



COMUNITÀ MONTANA PELIGNA

L'Area sulmonese nello sviluppo
del Centro Abruzzo:
ruoli, vocazioni, prospettive



CENSIS



Con la collaborazione della

**CASSA DI RISPARMIO
DELLA PROVINCIA DELL'AQUILA**

*

Nell'affidare alla Fondazione Censis uno studio sui percorsi di sviluppo dell'area sulmonese, la Comunità Montana Peligna ha inteso rispondere in primo luogo ad una esigenza largamente avvertita: l'esigenza di superare quella sensazione di rallentamento, di stasi, quasi di attesa passiva degli eventi che in questi ultimi anni sembra aver catturato gli animi degli operatori e dell'intera collettività locale.

Negli ultimi decenni abbiamo avuto una stagione di crescita e di sviluppo del nostro territorio, in cui ricchezza e benessere si sono abbastanza diffusi, non senza squilibri e incertezze, ma si sono diffusi.

Nel corso dei passati decenni il tessuto industriale si era rafforzato e aveva creato occupazione, grazie soprattutto alla presenza di importanti insediamenti esterni; i servizi, in particolare quelli alle famiglie, sono cresciuti e si sono articolati parallelamente all'aumento e alla diversificazione dei consumi; il settore agricolo, pur non esente da debolezze e crisi si sta ristrutturando e in parte modernizzando.

Insomma, così come la società e l'economia italiana hanno profondamente cambiato volto negli ultimi decenni, allo stesso modo la nostra area è cresciuta e si è trasformata, usufruendo positivamente dell'ondata di sviluppo che ha investito l'intero Abruzzo facendo della nostra Regione la testa di ponte del Mezzogiorno verso le aree avanzate del centro - Nord del Paese.

Tutto questo progresso è innegabile ma non è sufficiente, non basta. E questo per almeno tre buone ragioni.

In primo luogo perché gli indicatori di sviluppo continuano a segnalare l'area peligna come una delle più deboli d'Abruzzo; in particolare sotto il profilo occupazionale la scarsa capacità di assorbimento della forza lavoro da parte del sistema economico locale, ripropone in termini di emergenza il problema della disoccupazione che in molte altre aree della Regione, pur persistendo, è ormai attestato sui livelli medi nazionali. Valga per tutti il problema irrisolto dei casaintegrati Gepi.

La seconda ragione che ci impone di non guardare solo a ciò che si è conseguito, ma di mantenere viva la tensione per il futuro, deriva dalla sempre maggiore complessità del quadro economico di riferimento che non è solo locale e non è neppure più solo nazionale.

In un sistema di relazioni di mercato sempre più aperte non è possibile per nessuno limitare lo sguardo ai confini locali o nazionali; i riflessi economici, politici, sociali degli avvenimenti internazionali condizionano strettamente le vicende del nostro sistema economico e sociale.

Bisogna quindi mantenere un passo sostenuto di sviluppo per essere in linea con le trasformazioni rapide che l'integrazione internazionale impone; se dobbiamo confrontarci, e in una certa misura non possiamo non farlo, con sistemi economici più avanzati, certo non ci si può accontentare del nostro attuale punto di arrivo; dobbiamo riconoscere il valore delle cose fatte e lo sforzo compiuto, ma le prospettive e le regole dello sviluppo ci pongono ben altri obiettivi e ci chiamano a ben altri confronti.

La terza ragione che spinge a ripensare il nostro sviluppo è quella che più delle altre ha contribuito ad avviare questa iniziativa.

È stata proprio l'esigenza di riflettere su noi stessi, in questa epoca di profonde trasformazioni, a dare l'impulso primario alla ricerca. L'osservazione di quello che oggi siamo conduce ad una serie di preoccupanti constatazioni.

Non si può negare che l'area sulmonese abbia oggi una debole capacità di attrarre interesse esterno - economico, turistico culturale che sia; non si può negare che abbia un'immagine sfumata, di basso profilo, senza un riconoscimento forte se non quello, un po' (logoro), di alcune produzioni tradizionali; non si può negare che siano venuti meno dinamismo ed energia locali, cioè la voglia di essere protagonisti, di lanciarsi in un'avventura imprenditoriale, di sentirsi portatori di un interesse dell'area; che parimenti si sia affievolito il senso di appartenenza culturale a questa terra, l'orgoglio di esserci nati e la volontà di rilanciare l'immagine all'esterno; non si può negare, infine, che la città di Sulmona non riesca ad esercitare un ruolo significativo nel contesto regionale, pur avendo una dimensione urbana da centro intermedio dell'Abruzzo e pur godendo di un invidiabile centralità nel territorio della Regione.

Noi crediamo che Sulmona abbia le risorse per vincere una scommessa di questa portata; sono le risorse della sua storia, della sua tradizione, sono le risorse ambientali, le bellezze paesaggistiche, l'articolazione del suo tessuto produttivo, e anche le risorse umane, sulle quali si può e si deve far leva per il futuro con opportune azioni di formazione, riqualificazione, valorizzazione.

Non si inventa dall'oggi al domani una nuova vocazione di sviluppo,

né, si costruisce ex-novo un sistema produttivo; è necessario partire dalle risorse disponibili, che non mancano nel nostro territorio, per sostenere idee, progetti, modalità di interventi innovativi.

Queste riflessioni di partenza sono state proposte ai ricercatori della fondazione Censis affidando loro il compito di razionalizzarle e di tradurle innanzitutto in un nuovo metodo di lavoro. Le indicazioni contenute nel rapporto rispondono a questa esigenza di innovazione che deve a nostro avviso reindirizzare lo sviluppo di Sulmona e dell'area che su di essa gravita.

Un'esigenza che impone un'innovazione sia di metodo che di contenuti; una esigenza che diventa una vera e propria necessità:

- la necessità di pensare ad una vocazione di medio - lungo periodo per lo sviluppo dell'area, vocazione individuata nella valorizzazione delle risorse ambientali, storiche, paesaggistiche di cui il comprensorio sulmonese è ricco;

- la necessità di ordinare gerarchicamente i progetti per evitare collisioni di obiettivi e dispersioni di risorse;

- la necessità, infine, di integrare e collegare tra di loro i singoli progetti immaginando interventi non solo su settori specifici, ma anche su funzioni (quali la manutenzione e la telematica) che lo studio definisce "trasversali", capaci cioè di interessare tutti i settori un una rete organica di nuovi indirizzi di sviluppo.

Il Rapporto costituisce il frutto delle riflessioni e del lavoro che ha impegnato in questi mesi la Fondazione Censis, con la stretta collaborazione di un gruppo di consulenti della Comunità Montana Peligna. Vorremo che il Rapporto diventasse un punto di riferimento, uno strumento di lavoro e di proposta. Attorno a queste proposte, che noi riteniamo essere degli strumenti nuovi e preziosi per rilanciare il nostro sviluppo, ci auspichiamo che possa prendere corpo un adeguato dibattito tra quanti, operatori economici e istituzionali, hanno a cuore il destino della nostra area.

Perché già da domani è necessario ripartire: queste proposte; o almeno alcune di esse, possono avere una concreta traduzione operativa.

** Dall'intervento del Presidente della Comunità Montana Peligna Franco Iezzi, in occasione dell'incontro di presentazione del rapporto finale del Censis, svoltosi il 13 febbraio 1992 a Sulmona.*

*

Sulmona, per chi come me l'attraversa, la vede, la guarda o legge la ricerca del Censis, in fondo soffre del fatto di essere sola in una regione che si è andata squilibrando, che è andata in qualche modo radicalizzandosi verso est e verso ovest.

Se voi pensate che Pescara e Chieti (per dire le realtà più vicine), appartengono a una realtà di sviluppo più intensa di tutta la realtà abruzzese in quanto tale, che però sta dentro un modello di sviluppo molto più lungo che abbraccia tutta la linea adriatica: da Rimini fino a sotto Lecce, dove vige la piccola impresa, l'impresa diffusa, con una grande capacità di fare commercializzazione e un rapporto di integrazione tra agricoltura e industria. Pensate a tutte le realtà marchigiane, ma anche al vastese, al foggiano che è un modello di sviluppo tutto particolare; forse quello più caratteristico ed emblematico di una realtà italiana di questi ultimi 20 anni, ma certamente un bel processo di sviluppo.

Quanto Sulmona sta dentro questo processo di sviluppo? Quanto c'è cultura di piccola e media impresa, cultura di sviluppo endogeno, cultura di collegamento fra industria e agricoltura, fra industria e medio - grande commercializzazione?

Se voi andate a Pescara, a Chieti Scalo trovate questo flusso di investitori in grande commercializzazione che danno il senso dell'integrazione non solo tra industria e agricoltura (che era vecchio modello adriatico), ma tra industria e commercializzazione, perchè tutti ritengono che il rapporto, il passaggio est - ovest dei prossimi trenta anni si svolgerà sulla direttrice Pescara- Roma, la più facile, la più diretta, la meno trasversale rispetto ad altre.

Adesso io posso anche offendere qualcuno ma devo dire che Sulmona non ci sta in questa cultura di modello adriatico.

Oggi la regione Abruzzo segue due polarità di sviluppo, due logiche di sviluppo totalmente diverse tra loro. Ma anche qui: Sulmona che pure in linea d'aria è vicina ad Avezzano, a Telespazio, alla Texas Instruments ha culture, atteggiamenti, attitudini, tecnologie, formazione adatte ad integrarsi in quel settore, in quella logica?

