contando le particole della Comunione nel santuario e l'accesso delle auto in città. Ma venivano contati anche i duemila dipendenti dell'ospedale Casa sollievo della sofferenza che andavano ogni giorno al lavoro.”*

Fini aggiunge: *“Nel 2000 i letti erano occupati 118 giorni all’anno, meno di 70 nel 2009.”*

A proposito della Casa Sollievo della Sofferenza, nel bilancio 2009 i ricavi sono 258 milioni di euro ed i costi ammontano a 275 milioni. Vi lavorano 2.572 persone, fra le quali 520 medici e 1.791 operatori sanitari. I posti letto sono 964.¹⁰⁷

Su Wikipedia è possibile leggere che ogni anno si registrano 57.000 ricoveri e oltre 1,3 milioni di prestazioni ambulatoriali.¹⁰⁸

¹⁰⁷ http://www.repubblica.it/cronaca/2011/05/13/news/business_padre_pio-16165946/

¹⁰⁸ http://it.wikipedia.org/wiki/Casa_Sollievo_della_Sofferenza

4.2 IL DEGRADO RICETTIVO

San Marco in Lamis appartiene alla circoscrizione turistica di San Giovanni Rotondo.

Gli afflussi avvengono quasi esclusivamente per motivi religiosi e sono diretti al Santuario di San Matteo, tenuto dai Frati Minori.

La crisi finanziaria iniziata nel 2007 si è innestata su una situazione già compromessa, creata dalle aspettative create dal Giubileo del 2000 e dalla Legge 23 dicembre 1996, n. 651.¹⁰⁹

Gli 8 milioni di pellegrini a San Giovanni Rotondo, ottenuti contando le particole della Comunione nel Santuario, erano una chimera, che indusse molti (a San Giovanni Rotondo ed a San Marco in Lamis-Borgo Celano, a fare investimenti arrischiati, fondati spesso sui debiti e su aspettative irrealistiche.

Non parliamo, ovviamente, della mancanza di professionalità di molti operatori turistici improvvisati.

A San Marco in Lamis nel 2003 ci sono 6 alberghi con 315 posti letto e 172 camere. Gli esercizi complementari sono 6 per un totale di 56 posti letto. In totale 371 posti letto.¹¹⁰

Oggi (2014) gli alberghi sono solamente 2 (1 lavora quasi esclusivamente con i “venditori di pentole) per un totale di circa 100 posti/letto.

Esiste 1 solo affittacamere, in fase di inizio, con circa 15 posti/letto.

Un altro albergo, all’asta ed in amministrazione controllata, dovrebbe riaprire a breve.

Tale albergo ha circa 150 posti/letto e non dispone di un proprio sito internet (*This Account Has Been Suspended!*), per cui ci è impossibile offrire qualsiasi informazione sulla struttura.

A San Giovanni Rotondo nel 1996 c’erano circa 6 alberghi “storici” e grandi con circa 1.500 posti/letto.

Tali turisti religiosi si trattenevano a San Giovanni fino a 2 settimane, per potere incontrare Padre Pio o partecipare alle fiaccolate e ad altre manifestazioni.

A San Giovanni Rotondo non c’era più posto per alloggiare ed i pellegrini alloggiavano addirittura a Foggia o a Termoli!

¹⁰⁹ <http://www.camera.it/parlam/leggi/966511.htm>

¹¹⁰ Gismondi R. Russo Massimo A. (a cura di), Il profilo turistico dei comuni del Parco Nazionale del Gargano, Franco Angeli 2007, pag. 88-89

Una tale situazione, causata dalle troppe aspettative create dalla legge del Giubileo del 2000, portò il numero di posti/letto alla cifra di 8.000, il doppio del necessario secondo Nicola Vascello, ex assessore provinciale al turismo e commissario dell'APT di Foggia.¹¹¹

La creazione di tante strutture ricettive richiese un gran numero di manodopera. Molte centinaia di persone, da San Marco in Lamis e dintorni, trovarono una occupazione a San Giovanni Rotondo.

A Borgo Celano furono create alcune strutture ricettive.

A San Marco in Lamis fu aperto un albergo a 3 stelle con una cinquantina di posti letto, chiuso nel 2007, per motivi burocratici, come mi ha dichiarato uno dei proprietari.