Il problema per Sulmona è che quando il cuore di una regione, di una terra, in qualche modo si spacca, perchè le ali vanno ognuna

per una sua logica ed un suo destino, il cuore resta inerte, malato. Perché la vitalità va sulle sponde a sacrificio della dimensione centrale; a parole dobbiamo continuare a dire che è baricentrica, centrale ecc. ecc., ma se la vitalità sta da una parte e l'altra vitalità sta dall'altra parte, al centro cosa resta?

Il vero problema di Sulmona è quello di restare residuale rispetto a processi in atto fortissimi. Non è quello di poter scegliere: può scegliere di andare da una parte o da un'altra, ma se non va nè da una parte nè da un'altra diventa residuale.

E, siccome per tradizione, prestigio, vecchia concezione del cuore, della centralità, del baricentro, per orgoglio, si può anche propendere a non scegliere per l'una o l'altra parte, rischiamo... rischiate quei termini che il Presidente Iezzi ha così efficacemente detto all'inizio: il rallentamento, la passività, l'attesa, lo scetticismo.

Questo è un punto a mio avviso fondamentale. Perché, vedete, l'identità di un popolo come l'identità di una persona non viene da quello che fa da sempre, l'identità viene dalla relazione. C'è un'affermazione, apparentemente banale, di Heidegger che dice: "L'identità di un soggetto non è dentro di lui ma nella relazione che ha con gli altri". Questo vale anche per una realtà territoriale: l'identità non gli viene da quello che è stata nel passato o da quello che è geograficamente e umanamente oggi, ma l'identità gli viene da con chi sta, con chi ragiona, con chi combatte, con chi discorre, con chi si integra, con chi si scinde.

Allora qual'è il punto su cui credo sia necessario ragionare. E' possibile sfuggire ad un processo del guardar fuori per integrarsi e avere relazioni con l'esterno facendo di Sulmona una sorta di "isola forte"? È possibile sostituire il vecchio cuore baricentrico con una insularità forte?

Cioè ad un certo punto dire: "restiamo qui, non ce la facciamo o non vogliamo - e questo non tocca a noi ricercatori esterni deciderlo - integrarci con una logica di sviluppo di modello adriatico (piccola e media impresa, integrazione industria e commercio, integrazione industria e agricoltura ecc.), e comunque ci sentiamo anche estranei a questa sorta di yuppismo tecnologico di alto livello tipico di Avezzano, L'Aquila ecc. Vogliamo restare noi stessi".

Può anche essere che tutto ciò sia nel codice genetico di questo popolo. Però bisogna allora avere una chiara consapevolezza di quello che si vuole fare, delle caratteristiche di base di questa insularità, di questa voglia non di far da soli ma che in fondo vuole dire:

siamo un comprensorio così importante sul piano turistico e ambientale, così ricco anche di materia grigia di persone, che in qualche misura vuole rappresentare una logica insulare ben fatta: una città che vive bene, una città che fa il suo restyling interno, una città che fa qualità della vita, con i dintorni che fanno qualità della vita per la città e anche per altre realtà locali.

Ma qui allora, ed è banale dirlo, bisogna avere la dimensione di quanti e quali sono i soggetti che fanno la qualità della vita.

Considerate le tre soluzioni: una integrazione ad est, una integrazione ad ovest, una insularità voluta e perseguita: sono tre ipotesi tutto sommato giuste, tutte e tre pensabili e non giudicabili dall'esterno, perché il destino di un popolo se lo gioca il popolo, non noi che veniamo a fare ricerca per qualche settimana. Su tutte queste cose, qual'è la variabile fondamentale? Cioè, chi ne è il soggetto? Chi diventa imprenditore di questa realtà? Integrazione ad est verso la linea adriatica? Chi è che manda avanti questa ipotesi politicamente, socialmente, economicamente, culturalmente? E con quali forze, con quali meccanismi finanziari, con quali soggetti imprenditoriali?

Oppure: "no integriamoci con una logica più romana, aquilana, fucense".

Ma chi ne fa il soggetto, chi è il soggetto? E, ugualmente, anche volendo restare all'interno dell'isola, orgogliosamente isola. Chi fa il soggetto?

Se voi vedete in filigrana la ricerca che il Censis servizi ha fatto per il Comune e la ricerca che la Fondazione Censis ha fatto per la Comunità Montana, voi vedrete subito una forte relazione tra loro. Perché da una parte c'è la tendenza a vedere la dimensione comprensoriale, al limite capace di avere anche la relativa autonomia, con una attenzione ai soggetti dell'imprenditoria agricola industriale ed a quelli che vogliono fare nuova politica ambientale e turistica. Dall'altra parte c'è la ricerca del Censis Servizi che era invece una ricerca molto protesa a cercare di utilizzare dei soggetti tecnocratici: Sulmona S.p.A., il centro per le tecnologie, la finanziaria, tutte cose che non sono partecipate, ma almeno possono supplire ad una mancanza di forza di propulsione dal basso della società locale, e possono fare strategia, possono dare realtà.

Però il processo vero è un processo congiunto, se non c'è soggettualità, nessun popolo cresce; potremmo fare tutti i piani che vogliamo nel comprensorio, potremmo fare tutti i progetti che vogliamo, ma servono a poco se non c'è il soggetto che si gioca qualcosa.

Certo (non è una riflessione stravagante o maligna) qualcuno, a questo punto, può dire: per noi il soggetto deve essere istituzionale: facciamo la Provincia e vedrete che la Provincia farà da soggetto. Nella mia lunga esperienza professionale in giro per l'Italia, quando sono entrato in contatto con comprensori e realtà locali che hanno voluto la provincia, che l'hanno chiesta, ho sempre potuto constatare che le provincie andavano bene se c'era una forza di spinta soggettuale nella società civile. L'ho constatato, per esempio, recentemente a Biella: hanno dato la provincia perchè esisteva già soggettualità civile, economica, socio - economica. Dove invece non c'era questa soggettualità (Castrovillari o Oristano, tanto per dire), tutto è rimasto ugualmente inerte, anche perchè non basta una soggettualità sola: lo sviluppo di un popolo è dato dallo sviluppo di soggettualità diverse.

Guardando un pò i dati mi sono accorto ad esempio che la capacità di questa società di esprimere soggettualità minuta è abbastanza debole sul piano demografico e abbastanza forte sul piano socio economico. In fondo qui c'è un comprensorio con soltanto sei comuni con tasso di incremento demografico attivo. Gli operatori economici invece ho visto che sono cresciuti; significa che probabilmente lentamente il livello di operatori è aumentato: erano 1800 nell'85; sono 2200 adesso. Certo, sono in gran parte operatori di servizio, di terziario più che operatori industriali, come avviene in tutte le società che rallentano, che si terziarizzano: è probabilmente un segno di attendismo, di staticità.

La riflessione a cui volevo arrivare è comunque questa: se la logica di sviluppo di questa comunità è una logica che tende ad avere relazioni con altre realtà e modelli o se al contrario vale la pena di fare un discorso di orgogliosa insularità. Personalmente non mi permetterei mai di dire quale delle tre ipotesi di cui parlavo prima sia la più idonea; e non perchè non abbia una mia idea, probabilmente qualcuno più scaltro avrà già capito qual'è la mia idea. Ma perchè ritengo che la decisione non spetti al ricercatore esterno, al guru che viene a dire quello che bisogna fare: sono i soggetti interni che devono decidere, responsabilizzarsi e al limite scontrarsi, avere il vigore non soltanto di dire andiamo avanti, ma anche il vigore di chiarire di fronte alla popolazione qual'è la logica di sviluppo su cui ci si indirizza. Altrimenti, parlare solo di rilancio dello sviluppo, fare sviluppo ulteriore, andare avanti nel processo di sviluppo ecc. significa usare un concetto che manca della sostanza interiore. E cioè:

qual'è il modello di sviluppo che voglio? A quale logica di sviluppo ci agganciamo?

Un modello di sviluppo e una logica di sviluppo che non possono non venire che dal di dentro.

A me fa molto piacere che la sala sia troppo piccola per ragionare di queste cose, che sia arrivata tanta gente. Significa che il problema non è soltanto inteso in termini intellettuali, è sentito anche nelle viscere. È il problema del futuro di una società che in fondo vede le altre provincie, le altre realtà contermine andare avanti secondo una linea stabilita e noi stare lì a guardare dove andare.

In fondo la gente sopporta molto più le traversate che la staticità e lo scetticismo dello star fermi; certo può mugugnare se la traversata dura 40 anni, ma se uno li fa stare lì a galleggiare è molto peggio.

E questa secondo me è una responsabilità della classe dirigente (in cui mi ci metto anch'io che sono venuto qui a ragionare per poche ore) che deve dare un minimo di indirizzo su cui costruire un futuro.

Dice un filosofo moderno che lo sviluppo di una società attuale non è mai una terra promessa; siamo infedeli e scorretti se promettiamo sviluppo come terra promessa. Lo sviluppo è sempre terra promessa, permessa all'impegno della gente, permessa alla chiamata in causa della gente.

Se una ricerca come la nostra ha sufficiente peso per stimolare una chiamata in causa della gente che vuole avere terra permessa, allora anche le ricerche non sono vane: altrimenti restano nei cassetti come tante volte. Però vale sempre la pena di tentare. Grazie.

* Dall'intervento Giuseppe De Rita, in occasione della presentazione del rapporto finale del Censis, svoltosi il 13 febbraio 1992 a Sulmona.

L'Area sulmonese nello sviluppo
del Centro Abruzzo:
ruoli, vocazioni, prospettive

INDICE

CONSIDERAZIONI INTRODUTTIVE

- | | |
|---|---------|
| 1. Ridare linfa progettuale allo sviluppo del comprensorio di Sulmona | Pag. 7 |
| 2. La centralità della questione dello sviluppo | Pag. 9 |
| 3. L'architettura metodologica del lavoro | Pag. 14 |
| 4. Una lettura "trasversale" delle proposte | Pag. 18 |
| 5. Per una prospettiva reale di sviluppo | Pag. 22 |

Parte prima

"RIFARE SISTEMA AVANZATO" *(La ricerca di nuove vocazioni)*

- | | |
|--|---------|
| Premessa | Pag. 27 |
| Capitolo primo TURISMI A SULMONA | Pag. 31 |
| Capitolo secondo I PRODOTTI TIPICI DELL'AGRICOLTURA PELIGNA | Pag. 55 |
| Capitolo terzo IL RILANCIO DELLA PICCOLA IMPRESA DELL'INDUSTRIA E NELL'ARTIGIANATO | Pag. 73 |

| | |
|--|----------|
| Progetto n. 1 Valorizzazione della figura dell'artigianato | Pag. 78 |
| Progetto n. 2 Predisposizione di zone artigianali attrezzate | Pag. 81 |
| Progetto n. 3 Costituzione di un centro per l'innovazione tecnologica e di mercato dell'industria locale | Pag. 83 |
| Progetto n. 4 Costituzione di un centro per lo sviluppo dell'imprenditorialità | Pag. 86 |
| | |
| Capitolo quarto SULMONA, CENTRO DEL SISTEMA PARCHI DELL'ABRUZZO | Pag. 91 |
| | |
| Parte seconda | |
| "RIFARE SISTEMA INTEGRATO" <i>(Un software strategico per lo sviluppo)</i> | |
| | |
| Premessa | Pag. 99 |
| | |
| Capito quinto LA MANUTENZIONE COME NUOVA CULTURA DELLO SVILUPPO | Pag. 103 |
| | |
| Capitolo sesto "SULMO-TEL": UN POLO TELEMATICO PER LA SOCIETÀ LOCALE | Pag. 115 |

CONSIDERAZIONI INTRODUTTIVE

1. Ridare linfa progettuale allo sviluppo del comprensorio di Sulmona

Il decennio da poco avviato si prospetta ricco di sfide e di incertezze per l'economia nazionale; la necessità di proseguire a passo spedito sulla strada dell'integrazione europea, le tante sfide della globalizzazione, i recenti segnali di rallentamento congiunturale, il susseguirsi di focolai di crisi internazionale concorrono a disegnare un quadro evolutivo di non facile lettura, nel cui ambito, tuttavia, la capacità di tenuta economica dei sub-sistemi territoriali sarà certamente messa a dura prova.

Partendo da un tale complesso riferimento esterno questo rapporto costituisce il risultato della riflessione avviata dal Censis attorno ai problemi dello sviluppo di Sulmona e dell'area territoriale allargata che su di essa gravita, riflessione sfociata nella definizione di un concreto programma di intervento.

Nel caso della Regione Abruzzo un ulteriore fattore di preoccupazione si aggiunge a quelli già ricordati, vale a dire la minaccia di chiusura dei benefici economici derivanti dall'Intervento Straordinario per il Mezzogiorno, sia per la riformulazione delle politiche di aiuto allo sviluppo locale su cui è impegnata la Comunità Economica Europea e che, prima o poi, priverà l'Abruzzo della possibilità di beneficiare degli aiuti erogati direttamente dallo Stato, sia per la vicenda non conclusa del rifinanziamento della legge 64/86 in un quadro di maggiore attenzione al controllo della spesa pubblica da parte del Governo.

Questa chiusura rischia di rompere in modo intempestivo l'equilibrio del modello di sviluppo dell'Abruzzo, in cui si coniugano autopropulsività e attrazione di iniziative esterne, con la conseguente involuzione nei processi di crescita e modernizzazione economica della Regione. Si può osservare, a questo proposito, che lo sbilanciamento della struttura produttiva dell'area di Sulmona sugli insediamenti di grande dimensione espone in misura superiore il bacino ai rischi connessi al venir meno degli incentivi economici.

La sempre più stretta integrazione tra aree e sub-sistemi economi-

co-produttivi crea un effetto di concatenazione tra le vicende dell'uno rispetto a quelle degli altri; la scommessa dell'internazionalizzazione e della modernizzazione, con i pericolosi riflessi sugli equilibri interni ed esterni all'economia regionale, costituiscono fattori forti di trasformazione che hanno ricadute tanto sul sistema nazionale, quanto sui diversi sistemi locali, regionali ma anche sub-regionali.

In altri termini, se il comprensorio sulmonese (intendendo con tale espressione l'intera area della potenziale provincia di Sulmona) vuole stare dentro i processi significativi di evoluzione economica non può rimanere al margine delle grandi questioni aperte sul tappeto dello sviluppo locale, con il carico di opportunità e di rischi che una simile opzione porta con sé.

Da qui scaturisce l'esigenza per l'area di ricollocarsi dentro percorsi di sviluppo sufficientemente solidi e duraturi, che siano l'espressione di una "qualità adeguata" per il territorio, vale a dire che garantiscano un salto significativo sotto il profilo della modernizzazione strategico-funzionale ma, allo stesso tempo, siano congruenti con l'attuale standard di sviluppo raggiunto e con le risorse (quantitative e qualitative) di cui il bacino può oggettivamente disporre.

Ma ripensare una strategia di sviluppo, esercizio comunque imprescindibile e con un suo ordine di difficoltà come si dirà tra breve, non è di per sé sufficiente; all'idea bisogna far seguire il *progetto*, passaggio egualmente necessario e faticoso che deve tener conto di una serie di vincoli e di condizioni interne ed esterne al sistema.

La definizione di alcune linee progettuali, che siano in grado di imprimere nuovo dinamismo allo sviluppo di Sulmona e del suo hinterland, resta quindi l'obiettivo finale di questo lavoro, nell'assunto, peraltro, che a tale fase si debba arrivare attraverso un percorso di avvicinamento che restituisca sistematicità e validità agli interventi da promuovere.

2. La centralità della questione dello sviluppo

Lo *sviluppo*, dunque, costituisce il paradigma di riferimento della nostra riflessione.

Dobbiamo avere consapevolezza che ragionare sullo sviluppo di un territorio è oggi esercizio più complesso rispetto a qualche anno fa.

Negli anni della crescita estesa, che ha investito le aree del nostro Paese con forza differenziata ma ovunque significativa, lo sviluppo era una categoria concettuale sostenuta da chiari evidenziatori quantitativi (indicatori di crescita).

Oggi, viceversa, i processi di sviluppo non si snodano più lungo percorsi di segno univocamente positivo:

- perché dove lo sviluppo è stato forte e gli standard di benessere raggiunti molto elevati, la dimensione quantitativa della crescita perde rilevanza, mentre guadagna importanza la *qualità dello sviluppo*, su cui tuttavia i riscontri sono meno immediati e l'impatto sulla convivenza collettiva meno visibile;
- perché oltre determinate soglie critiche i processi di sviluppo lasciano con sé sfasature e squilibri, nella convivenza con le risorse ambientali, nella fruizione degli spazi, nei problemi di mobilità, negli stessi divari territoriali che si amplificano;
- perché nelle aree meno cresciute c'è, al contrario, una difficoltà ad imboccare con sicurezza percorsi virtuosi di crescita; per cui mentre nei bacini ricchi si devono smaltire i sottoprodotti deteriori dello sviluppo (i rifiuti, il traffico, l'inquinamento, la vivibilità urbana ecc.), in quelle marginali si devono fare i conti con i prodotti "tipici" del sottosviluppo (dalla criminalità al disagio sociale).

Cambia dunque l'impatto dello sviluppo, con il rischio di una latente divaricazione rispetto all'idea di *benessere*; e questa è una prima ragione che ne rende più problematica l'interpretazione.

In secondo luogo bisogna osservare che di sviluppo si parla oggi troppo o troppo poco, a seconda dei termini di riferimento.

Se ne parla poco nelle situazioni di raggiunta ricchezza e di abbondanza, forse perché diventa difficile in questi casi trovare i sentieri di evoluzione ulteriore. Se ne parla forse troppo, invece, nelle aree più depresse; e quasi sempre con una accezione negativa, per evidenziare, cioè, la forte distanza ancora sussistente dai livelli di benessere delle zone ricche. Sembra in questi casi prevalere l'attenzione per l'idea di "sottosviluppo" piuttosto che di "sviluppo" con un distinguo che non è solo semantico, ma sussume una constatazione di inefficacia delle politiche attivate per ricomporre i divari territoriali di crescita (l'esempio del nostro Mezzogiorno, con il contrasto tra la retorica dei propositi e i risultati degli interventi attivati, esprime bene questa difficoltà).

C'è, infine, una zona intermedia nella scala gerarchica dello sviluppo territoriale di cui spesso non si parla affatto.