Dopo pochi anni il castello di carta crollò miseramente.

L'anno migliore fu il 2002, in occasione della santificazione di Padre Pio: mediamente 2.000 pernottamenti a notte.

Ora molti albergatori hanno chiuso e continuano a chiudere.

Molti chiedono l'abolizione del vincolo alberghiero di 25 anni, in modo da poter convertire le strutture ricettive in abitazioni private.

Ovviamente si tratta solo di assestamenti del mercato, in quanto San Giovanni Rotondo e gli operatori più preparati alla crisi fanno comunque numeri molto importanti nel panorama turistico pugliese, foggiano e garganico.

¹¹¹ http://www.repubblica.it/cronaca/2011/05/13/news/business_padre_pio-16165946/

4.2.1 Il turismo che non appare

In un report del 2001 del Dipartimento di Economia, Matematica e Statistica dell'Università di Foggia, il comune di San Marco in Lamis è classificato come “irrelevante turisticamente”¹¹²

Le località come San Marco in Lamis e Borgo Celano, “turisticamente irrilevanti”, non hanno alcun moltiplicatore, ma hanno sulla carta una enorme potenzialità per il patrimonio immobiliare disponibile, sia in Città che a Borgo Celano.

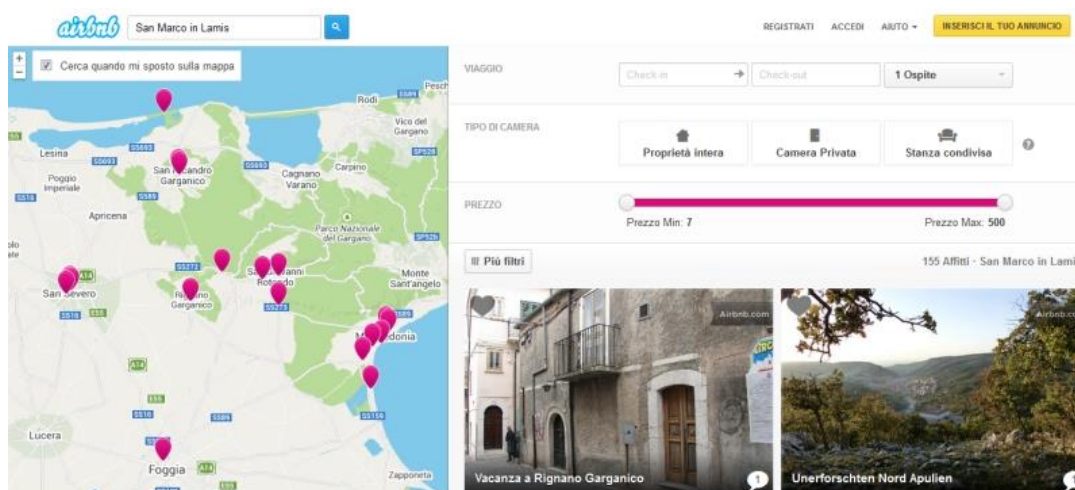
Ci sono nuovi metodi per offrire direttamente (C2C – Consumer to Consumer) alloggi e sistemazioni per turisti.

Per il 2013 questa modalità di turismo che non appare è stimata al 0.4% e sarebbe un sistema formidabile per superare vecchie categorie interpretative sul turismo.¹¹³

I servizi attualmente disponibili sono 3: AirBnB, Home Away e Wimdu.

Ho fatto una ricerca sul web, cercando una sistemazione a San Marco in Lamis.

La prima ricerca viene effettuata su AirBnB (www.airbnb.it):¹¹⁴



Schermata che appare su AirBnB cercando una sistemazione a San Marco in Lamis

¹¹² <http://www.dsems.unifg.it/q0104.pdf>

¹¹³ <http://www.agenziapugliapromozione.it/portal/documents/10180/127304/II%20turismo%20in%20Puglia%20nel%202013>