È la fascia di quelle aree che si sono progressivamente sganciate dalla "palude" del sottosviluppo, per lo più grazie da una saggia valorizzazione delle risorse sia interne che esterne (anche in termini di sostegno economico), ma non possono essere ricondotte "tout court" alle aree più forti del Paese. Il livello di modernizzazione della struttura produttiva, la capacità di far crescere positivamente un ceto imprenditoriale autoctono, il grado di autonomia dagli aiuti esterni spesso non sono sufficienti per collocare questa fascia intermedia sopra il "margine di sicurezza", quel margine cioè che garantisce al sistema una reale competitività sul piano nazionale e internazionale.

L'interpretazione dello sviluppo assume in questi casi una centralità particolare. Dare forza propria ad un sistema che possiamo definire intermedio e infatti esercizio quanto mai complesso perché non risulta utile far riferimento né alle logiche di intervento e di sostegno che sono proprie delle aree deboli (rispetto alle quali si rischiano di perpetuare meccanismi di pura assistenza) né alle logiche di sviluppo delle aree evolute che possono schiacciare i soggetti meno forti non in grado di stare sulla soglia alta delle dinamiche socio-economiche.

Il comprensorio di Sulmona può essere inserito in una *fascia intermedia dello sviluppo*, seppure con una collocazione più vicina al margine inferiore che a quello superiore; il livello di crescita raggiunto dall'area è infatti più elevato di quello di altre aree interne del Mezzogiorno, ma non va dimenticato che il profilo reddituale e occupazionale fanno di questa una delle aree più deboli dell'Abruzzo.

Il modello di sviluppo del comprensorio presenta inoltre peculiarità di cui è necessario tener conto.

Si pensa in particolare:

- alla presenza di una "riserva" di risorse (ad es., la risorsa ambientale, ma anche le potenzialità esistenti per una migliore diffusione delle attività industriali e terziarie) da sfruttare con intelligenza per promuovere sviluppo;
- al delicato equilibrio tra le diverse componenti del modello di sviluppo dell'area, centrato tanto sul baricentro turistico (comuni montani) che su quello industriale (Sulmona su tutti); questa convivenza suscita un problema di compatibilità tra sfruttamento e salvaguardia delle risorse territoriali e ambientali;
- agli squilibri che si rinvergono, sia all'interno dei settori (in particolare nell'industria dove alla presenza di grandi insediamenti fa da contorno un tessuto di PMI scarsamente diffuso) che a livello territoriale (Sulmona esprime una capacità gravitazionale di tipo urbano che va al di là della limitata area della Comunità Montana);
- allo scarso dinamismo del tessuto socioeconomico, che rende il sistema poco permeabile all'innovazione, sia essa espressa dai soggetti economici o da quelli socio-istituzionali.

Indubbiamente l'attuale fase è delicata e importante per lo sviluppo del comprensorio; da una parte è necessario rifuggire la tentazione di sedersi sulle posizioni raggiunte oggi più precarie di ieri; dall'altra, pensare e progettare nuove piste di crescita significa sapersi muovere all'interno di un modello che deve incorporare squilibri e compatibilità, tra risorse utilizzate e risorse da utilizzare tra industria e

turismo, tra grandi insediamenti e tessuto minuto di impresa, tra centro e periferia.

Il passaggio verso una nuova fase di evoluzione non significa necessariamente sciogliere questi punti nodali; alcuni di essi, anzi, garantiscono la continuità dinamica nella crescita dell'area (si pensi al rafforzamento del polo urbano di Sulmona o alla grande industria esogena).

Il problema è semmai quello di sfruttare appieno le potenzialità del comprensorio declinando una nuova *cultura dello sviluppo*, di cui si avverte una forte urgenza, in particolare per quelle aree intermedie che sembrano non avere appartenenza di sviluppo nella tradizionale polarizzazione tra dinamiche forti e dinamiche deboli di evoluzione economico-territoriale.

Ripensare una cultura dello sviluppo per le aree intermedie e, quindi, per Sulmona e il suo hinterland allargato, significa avere consapevolezza che:

- lo sviluppo evoluto pone certamente problemi di compatibilità con le risorse non riproducibili (si pensa soprattutto alla sostenibilità ambientale) ma una politica di vincoli totali non favorisce automaticamente, in senso inverso, la salvaguardia delle risorse stesse (si guardi, ad es., ai problemi di degrado "da spopolamento" delle zone montane);
- lo sviluppo evoluto può creare disservizi e sottoprodotti indesiderati (inquinamento, problemi di mobilità ecc.), ma una gestione corretta di queste dinamiche *recupera una positiva correlazione con gli standard di benessere* della collettività, come è dimostrato dall'esperienza di alcuni parchi tecnologici negli Stati Uniti e in Europa;
- lo sviluppo evoluto richiede una forte tensione progettuale che dia *concretezza e fattibilità* alle idee (e questo è un passaggio spesso dimenticato nella ricostruzione delle ipotesi di sviluppo locale) e superi al tempo stesso il limite degli strumenti di cui si dispone normalmente (che devono essere riletti e reinterpretati);
- lo sviluppo evoluto, infine, deve costantemente tener conto della

sua *radice spontanea* che cresce sulle risorse del tessuto locale in termini di soggetti e di imprenditorialità; l'intervento "dall'alto" svolge una importante funzione di aggregazione e catalizzazione di tali risorse, ma non può di per sé essere sostitutivo di quanto la forza endogena al sistema locale non è in grado di esprimere.

All'interno di queste coordinate di riferimento il comprensorio di Sulmona può "reinventare" le proprie piste di progressione e di sviluppo, ricercando un ruolo meglio definito nell'evoluzione economica dell'intero Centro Abruzzo.

3. L'architettura metodologica del lavoro

Come si è avuto modo di accennare, l'obiettivo centrale di questo lavoro è quello di pensare, e verificare in una logica di pre-fattibilità, alcune linee progettuali su cui suscitare la riflessione degli enti locali e verso cui indirizzare lo sviluppo futuro dell'area sulmonese.

Rispetto all'impostazione complessiva della ricerca è necessario soffermarci sull'approccio seguito per la costruzione dell'"architettura" progettuale proposta.

In questo senso si è proceduto sviluppando tre distinte fasi.

Nella prima fase sono state individuate le priorità tematiche di intervento. Questo livello è assolutamente imprescindibile per restituire efficacia (oltre che efficienza) al grande numero di proposte progettuali che di norma riempie i documenti di programmazione economica territoriale; se non si ricostruisce un ordine di priorità e di sinergia a livello di grandi filoni di intervento, le risorse che affluiscono al sistema finiscono per essere utilizzate in modo scoordinato, poco trasparente ed eccessivamente frammentato.

Individuare le priorità tematiche di intervento non significa peraltro dover ripercorrere gli schemi tradizionali che operano per ambiti di settore; secondo questa impostazione, infatti, possono essere enucleati sottosistemi ("filiere") di intervento di tipo orizzontale (o inter-settoriale) centrati su aspetti funzionali (l'informazione, la manutenzione, ecc.) su elementi territoriali (la montagna, le acque ecc.) e così via.

Nel nostro caso sono stati utilizzati entrambi gli approcci, per settori e per filiere, a seconda delle opportunità poste dall'architettura progettuale sulla quale si è voluto insistere.

Per Sulmona e il suo territorio l'individuazione delle priorità di intervento si coniuga peraltro con una ulteriore imprescindibile esigenza: la ridefinizione di una *vocazione di sviluppo* che abbia forza di pe-

netrazione di medio e lungo periodo e che oggi appare decisamente sbiadita.

Nella seconda fase è stata definita la *gerarchizzazione* dei progetti.

Gerarchizzare i progetti significa ricondurli ad una griglia comune di riferimento, costruita sulla base degli obiettivi prefissati, in cui si riconoscono livelli e priorità strategiche differenti di intervento. In particolare in questa fase sono stati armonizzati gli interventi miranti ad una *diffusione dei fattori di crescita* secondo una processualità di sviluppo a bassa visibilità esterna ma egualmente necessaria per sostenere il tessuto socioeconomico locale nelle sue diverse espressioni, con gli interventi che concentrano invece gli sforzi su alcuni punti e su alcune reti realizzando dei veri e propri *presidi di eccellenza*, i quali funzionino innanzitutto come modello di riferimento ad un livello più generale.

L'area di Sulmona necessita ancora, nella fase attuale, di poter impastare le due logiche sostenendo diffusamente i soggetti, i settori e le reti locali da un lato e creando "avamposti" di sviluppo, a forte traino sull'esterno (anche in termini di immagine), dall'altro. Le due logiche vanno tuttavia connesse e gerarchizzate, con una tensione progressivamente maggiore sulla seconda, soprattutto nella misura in cui si pone un problema di indirizzo delle risorse disponibili.

Infine, si è lavorato sulla *contestualizzazione* dei progetti, con l'obiettivo di verificare l'aderenza delle singole idee sviluppate con il contesto in cui esse vanno ad inserirsi.

Ovviamente i due aspetti, sviluppo dell'idea e verifica di aderenza all'habitat socio-economico, tendono ad intrecciarsi fortemente; la seconda costituisce una sorta di cartina tornasole della prima, nel senso che la contestualizzazione dell'idea ne misura in qualche modo la rispondenza ad una serie di elementi dell'ambiente socio-economico con i quali essa deve confrontarsi se non si vogliono produrre esclusivamente dei "desiderata".

Contestualizzare l'idea progettuale significa nello specifico:

- valutare la rispondenza delle risorse locali (in termini di soggetti, di

reti, di cultura ecc.) con il fabbisogno richiesto dalla realizzazione dell'intervento;

- verificare le coerenze con quanto già sul territorio è stato fatto nello stesso ambito tematico;
- fare una primissima valutazione di fattibilità.