¹¹⁴ www.airbnb.it

The screenshot shows the Airbnb interface for a listing titled "Unerforschten Nord Apulien". The listing is categorized as "Appartamento - Intera casa/apt" and is located at "Via Paolo Sabatino, San Marco in Lamis, Puglia 71014, Italia". The price is displayed as "Da 45€ Per Notte". There are fields for "Check-in", "Check-out", and "Ospiti" (set to 1). A blue "Prenota" button is visible. Below the main image, there is a "Salva nelle Wish List" button and a note "Salvato 1 volta". The top navigation bar includes the Airbnb logo, a search bar, and links for "REGISTRATI", "ACCEDI", "AIUTO", and "INSERISCI IL TUO ANNUNCIO".

offerta: 1 sistemazione a 49 €/notte¹¹⁵

The thumbnail shows a scenic view of a town in a valley, with the text "Unerforschten Nord Apulien" and "Via Paolo Sabatino, San Marco in Lamis" overlaid on the image.

L'alloggio si trova in Via Paolo Sabatino a San Marco in Lamis e viene offerto da Riccardo. Il testo in tedesco significa: "Puglia del nord sconosciuta"¹¹⁶

¹¹⁵ www.airbnb.it

¹¹⁶ www.airbnb.it

Ripeto la ricerca su Home Away (www.homeaway.it) ed ottengo questi risultati:¹¹⁷

The screenshot shows the HomeAway website interface. At the top, there's a search bar with "San Marco in Lamis" entered. Below it are filters for "Prezzo", "Posti letto", "Camere da letto", and "Altri filtri". The search results section shows "0 Risultati". Below this, there's a section titled "CASA VACANZE E APPARTAMENTI MONDO" with a sub-section "0 Risultati". A message states: "Siamo spiacenti, non ci sono proprietà disponibili per la tua ricerca. Controlla che non ci siano errori di battitura, ridefinisci i tuoi criteri di ricerca o clicca su una delle proprietà suggerite." A list of suggested locations includes: Midtown Manhattan (319), Gallipoli (247), and Amsterdam (685). On the right, there's a "SUGGERIMENTI" sidebar with a message: "È stato eliminato. Annulla" and options: "Inappropriato", "Ripetitivo", and "Non pertinente".

A San Marco in Lamis non ci sono strutture offerte

Provo a cercare una sistemazione a San Giovanni Rotondo¹¹⁸

The screenshot shows the HomeAway website interface. At the top, there's a search bar with "San Giovanni Rotondo" entered. Below it are filters for "Prezzo", "Posti letto", "Camere da letto", and "Altri filtri". The search results section shows "0 Risultati". Below this, there's a section titled "CASA VACANZE E APPARTAMENTI MONDO" with a sub-section "0 Risultati". A message states: "Siamo spiacenti, non ci sono proprietà disponibili per la tua ricerca. Controlla che non ci siano errori di battitura, ridefinisci i tuoi criteri di ricerca o clicca su una delle proprietà suggerite." A list of suggested locations includes: Midtown Manhattan (319), Gallipoli (247), Amsterdam (685), Roma (2104), Ibiza (362), Rodi (223), Corfu (428), Cannes (1022), Westminster & West End (724), and Palma di Maiorca (376). On the right, there's a "SUGGERIMENTI" sidebar with a "trivago" logo and a search bar with "es. Roma" entered. Below it are fields for "Arrivo" (Ve, 25.07.2014), "Partenza" (Do, 27.07.2014), and "Camera" (Doppia). A "Cerca Hotel" button is visible.

Cerco una sistemazione a San Giovanni Rotondo

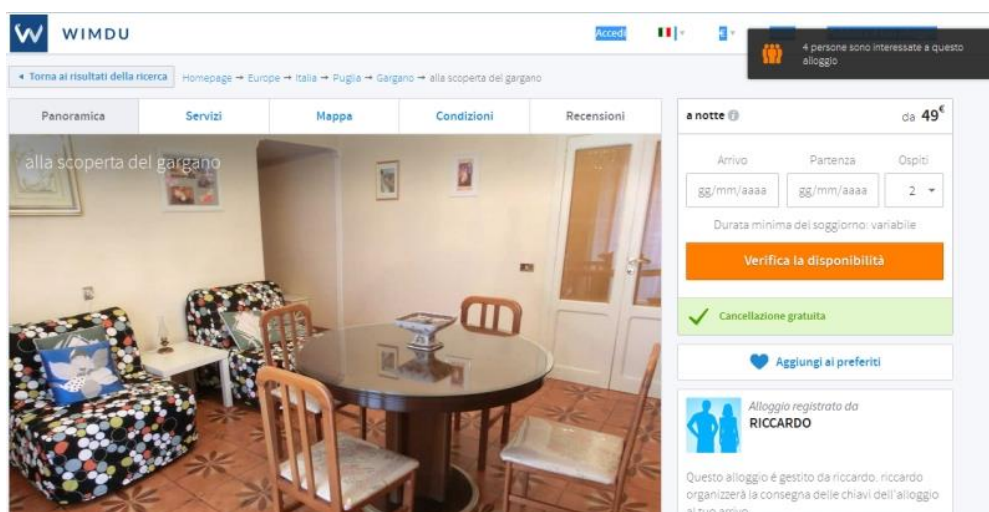
Risultati zero.

In compenso ci sono 247 sistemazioni a Gallipoli (Salento – Puglia) ed un'altra sfilza all'estero.

¹¹⁷ www.homeaway.it

¹¹⁸ www.homeaway.it

Provo su Wimdu e cosa scopro?



Esiste una sola sistemazione a San Marco in Lamis, offerta sempre da Riccardo.¹¹⁹

La formula chiamata B2C (Business to consumer) sarebbe ideale per una realtà come San Marco in Lamis-Borgo Celano, ricca di emergenze naturalistiche, storiche e culturali; dotata di un grande patrimonio edilizio e di una posizione geografica privilegiata.

¹¹⁹ www.homeaway.it

4.2.2 Prospettive

A San Marco in Lamis-Borgo Celano è una zona ricca di attrattive turistiche e culturali ecc.

Il territorio è come un contenitore, dove ci sono i prodotti tipici, la biodiversità, la cultura, la storia, la religione.

A San Marco in Lamis-Borgo Celano c'è tutto questo, ma ci sarebbe bisogno di soggetti che lo comunicassero.

Dal 2009 la Regione Puglia ha messo a disposizione un logo che caratterizza i prodotti tipici pugliesi.¹²⁰



Logo Prodotti di qualità Puglia

Nel 2013 è stata *Approvata la procedura di utilizzo del Marchio “Prodotti di Qualità Puglia” insieme con la procedura d’uso del logo “Prodotti di Qualità Puglia”*.¹²¹

Il 30 gennaio 2014 veniva comunicata la *Promozione prodotti agroalimentari ed educazione alimentare – Programma 2014*.¹²²

E qui arriviamo ad un punto alquanto dolente: a che punto è la promozione e vendita dei prodotti tipici di San Marco in Lamis e del suo territorio?

¹²⁰ <http://www.regione.puglia.it/index.php?page=prg&id=25>

¹²¹ <http://www.regione.puglia.it/index.php?page=curp&opz=display&id=8010&keysh=marchio>

¹²² <http://www.regione.puglia.it/index.php?page=curp&opz=display&id=8346&keysh=marchio>

Praticamente a zero, in quanto qualche coraggioso imprenditore ha iniziato a battere strade, a mio parere, poco efficaci.

Non esistono il commercio elettronico, la promozione e comunicazione tramite web, la frequenza delle più importanti fiere espositive; il PIP denominato Le Vetrine del Gargano è caduto nel dimenticatoio.¹²³



Formaggi a San Marco in Lamis - Il canestrato foggiano si può fregiare del marchio DOP - “La zona di produzione e di stagionatura comprende l'intero territorio amministrativo della provincia di Foggia”¹²⁴

Una visita al portale www.tipicipuglia.it offre un lungo elenco di prodotti tipici pugliesi, molti dei quali facilmente reperibili a San Marco in Lamis-Borgo Celano.