Quest'ultimo "step" non vuole significare, ovviamente, che ogni idea ad elevato contenuto innovativo sia di per sé da rigettare. Va proposta invece una riflessione sullo sviluppo, che raccolga anche la sfida del nuovo e dell'inesplorato, ma resti ben saldata sul territorio e sulle potenzialità che esso può esprimere.

Rispetto all'architettura metodologica vanno ancora sottolineati due aspetti.

Il primo concerne l'area di riferimento presa in considerazione.

L'assunto di base, sotto questo profilo, è che Sulmona sia in grado di esercitare una influenza territoriale, come polo urbano, che va oltre il territorio della Comunità Montana Peligna; è anzi importante che per taluni aspetti la città riesca a recuperare una centralità a livello provinciale e anche regionale che fino ad ora non è riuscita ad avere.

Per questa ragione nello sviluppo delle idee progettuali si è tenuto conto non solo dell'area della Comunità Montana Peligna, ma anche di un riferimento territoriale più ampio identificabile con l'Abruzzo centrale, comprendente quindi l'area che insiste sulle Comunità Montane dell'Alto Sangro e del Sirente e si spinge sino ai Comuni maggiori sul confine della provincia di Pescara (Popoli e Bussi).

Per alcune funzioni terziarie-amministrative, inoltre, la gravitazione sul comune di Sulmona può riguardare l'intero ambito regionale.

L'altra sottolineatura, che vale come precisazione preventiva per il lettore, riguarda la natura di questo documento.

Pur contenendo una serie di idee progettuali fra loro coordinate, il

rapporto non vuole né deve essere una sistematica ed esaustiva esposizione di tutti gli interventi possibili per lo sviluppo dell'area, al pari di un tradizionale piano di sviluppo (della Comunità Montana o della Provincia). L'idea che ha animato la predisposizione del rapporto è quella di offrire una serie di spunti concreti di lavoro per il rilancio dello sviluppo locale, all'interno di una definita cornice di riferimento; con l'ambizione, per un verso, di andare oltre l'approccio tradizionale di un Piano di sviluppo, sotto il profilo dell'innovazione delle proposte e della loro gerarchizzazione, ma anche con la consapevolezza, per un altro verso, di non poter esaurire tutte le piste possibili di lavoro che, se anche più "battute", devono comunque far parte di una politica integrata di intervento sul territorio.

4. Una lettura “trasversale” delle proposte

Come si può verificare nelle pagine successive, l’esposizione del pacchetto di proposte ha una sequenza logica che riflette l’obiettivo di individuare le priorità tematiche di intervento e su questa base gerarchizzare i diversi progetti.

Le linee guida di organizzazione del pacchetto sono riassunte nella titolazione delle due parti: “rifare sistema evoluto” e “rifare sistema integrato”. Queste due linee guida devono organicamente contribuire al rilancio dello sviluppo dell’area.

Va dunque ribadito che il pacchetto dei progetti riflette un disegno globale di intervento che vuole dare *respiro strategico complessivo* allo sviluppo locale, per un verso facendo convivere opzioni di breve periodo con interventi di medio-lungo periodo e, per un altro verso, calibrando l’esigenza di rinnovare e rilanciare la centralità di Sulmona nel contesto regionale, pensando ad alcune iniziative di alto profilo, con l’esigenza di mantenere l’approccio di analisi comunque aderente alle specificità e ai fabbisogni espressi dal tessuto dell’area allargata.

In sede introduttiva è utile richiamare molto brevemente alcuni elementi comuni “trasversali” ai diversi progetti, che possono facilitare una lettura di insieme.

In primo luogo, la gerarchizzazione delle proposte prevede una opzione forte, che potremmo identificare come “vocazione” dell’area nel medio e lungo periodo, a favore degli interventi di *valorizzazione delle risorse ambientali, storiche e paesaggistiche*. Questa scelta sottende, per Sulmona e il suo hinterland, la scommessa a favore di un percorso *qualificativo* dello sviluppo, che salvaguarda, potenzia, rilancia, “commercializza” ciò che già esiste (che solo in minima parte è sfruttato), piuttosto che a favore di un approccio quantitativo, centrato sull’estensione ulteriore delle grandi strutture (le grandi imprese, grandi poli di attrazione turistica, lo sfruttamento estensivo del territorio e dei boschi, le grandi infrastrutture e così via).

A fronte di ciò acquistano specifico rilievo i progetti di intervento nel settore turistico e nel campo manutentivo, improntati ad una positiva cultura della conservazione, del "restyling", della costruzione di un'immagine; in una parola, ad una cultura della piena valorizzazione delle risorse naturali rispettando il vincolo di non riproducibilità delle risorse stesse.

D'altra parte, la proposta di una rivitalizzazione del tessuto artigiano e di piccola impresa incorpora questo stesso vincolo, nella misura in cui intende rafforzare un sistema produttivo minuto, che ha ancora spazi di crescita in un quadro di compatibilità ambientale più complessivo: e la stessa linea di rilancio del settore agricolo mira a valorizzare le colture pregiate dell'area (con un eventuale contributo, diretto o indiretto, al recupero di immagine di Sulmona e della sua area) e punta quindi ad uno sviluppo intensivo ad alta resa, dentro le "regole" del rispetto del patrimonio naturale comune.

Fare una scelta di rilancio del tessuto di piccola impresa, non significa peraltro sottoscrivere una strategia, simmetricamente opposta, di chiusura a priori verso gli insediamenti di grande dimensione o, peggio, di smantellamento di quelli esistenti. L'enfasi posta, in questo rapporto, sull'impresa minore, deriva da un'esigenza prioritaria di *stimolare* un sistema produttivo diffuso e una *vitalità imprenditoriale* fino ad ora rimasti largamente latenti. Ciò non esclude, tuttavia, che possa essere perseguita in parallelo una politica di industrializzazione a largo raggio, rivolta anche alla grande impresa, e che in questa direzione si debbano creare le condizioni opportune di insediamento in termini di habitat infrastrutturale e di servizi produttivi; ma ciò deve avvenire in un quadro definito di compatibilità con le vocazioni di sviluppo di medio e lungo periodo su cui l'area sulmonese vuole scommettere (circoscrivendo quindi gli insediamenti a più elevato impatto ambientale e favorendo quelli ad alta tecnologia e/o qualificazione produttiva).

In secondo luogo, le ricadute economico-occupazionali delle proposte presentate si dispiegano in prevalenza nel medio e lungo periodo, e di questo bisogna essere consapevoli; tuttavia esse hanno forza vocazionale e potenzialità di durata sicuramente maggiori rispetto ad ipotesi di intervento più "pesanti"; inoltre, va sottolineato che alcuni progetti, in particolare quelli relativi alle attività manutentive e alla

nuova imprenditorialità, hanno uno specifico impatto positivo sull'occupazione, che resta una delle emergenze principali dell'area.

Terzo aspetto da sottolineare. Come è stato già accennato il quadro complessivo degli interventi è concepito tenendo conto soprattutto di due obiettivi che trovano puntuale corrispondenza nei contenuti dei singoli progetti:

- l'obiettivo di *fare sviluppo diffuso* e fortemente connesso al contesto locale. Si muovono in questa direzione i progetti centrati sull'area della Comunità Montana o sull'hinterland allargato (la potenziale provincia), i quali riflettono fabbisogni specifici riscontrati e definiscono un piano di nuovo sviluppo del (o dei) comprensorio (i) sulla base delle opzioni strategiche di cui si è detto (ad es. la riqualificazione del turismo, la valorizzazione dei prodotti agricoli tipici del comprensorio peligno, la rivitalizzazione dell'artigianato e della piccola impresa);
- l'obiettivo di *restituire "baricentricità strategica" al polo urbano di Sulmona*, prefigurando la costituzione di una serie di centri di eccellenza terziaria (per i servizi amministrativi o alle imprese) i cui effetti si diramano non solo sulle aree di gravitazione diretta della città, ma anche a livello regionale o extraregionale (si veda in proposito l'"authority" regionale del turismo, l'Agenzia Permanente per la Manutenzione, l'organizzazione del sistema parchi).

L'integrazione tra le diverse proposte deriva non solo dall'impianto unico del progetto di sviluppo del territorio che qui si vuole avanzare, ma anche dal richiamo, di assoluta importanza e centralità, ad una vera e propria "rete di software" per lo sviluppo locale, quale è il progetto telematico denominato "Sulmo-Tel". In questo senso non sono casuali i continui riferimenti alla rete informativa Sulmo-Tel contenuti nelle singole proposte.

Infine, va sottolineata un'importante innovazione di metodo nello strumentario proposto per le politiche del territorio. Tale novità fa perno sul concetto di *animazione dello sviluppo*, come chiave possibile di incontro tra un'offerta (di servizi, di "sportelli" ecc.) sempre più ridondante e una ricettività spesso bassa da parte del tessuto economico locale.

Fare animazione dello sviluppo significa in buona sostanza:

- superare la logica dominante dei contenitori di sviluppo (ad. es. per l'erogazione di servizi), ricchi e articolati ma "passivi" e scarsamente capaci di leggere i reali bisogni della domanda (le imprese, i cittadini ecc.);
- proporre, viceversa, modalità di intervento attive che conducano all'esplicitazione dei fabbisogni dell'utente, suscitando il suo interesse e facendogli riconoscere per diretta esperienza la necessità della proposta (nel caso dei servizi alle imprese, ad es., l'offerta "a sportello" deve essere sostituita da contatti diretti con gli imprenditori, anche tramite apposite visite in azienda);
- tenere costantemente presenti i riferimenti strategici dell'azione e su questa base adeguare di volta in volta le proposte di intervento e l'offerta di servizi (che viceversa si configura oggi estremamente rigida e standardizzata).