Altre iniziative propositive potrebbero essere:

- un Infopoint a Borgo Celano;
- una gestione e promozione della Rete dei sentieri;¹²⁵
- una gestione dei percorsi di avventura;¹²⁶

¹²³ <http://www.sanmarcoinlamis.eu/attachments/article/4864/Times%20in%20Lamis.pdf>

¹²⁴ http://www.tipicipuglia.it/test/scheda_prodotto_.php?cod_prodotto=Fgd2

¹²⁵ <http://www.prolocoborgocelano.it/Content-Rete-dei-sentieri-item-75.html>

- la creazione di un ecomuseo;¹²⁷

Non voglio addentrarmi nella gestione dei giacimenti presenti nel santuario di San Matteo, in quanto questi appartengono a privati (alla Provincia di San Michele Arcangelo dei Frati Minori di Puglia e Molise).¹²⁸



*Parete settentrionale del Santuario di San Matteo.*¹²⁹

¹²⁶ <http://fai.informazione.it/p/FB89778C-960A-4A24-B9B3-456BB22AB6B7/A-Borgo-Celano-e-tutto-pronto-per-il-Parco-Aventura>

¹²⁷ <http://www.reaterritorio.regione.puglia.it/web/guest/ecomusei>

¹²⁸ <http://www.fratiminoriugliamolise.it/>

¹²⁹ <http://www.santuariosanmatteo.it/Content-II-secondo-percorso-item-154.html>

BIBLIOGRAFIA

- AA. VV., Dal comune turistico al sistema locale dell'offerta turistica per la Provincia di Foggia, Franco Angeli, 2004
- Archivio privato, Lu paponne, numero unico, Pasqua 1970
- Archivio privato, Quattro anni di attività dell'Amministrazione comunale, 2001
- Bencardino F., Marotta G., ibidem, pag. 103
- Bencardino F., Marotta G., Nuovi turismi e politiche di gestione della destinazione, prospettive di sviluppo per le aree rurali della Campania, FrancoAngeli, 2004
- Colletta M., Gruppo di Studio della Biblioteca San Matteo
- Colombo L., ibidem, pag. 23, 24, 28, 29
- Colombo L., Il turismo responsabile , Xenia Editore, 2005
- Dall'Ara G., ibidem, pag. 110, 111, 112
- Dall'Ara G., ibidem, pag. 113, 114, 115
- Dall'Ara G., ibidem, pag. 172, 174, 175
- Dall'Ara G., ibidem, pag. 176, 177, 178
- Dall'Ara G., ibidem, pag. 179, 180, 181
- Dall'Ara G., ibidem, pag. 26, 27, 28, 29
- Dall'Ara G., ibidem, pag. 30, 31
- Dall'Ara G., ibidem, pag. 39, 40, 41, 42, 43, 44
- Dall'Ara G., Le nuove frontiere del marketing nel turismo, Franco Angeli 2009
- Gismondi R. Russo Massimo A. (a cura di), Il profilo turistico dei comuni del Parco Nazionale del Gargano, Franco Angeli 2007, pag. 88-89
- Il Pellegrino al Santuario di San Matteo, guida religiosa e turistica, S. Marco in Lamis, 1996, pagg. 44
- Kotler P. Bowen J. Makens J., Marketing del Turismo, McGraw-Hill, 2003
- Lemmi E., Dallo "spazio consumato" ai luoghi ritrovati, verso una geografia del turismo sostenibile, FrancoAngeli, 2009
- Lemmi E., ibidem, da pag. 95 a pag. 111
- Lemmi E., ibidem, pag. 36
- Lemmi E., ibidem, pag. 89, 90, 91
- Leone N.G., Itatour, Visioni territoriali e nuove mobilità, Progetti integrati per il turismo nella città e nell'ambiente, Franco Angeli, 2012
- Lu Paponne, settembre 1970, in Biblioteca di San Matteo
- Manicone M., La Fisica Appula, 1806
- Manicone M., La fisica appula, D. Sangiacomo, 1806
- Martelloni R., Nuovi territori, riflessioni e azioni per lo sviluppo e la comunicazione del turismo culturale , FrancoAngeli, 2007
- Mazza C. (a cura di), ibid.
- Mazza C. (a cura di), Turismo religioso fede, cultura, istituzioni e vita quotidiana, Longo Editore Ravenna, 1992, pagg. 69-70-71

- Nocifera E., Turismo culturale e promozione della sostenibilità ambientale, Edizione Maggioli, 2004
- Sangalli F., Le organizzazioni del sistema turistico, Apogeo 2007
- Susio B., Ceschin F., Montanari S., ibidem, pag. 100
- Susio B., Ceschin F., Montanari S., ibidem, pag. 63
- Susio B., Ceschin F., Montanari S., ibidem, pag. 76
- Susio B., Ceschin F., Montanari S., Territori strategici, modelli di pianificazione per lo sviluppo dei sistemi locali, FrancoAngeli, 2007
- Trotta M., Il Santuario di San Michele sul Gargano dal tardoantico all'altomedioevo, Mario Adda Editore 2012, pagg. 18-19

SITOGRAFIA

- <http://www.xoomer.virgilio.it/chant/socrates/site/turism.html>
- [http://www.cresa.it/pubblicazioni/Turismo/Cap1/cap_1.2%20\(59-112\).pdf](http://www.cresa.it/pubblicazioni/Turismo/Cap1/cap_1.2%20(59-112).pdf)
- <http://www.online.scuola.zanichelli.it/frontoffice/scheda-caratteristiche>
- <http://progettoegadi.enea.it/it/turismo-sostenibile-1/lambiente-come-fattore-di-competitivita-nel-turismo>
- <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-it/biblio/touris/metho.pdf>
- <http://vai.mondog.net/2012/02/come-incentivare-il-turismo-locale.html>
- <http://nuke.silasviluppo.com/LinkClick.aspx?fileticket=3bspMYgdej8%3D&tabid=90&mid=420>
- <http://www.agenziapugliapromozione.it/portal/documents/10180/127304/II%20turismo%20in%20Puglia%20nel%202013>
- <http://www.risorsehotel.it/il-turismo/vocazione-turistica-e-infrastrutture.html>
- <http://docenti.unimc.it/docenti/mara-cerquetti/organizzazione-e-gestione-delle-imprese-turistiche/modulo-ii-gestione-e-marketing-delle-destinazioni/il-territorio-come-destinazione-turistica>
- http://paesaggio.regione.puglia.it/images/stories/MATERIALE_PROPOSTA_ADOZI ONE_PPTR/5_schede_ambiti/01_gargano.pdf
- <http://demo.istat.it/pop2013/index1.html>
- http://paesaggio.regione.puglia.it/images/stories/MATERIALE_PROPOSTA_ADOZI ONE_PPTR/5_schede_ambiti/01_gargano.pdf
- <http://www.forestaumbra.com/comuni.html>
- <http://www.santuariosanmatteo.it/Content-II-santuario-di-San-Michele-Arcangelo-item-131-page-2.html>
- <http://www.forestaumbra.com/comuni.html>
- http://it.wikipedia.org/wiki/Rignano_Garganico
- <http://www.formazioneturismo.com/in-evidenza/territori-minori-e-territori-lenti-come-definire-immagine-turistica>
- <http://www.santuariosanmatteo.it/Content-II-periodo-benedettino-item-76.html>
- <http://www.santuariosanmatteo.it/Content-Geografia-religiosa-del-Gargano-item-134.html>
- <http://www.santuariosanmatteo.it/Content-II-santuario-i-frati-e-i-soldi-dei-pellegrini-item-118.html>
- <http://www.regione.puglia.it/index.php?page=pressregione&opz=display&id=15787&keysh=francigena>
- <http://www.santuariosanmatteo.it/News-A-proposito-di-Via-Francigena-item-31.html>
- <http://www.senato.it/japp/bgt/showdoc/frame.jsp?tipodoc=Ddlpres&leg=13&id=314>
- <http://www.comuni-italiani.it/071/047/statistiche/popolazione.html>
- <http://demo.istat.it>