Il concetto di animazione dello sviluppo che, va ripetuto, trova scarsissima applicazione nel panorama attuale delle politiche per lo sviluppo locale, permea profondamente le proposte relative alla piccola impresa/artigianato, alla manutenzione, al settore turistico e al sistema parchi.

5. Per una prospettiva reale di sviluppo

Il rapporto di ricerca non esaurisce certamente l'impegno di chi ha voluto avviare questa riflessione sullo sviluppo dell'area sulmonese allargata.

Le idee progettuali contenute nel documento sono sufficientemente definite e approfondite per essere molto di più di un semplice stimolo o provocazione. Ci sono tutte le premesse, infatti, perché l'elaborazione proposta divenga materiale concreto di lavoro.

Va precisato, peraltro, che non c'è omogeneità di struttura tra i diversi progetti; in alcuni casi l'approfondimento si spinge fino alla definizione della rete dei soggetti che devono sostenere l'intervento o fino ad un'ipotesi di costo delle operazioni prefigurate (si veda "Sulmo-Tel"), in altri l'approfondimento è più sull'analisi del contesto che sull'articolazione dei contenuti. Ciò non toglie, tuttavia, che in tutti i casi lo sviluppo dell'idea supera la barriera (purtroppo consueta) della genericità e dia invece indicazioni precise, con diversi gradi di dettaglio, sulle "cose da fare".

Il passo successivo, per fare di queste proposte una prospettiva reale di sviluppo, è quello di promuovere una duplice azione:

- di verifica e di ricerca di consenso, tra gli attori economici e politico-istituzionali locali, attorno al progetto concreto di sviluppo del territorio e alla filosofia che lo anima;
- di implementazione delle singole idee progettuali (partendo evidentemente da una o due di queste) in una logica di progressiva valutazione di fattibilità, verificando tempi e risorse necessari. A tal fine sarà necessario costituire un gruppo di lavoro ad hoc che accompagni lo sviluppo delle proposte.

Bisogna infine sottolineare che alcune tra le proposte qui avanzate trovano piena corrispondenza (e con un'enfasi persino maggiore) con il quadro degli obiettivi strategici del nuovo Piano di Sviluppo

della Regione Abruzzo (in particolare, per il progetto telematico, il sistema parchi e la centralità delle risorse ambientali, l'Authority regionale per il turismo).

Tale corrispondenza costituisce uno stimolo ulteriore per dare seguito all'approccio e alle singole ipotesi di intervento, attorno a cui si è lavorato per la predisposizione di questo documento.

Parte Prima
“RIFARE SISTEMA AVANZATO”
(La ricerca di nuove vocazioni)

Premessa

In questa prima sezione viene presentato un pacchetto articolato di progetti all'interno di quattro filoni portanti: il turismo, la piccola impresa, i prodotti agricoli tipici e il cosiddetto "sistema parchi".

Tali filoni costituiscono l'asse portante della "nuova vocazionalità" di sviluppo dell'area sulmonese, sulla quale si è insistito particolarmente nelle pagine precedenti, che senza dubbio rappresenta l'obiettivo prioritario al quale ha guardato l'elaborazione di questo documento.

Per tale ragione le proposte contenute in questa sezione assumono una valenza strategica centrale per il rilancio dello sviluppo locale; non a caso in esse si combinano le due coordinate di riferimento (lo sviluppo diffuso e la nuova forza gravitazionale di Sulmona), individuate nell'impostazione dello studio sull'area.

Capitolo Primo
TURISMI A SULMONA

1.1. Introduzione

La mancata industrializzazione diffusa di alcune aree del nostro Paese ha lasciato aperta più di una strada da battere ai fini dello sviluppo socioeconomico. D'altro canto, il settore industriale ha cessato da tempo di proporsi come il più sicuro e più importante volano di una crescita qualitativa del territorio. Sempre più spesso i piani di rilancio vedono il terziario, ed in particolare il turismo, occupare una posizione centrale per ruolo ed aspettative suscitate.

La centralità del turismo appare, ove esistano le condizioni per organizzare la proposta, ampiamente condivisibile per:

- l'alta capacità di innescare processi economici anche in altri settori;
- il suo essere in molti casi un vero e proprio "detonatore" sociale, investendo positivamente la qualità della vita e stimolando i soggetti imprenditoriali più diversi;
- l'effetto di conservazione, quando non di riscoperta, delle culture locali.

Alle aree ferme ad uno stato proto-ospitale, se non inospitali del tutto, si pone solitamente una scelta fra due strade da percorrere: una che porta verso la "saturazione", un'altra che tende verso l'"armonizzazione". Per saturazione si intende quel complesso di interventi "pesanti" che vedono spesso la creazione ex-novo di strutture ricettive di grandi dimensioni ed attrezzature ed infrastrutture proporzionate. Tali interventi trovano giustificazione nella presenza di elementi naturali (mare, lago, montagna) da trasformare in prodotto da mercato di massa. A sfavore di tale opzione entrano in gioco diversi fattori che vanno dal degrado ambientale al non infrequente rapporto alto investimento/bassa redditività; senza contare la difficile flessibilità di un sistema macrodimensionato di fronte alle esigenze mutevoli e sempre meno standardizzate della domanda.

L'"armonizzazione", al contrario, investe necessariamente tutte le caratteristiche peculiari di un territorio, non solo quelle ambientali, ma

quel complesso di cultura locale, di immagine recepita che conferiscono un'identità precisa. Gli interventi sono "soft"; recuperano piuttosto che costruire; sanno offrire un prodotto personalizzato.

Prima ancora di una scelta quantitativa degli interventi è necessaria un'analisi del contesto territoriale e dei possibili referenti di mercato. Troppo spesso i prodotti turistici non hanno coerenza con i due poli (o con uno dei due) autocondannandosi al fallimento. Talvolta, ancora, i progetti vanno sopra le righe, per dimensione o importanza; talvolta si esprimono sottotono, non cogliendo le opportunità di uno sforzo destinato al successo.

1.2. Quadro di riferimento ed evoluzione naturale

L'analisi del comprensorio di Sulmona non può prescindere dalla sua collocazione regionale.

Il ruolo turistico dell'Abruzzo, se paragonato a quello di altre regioni italiane, è indubbiamente di secondo piano, nonostante il policentrismo dell'offerta naturale: mare, verde, montagne innevate. Ruolo secondario anche se alcuni centri sono ricchi di testimonianze storiche ed architettoniche. La prossimità dei bacini di mercato rilevanti (Roma, Napoli, la Puglia) ha fatto lievitare il fenomeno delle seconde case ma non ha dato pari impulso al turismo. Le località montane sono fra le più innevate della catena appenninica, il Parco Nazionale è uno dei più importanti, la costa è balneabile, eppure lo spazio che la regione trova nell'offerta dei tour operators, italiani ed esteri, è minimo.

Se si considera anche la dotazione strutturale ricettiva e di attrezzature si può tranquillamente affermare che poco o nulla è stato fatto per dare all'Abruzzo un'identità turistica, un'immagine che possa essere recepita dal mercato come luogo di vacanza. Questo, e non altri, è il primo step da superare quando si voglia percorrere la strada della valorizzazione turistica nell'area di Sulmona.

1.2.1. Il territorio e le contiguità

Non mancano documenti di studio sulle valenze ambientali del terri-

torio di Sulmona, sul patrimonio artistico e culturale, sul mercato turistico. In questa sede quindi ci si limiterà ad una sintesi estrema che vede un sistema proto-ospitale (non si può parlare di ospitalità diffusa né, tantomeno, di industria dell'ospitalità) contiguo a due poli di segno diverso. Il primo è rappresentato dal sistema proposto dalle località montane di Roccaraso, Rivisondoli ecc., ed è oggetto di flussi di vacanza non trascurabili. Il secondo è di più recenti fortune e vede il Parco Nazionale d'Abruzzo al centro di un'offerta verde, incontaminata, che rappresenta per le ultime evoluzioni della domanda un'opzione primaria.

Se si torna nell'ambito propriamente sulmonese si può verificare che:

- i centri di maggiore afflusso sono Sulmona stessa, Scanno, Campo di Giove e Villalago;
- lo standard qualitativo dell'offerta ricettiva ed il relativo indice di utilizzo sono molto bassi (21%).

A maggiore importanza è giusto attribuire maggiori responsabilità per il mancato decollo e infatti:

- la città di Sulmona sembra inconscia delle proprie potenzialità d'attrazione, come testimonia l'immobilismo della sua dimensione ospitale;
- Campo di Giove e Scanno sembrano inseguire i modelli già indicati delle stazioni montane e del parco senza trovare una propria incisività sul mercato e senza proporre lo stesso livello qualitativo.

Nel quadro rappresentato i soggetti politici e l'imprenditoria non hanno saputo elevare il complesso dell'offerta e, caso non infrequente nelle vicende turistiche italiane, hanno preferito puntare su una, sia pur magra, rendita di posizione.

1.2.2. Le tendenze

L'evoluzione del territorio, sino ad ora, sembra limitata ad una discreta attività progettuale impostata, a grandi linee, nella "Revisio-

ne al Piano di Sviluppo Socio Economico” della Comunità Montana Peligna. Rimandando ad altro capitolo l’analisi puntuale si può globalmente rilevare:

- la mancanza di un filo conduttore dei progetti; essi cadono a pioggia anziché incanalarsi su direttive precise, e gli interventi a pioggia si attagliano di solito a realtà sedimentate;
- una disomogeneità concettuale che prefigura prodotti turistici antitetici (non si possono far coesistere sofisticati itinerari “culturali” con un’offerta spartana; non si può rilanciare con la sempiterna carta del turismo sociale).

Molte delle proposte, tuttavia, hanno una ragion d’essere; fondamentale è gerarchizzarle. Tale gerarchia è insindacabilmente stabilita dal giudice più equo: il mercato.

1.3. Le due vie dello sviluppo

Una realistica presa d’atto dello stato attuale e delle possibili evoluzioni a media scadenza riconduce a due plausibili filoni di valorizzazione turistica di Sulmona e del suo territorio, solo apparentemente in contrasto fra loro. La prima delle proposte è forse quella dettata dall’opportunità, o meglio, in senso geografico, dalla contiguità di fenomeni sedimentati e maturi come quelli che investono i grandi centri di vacanze invernali (Rivisondoli, Roccaraso, ecc.) ed il Parco Nazionale d’Abruzzo. La seconda, più ambiziosa, vede il comprimario ergersi a protagonista; plasma un suo prodotto originale e lo offre ad un mercato nuovo, non solo per l’area, ma forse per l’intero ambito regionale.

L’incompatibilità, come vedremo, è solo apparente, in quanto spesso gli strumenti atti alla realizzazione della prima ipotesi tornano utili alla seconda che implica, tuttavia, un supplemento consistente in termini di investimenti.

La forma autoctona diventa in ogni caso scelta obbligata se si vuole dare solidità allo sviluppo; troppo rischiosa è infatti la dipendenza da realtà esterne già evolute, con tutti i problemi annessi all’evolu-

zione, con una parabola discendente che le leggi del mercato possono sempre innescare.

1.3.1. Il baricentro di supporto

Il crescente affollamento delle stazioni sciistiche di Pescasseroli, Roccaraso e Rivisondoli che si registra fra esercizi alberghieri e seconde case, costituisce un serbatoio di utenza dalle dimensioni ragguardevoli.

Se il dato numerico è rilevante, non meno importanti sono i mutamenti che hanno segnato le aspettative di chi trascorre una vacanza, verde o bianca che sia: cento e più modi di interpretare il loisir, cento e più le opzioni richieste. La sola attività sportiva non basta e la voglia di mondanità non è più soddisfatta da una passeggiata nel corso. Vero è che alcuni centri hanno saputo diversificare l'offerta, ma è altrettanto innegabile la potenzialità di Sulmona.

Quest'ultima, fra l'altro, non è vissuta dalle "stelle appenniniche" come un possibile competitor; è considerata piuttosto come un'occasione in più per arricchire il prodotto. Non sono infrequenti i collegamenti organizzati verso la cittadina, ad esempio, in occasione di spettacoli teatrali.

Il nodo cruciale è rappresentato dalla necessità di coordinare, in un sistema di offerta, una varietà di servizi in un centro verso cui naturalmente trabocca l'esuberanza dei nuovi turisti.

Ad un mercato a portata di mano è auspicabile che faccia riscontro:

- un miglioramento infrastrutturale, al fine di evitare il congestionamento;
- un'operazione di restyling per negozi, bar, ristoranti, discoteche, allo scopo di conferire a Sulmona una vernice di "glamour" che attualmente non ha;
- una campagna mirata di eventi, che spazino sapientemente dal frivolo al culturale, dal folklore alla modernità, per centrare, senza scadimenti di tono, i targets di riferimento.

Le ricadute economiche di un tale prospetto sono evidenti come d'altronde le sinergie con l'artigianato o comunque con altri settori. Nel periodo estivo, con opportune correzioni di rotta, il quadro è riproponibile, con felici allargamenti ad altri centri del sulmonese e ad altre realtà del territorio (i parchi di recente e prossima costituzione).

1.3.2. Splendere di luce propria

Il modello di sviluppo appena prefigurato che vede Sulmona occupare il ruolo che ha, ad esempio, Aosta, nel territorio che la circonda, può e deve essere affiancato da un secondo modello, finito come prodotto, in grado di offrirsi al mercato anche nelle stagioni intermedie.

La scommessa è quella di attrarre un'utenza del tutto nuova per il territorio, di avviare un sistema di interventi centrato su:

- la fruizione del prodotto ambiente, non destinato solamente a pochi specialisti, in un contesto ospitale e ricco di occasioni;
- una proposta di cultura, di servizi, di strutture che adotti l'*autenticità* come denominatore comune.

Il mix di questi due elementi e la centralità dell'Abruzzo rispetto a taluni bacini di mercato aderiscono a tendenze di comportamento turistico emerse negli ultimi anni:

- il tour in auto, il piacere del viaggio (anche verso destinazioni lontane) fuori stagione;
- i blitz del week-end, ovvero dei turismi velocissimi, spesso con altre aspettative di qualità che, pur incentrati sui fine settimana, investono tutti periodi dell'anno;
- la mobilità all'insegna del "c'ero anch'io" una ricerca non specialistica di eventi e di esibizioni di richiamo.

Un turismo alimentato dalla curiosità, dal moltiplicarsi delle occasioni, da istinti di "consumo" diversi da quelli praticati nella vita di tutti i

giorni ma non inferiori nella qualità. Un turismo che mette al bando le difficoltà di fruizione o, in rari casi, le riveste di snobismo elitario, e insegue sogni di ritorno all'antico con la garanzia del comfort.

La disamina della domanda è destinata per il momento al capitolo successivo ma la digressione si è resa necessaria nella proposta di uno scenario che vede Sulmona e il suo territorio occupare una posizione centrale nell'offerta; troppo spesso, infatti, i progetti di trasformazione di aree con caratteristiche simili sono orientati al prodotto, ai bisogni della comunità e non a quelli degli ospiti.

Prima di ritornare sulle tematiche del mercato e sulle "idee forti" che da esse scaturiscono, è opportuno ricapitolare alcune delle chances di valorizzazione autocentrica:

- un complesso di borghi, un centro storico ricco di attrattive, da preservare ed esaltare nelle proprie caratteristiche con inversioni di uso e un'attenta opera di manutenzione;
- un tessuto antropologico-etnografico ricco, bisognoso solo di coordinamento e di palcoscenici adeguati, accanto a molti altri spunti culturali in embrione per i quali è auspicabile uno sviluppo attento alle leggi della comunicazione (si pensi ad Ovidio, a Celestino V);
- un microcosmo ambientale variegato adatto all'appagamento paesaggistico più diverso come alla più diversa utenza sportiva, che spazia dalla montagna al lago, dai boschi ai pascoli e così via.

Ad un'osservazione attenta non sarà sfuggito che negli scenari di valorizzazione non viene mai ipotizzato uno sviluppo "hard", con macro interventi, con il sorgere di nuove strutture, volto a creare fenomeni omologhi agli affermati poli turistici contigui.

Le linee di intervento sono volutamente "soft" per:

- proporre al mercato il "plus della differenza", strategia meno rischiosa (e meno dispendiosa) dell'emulazione;
- esaltare quelle caratteristiche di autenticità, di natura incontami-

nata che rappresentano la carta vincente, non solo del Sulmonese, ma di gran parte del territorio regionale.

1.4. Le strategie prodotto/mercato

Nella seconda metà degli anni Ottanta si è assistito alla frantumazione dei comportamenti di consumo e, transitivamente, dei comportamenti nel turismo: tanti i filoni, a loro volta così frammentati da poter essere definiti galassie, che sono cresciuti (a volte più nella pubblicistica che nella pratica reale) ed hanno dato vita a nuovi fenomeni di mercato quando non hanno modificato profondamente i "Turismi" più tradizionali.

Un gradino successivo nell'approfondimento della domanda è quello dell'analisi delle motivazioni che ne stanno alla base e che, nel nostro caso, permettono di raggruppare alcune galassie di possibili utenti del Sulmonese.

Una delle motivazioni più forti tra quelle che spingono le persone ad andare in vacanza è la ricerca di rompere con il modo di vita quotidiano e di compiere quelle che gli antropologi chiamano "inversioni rituali".

Accade così che persone che vivono in luoghi freddi cerchino destinazioni calde, che chi svolge un lavoro stressante cerchi la quiete, che chi abita ai monti preferisca andare al mare e viceversa.

Accade anche che persone abituate a rincasare sempre presto amino, una volta giunte in vacanza, tirare a far tardi; che persone che vivono in un ambiente borghese vogliano entrare a vedere i palazzi della nobiltà, i musei. Siamo di fronte a comportamenti che richiedono di essere effettuati come veri e propri riti, "must", perché senza di essi la vacanza non viene vissuta davvero come tale.

L'inversione rituale non è l'unica spinta motivazionale per una vacanza, ma chi si occupa di turismo deve tenerne conto.

Ancora: l'inversione rituale rappresenta la maggior spinta motivazionale per quell'agglomerato di galassie "country oriented" in cui possiamo distinguere:

- il turismo verde tout court, nelle sue mille frammentazioni, dalle più specialistiche con pochi adepti, alle frequentazioni più allargate;
- il turismo sportivo, con le sue numerose possibilità di contaminazioni "verdi", con decine di opzioni che fanno di volta in volta del contesto "country" lo scenario o il protagonista;
- il turismo culturale orientato verso i piccoli centri, desideroso di occasioni fra le più diverse, in ogni caso alla ricerca di sensazioni che le grandi città d'arte non possono dare nella sempre più accentuata omogeneità con le metropoli.