- <http://www.archeologiadigitale.it/attidaunia/pdf/33-boraccessi.pdf>
- <http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenut...>
- <http://www.artefacendo.it/evento/cchiu%E2%80%99-fa-notte-cchiu%E2%80%99-fa-forte-2014>
- http://www.prolocoborgocelano.it/Content-II-villaggio-Borgo-Celano-item-68.html#.U5jG7fl_tbc
- http://www.bibliotecasanmatteo.it/media/files/catalogo_digitale/singoli_conventi/san_matteo/san_matteo_1933.pdf
- <http://www.prolocoborgocelano.it/Content-II-villaggio-Borgo-Celano-item-68.html>
- http://www.prolocoborgocelano.it/media/files/statistica_1975.pdf
- <http://www.dinosauriborgocelano.it/Content-Le-orme-dei-dinosauri-I-item-29.html>
- <http://www.dinosauriborgocelano.it/Content-Museo-del-carsismo-item-33.html>
- <http://www.bibliotecasanmatteo.it/Content-Padre-Diomedea-Scaramuzzi-item-96.html>
- <http://www.bibliotecasanmatteo.it/Content-Storia-della-biblioteca-item-42.html>
- <http://www.archeologiadigitale.it/attidaunia/pdf/33-boraccessi.pdf>
- http://www.prolocoborgocelano.it/Content-Convento-di-San-Matteo-item-25.html#.U5jNifl_tbc
- <http://www.santuariosanmatteo.it/Content-L-edificio-conventuale-item-86.html>
- <http://www.santuariosanmatteo.it/Content-II-Bosco-Difesa-San-Matteo-item-163.html>
- <http://www.prolocoborgocelano.it/Content-Visitare-category-7.html>
- <http://www.comuni-italiani.it/071/046/statistiche/popolazione.html>
- <http://demo.istat.it/bilmens2013gen/index.html>
- <http://www.comune.sangioiannirotondo.fg.it/>
- <http://www.pugliaturismo.com/localita/san-giovanni-rotondo/>
- <http://www.santuariosanmatteo.it/Content-San-Pio-da-Pietrelcina-item-135.html>
- <http://www.visitsangioiannirotondo.com/>
- http://www.comune.sanmarcoinlamis.fg.it/oc/oc_p_elenco.php
- www.viaggiareinpuglia.it/at/9/luogosacro/718/it/Convento-di-San-Matteo
- <http://www.santuariosanmatteo.it>
- http://www.tripadvisor.it/Hotel_Review-g642179-d480842-Reviews-Nicotel_San_Giovanni_Rotondo-San_Giovanni_Rotondo_Province_of_Foggia_Puglia.html
- <http://www.lavalledelmetauro.org/>
- <http://www.lastampa.it/2014/06/06/economia/calor-del-pil-italia-spaccata-in-due-a-sud-crollo-doppio-nel-KgOuAZhjk2WoAdEWb1O4QO/pagina.html>
- <http://www.affaritaliani.it/economia/svimez260713.html>
- <http://www.spazioeventi.org/aurea/images/ricerche-commissionate/ricerca-2005.pdf>
- <http://www.agenziapugliapromozione.it/portal/documents/10180/127304/II%20turismo%20in%20Puglia%20nel%202013>
- <http://www.agenziapugliapromozione.it/portal/documents/10180/24526/II%20turismo%20che%20non%20appare>
- <http://www.agenziapugliapromozione.it/portal/documents/10180/127304/IZI%20consuntivo%20estate%202013>

- http://www.repubblica.it/cronaca/2011/05/13/news/business_padre_pio-16165946/
- http://it.wikipedia.org/wiki/Casa_Sollievo_della_Sofferenza
- <http://www.camera.it/parlam/leggi/966511.htm>
- http://www.repubblica.it/cronaca/2011/05/13/news/business_padre_pio-16165946/
- <http://www.dsems.unifg.it/q0104.pdf>
- <http://www.agenziapugliapromozione.it/portal/documents/10180/127304/Il%20turismo%20in%20Puglia%20nel%202013>
- <http://www.airbnb.it>
- <http://www.homeaway.it>
- <http://www.regione.puglia.it/index.php?page=prg&id=25>
- <http://www.regione.puglia.it/index.php?page=curp&opz=display&id=8010&keysh=marchio>
- <http://www.sanmarcoinlamis.eu/attachments/article/4864/Times%20in%20Lamis.pdf>
- http://www.tipicipuglia.it/test/scheda_prodotto_.php?cod_prodotto=
- <http://www.prolocoborgocelano.it/Content-Rete-dei-sentieri-item-75.html>
- <http://fai.informazione.it/p/FB89778C-960A-4A24-B9B3-456BB22AB6B7/A-Borgo-Celano-e-tutto-pronto-per-il-Parco-Avventura>
- <http://www.reaterritorio.regione.puglia.it/web/guest/ecomusei>
- <http://www.fratiminoripugliamolise.it/>
- <http://www.santuariosanmatteo.it/Content-II-secondo-percorso-item-154.html>
- <http://www.sanmarcoinlamis.eu>