Nel riferimento al mercato, ed al suo bisogno di inversioni, è necessaria tuttavia l'applicazione di una discriminante se non si vuole offrire un prodotto con un target potenziale limitatissimo, con ricadute economiche insignificanti.

L'inversione rituale, per un'utenza vasta, non vuol dire quasi mai rinuncia, pauperismo. Il fallimento di numerosissimi prodotti turistici, specie quelli appartenenti alla sfera "natura", è dovuto alla mancata presa in considerazione di una tendenza maggioritaria instauratasi nei comportamenti di vacanza dell'ultimo decennio che si può riassumere nella head line "gli stessi comfort di casa vostra". Head line significativa se si tiene presente quanto negli ultimi anni si sia innalzato il livello medio di vita degli italiani tanto all'esterno quanto all'interno delle proprie mura.

Un caposaldo importante di riferimento al mercato, da non perdere di vista quando si percorre la strada della valorizzazione turistica, è quello che vede premiate le offerte multi-opzionali. I comportamenti di vacanza, infatti, non costituiscono stile di vita, se si eccettuano ristrette fasce specialistiche. Accade cioè che persone che appartengono a stili di vita diversi si ritrovino nella stessa località di mare o decidano di fare equiturismo o "settimane verdi". Un prodotto maturo, di conseguenza, pur rispettando le tematiche culturali alla base della sua identità, deve essere in grado di proporsi ad un mercato sempre più onnivoro (anche se dal palato fine).

La fortuna delle località turistiche che hanno raggiunto una loro precisa identità nel mercato va in buona parte attribuita alla loro

capacità di attrarre una precisa categoria fra le tante dei possibili profili di consumatori: l'opinion leader molecolare. È, quest'ultimo, un tipo di turista che vanta una lunga esperienza di vacanza, spesso alla ricerca dell'incontaminato, del genuino, in una parola dell'autentico. Si "muove" più volte all'anno, anche in bassa stagione, dà più importanza a "cosa si fa" piuttosto di "dove si è". La sua età è di 30/40 anni, nella maggior parte dei casi è sposato con figli; il suo reddito ed il suo titolo di studio sono medio-alti.

È importante finalizzare le strategie di marketing a questo target per la sua capacità di traino degli altri, per la tendenza ad alzare le aspettative degli altri turisti. Alla sua curiosità, al suo disincanto rispetto alle sue offerte tradizionali, va proposta una "qualità al di fuori del solito giro".

È importante, una volta identificati i targets di riferimento, costruire un piano di marketing per lo sviluppo del turismo nel comprensorio di Sulmona, attorno a delle idee forti, a dei grandi argomenti di vendita.

Un'idea forte deve essere il nucleo centrale attorno al quale ruotano le diverse parti del piano. L'idea forte caratterizza il piano, gli attribuisce identità e riconoscibilità, connotati necessari per motivare sia il consumatore che chi la deve realizzare.

I prodotti/modelli atti a interpretare le idee di marketing hanno tuttavia bisogno di collanti, di valori trasversali leggibili sempre nei moduli-guida e nelle micro-proposte che devono ruotare loro intorno.

Tali valori sono sintetizzabili in "Ambiente", "Autenticità", "Sport".

Alla centralità di un'offerta ambientale nel sulmonese sono dedicati altri spazi. Ma in questa sede è opportuno sottolineare quei correttivi, quelle operazioni di packaging, che trasformano una risorsa naturale in prodotto.

L'insistenza sul territorio di numerosi parchi rappresenta una chance irripetibile per agevolare e moltiplicare le occasioni di fruibilità di un prodotto già abbozzato.

In particolare con:

- un processo di razionalizzazione e di ampliamento di tutti quei pacchetti all'insegna della natura - spettacolo che permettono un approccio facile, non specialistico (si pensi a quei parchi pieni di sentieri guidati e di sorprese, di attrezzatura tecnologica e dolce, di guide e di materiale illustrato);
- la predisposizione di eventi che abbiano i parchi stessi come scenario, anche se non direttamente legati all'ambiente (concerti di musica classica, vernissages, etc.);
- la creazione, per converso all'ampliamento della fruizione, di zone santuario, inaccessibili ai visitatori, per stimolare la curiosità ed accrescere il fascino.

Un tessuto diffuso di attività legate alla pratica sportiva e altamente raccomandabile per lo sviluppo turistico del territorio.

La strada da seguire è quella di trasformare le miriadi di proposte spesso non collegate in un sistema complesso, ricco di integrazioni con altre modalità di loisir e soprattutto lontano da opzioni riservate esclusivamente a pochi eletti. Si pensi ai percorsi trekking di 6/7 ore, irti di difficoltà e vi si contrappongano delle possibilità di approccio morbide. Si creino dei sentieri privilegiati per l'equiturismo ma facili da percorrere anche per un principiante, ricchi di diversivi e punti di ristoro con un servizio di guide-istruttori, che sappia animare le passeggiate.

E la stessa logica è esportabile nel mondo del mountain bike, del parapendio, dell'orientering, del tiro con l'arco e così via. Fondamentale a moltiplicare ed organizzare le occasioni senza pretendere che privilegiare una sola disciplina, per quanto "di moda", possa decidere di un destino turistico (ed il riferimento è all'equiturismo, idea della quale si abusa quando si dispone di spazi verdi, senza riscontrare le reali potenzialità di mercato).

Il contesto professionale e del tempo libero di chi vive nelle città è sempre più moderno, nei ritmi, nelle macchine, negli oggetti, nei riti sociali. Da qui ecco nascere la ricerca di contesti, ritmi e riti differenti anche se questi tuffi nell'antico durano solo lo spazio di un week-end.

Chi abitualmente consuma lunch frugali e coffee-break indulge a pasti lunghi, in ambienti tipici, vuole scoprire antiche ricette contadine. Chi si muove in un contesto tecnologico si dedica alla scoperta della manualità e dell'artigianato come chi è abituato alla mondanità delle metropoli gode delle feste di paese, dal remoto sapore pagano.

Una voglia di antico che investe anche settori diversi del turismo e che interessa fasce di mercato esigenti che possono e vogliono concedersi il meglio, sia pure avvolto in un'aura di semplicità.

È evidente che la messa a punto di un'offerta autentica richiede interventi sofisticati ed attenti soprattutto in quelle aree (e Sulmona vi è inclusa) dove all'antico, quasi per esorcizzarlo, si sovrappone la modernità, e, quando sopravvive in qualche forma, sconfina nel pauperismo.

I consumatori degli anni '90 vogliono qualcosa di diverso, non qualcosa di meno. A titolo di esempio si rammentino i fenomeni instauratisi in talune aree della Toscana e del Trentino.

1.4.1. Le locande: un modulo di ospitalità oltre l'agriturismo

L'“idea forte” è di dare vita ad un modello di struttura ricettiva che dia il segno dell'ospitalità della “qualità fuori del grande giro”, faccia capire cioè che cosa significa e la interpreti. Un modello che dovrà essere:

- estremamente personalizzato, in modo da far leva sull'originalità così appetita dal mercato;
- almeno in parte standardizzabile, ripetibile sul territorio, dando, con un nome (un marchio che potrebbe essere “locanda”), una garanzia di atmosfera e di qualità;
- sostanzialmente collegato al sistema di offerta extraalberghiera del territorio e, in particolare, al contesto ambientale più prossimo alla struttura.

Adatte a questo modello sono le masserie, i castelli, i palazzi dei

borghi, presenti in buon numero nell'area.

Strutture pensate con:

- poche camere;
- una cucina genuina, "antica", interpretata e varia;
- una cura del contatto umano che faccia sentire i turisti come gli ospiti.

A tali caratteristiche andranno affiancati servizi di livello medio-alto ed occasioni "fuori albergo" come percorsi attrezzati, partecipazione a tradizioni locali, attività sportive, approccio all'artigianato.

1.4.2. "School Village": la didattica del ritorno alle origini

La presenza nel territorio di piccoli borghi antichi, semi - abbandonati ma inseriti in ambienti paesaggistici di notevole attrattiva offre lo spunto per un modello dove ospitalità, culturale locale, artigianato e attività didattiche che da esso possono scaturire, convivano fianco a fianco.

Questa ripetizione dell'antico "Pagus" avrà caratteristiche tali da immergere l'escursionista o l'ospite di una o più settimane in un'atmosfera ormai lontana nel tempo dove si conservino gelosamente attività di pregio (ceramica, tessitura, "lavorazione a tombolo"), folklore, attività agricole.

Tali rivisitazioni possono trovare ragione di esistere nella didattica, nella vendita di prodotti, nella vita culturale che inevitabilmente finirebbero per attrarre residenti di lustro.

Fondamentale per la realizzazione di tale progetto è il rigore dell'intervento architettonico. Sarebbe impensabile camminare per le vie del borgo e vedere sui tetti antenne televisive e fili dell'energia elettrica. Le strutture abitative potranno essere dotate di ogni comfort ma dall'esterno l'effetto che il tempo si sia fermato deve essere salvaguardato. Il recupero degli edifici sarà teso a cancellare le even-

tuali tracce di modernità. In tale operazione sarà opportuno predisporre:

- un parcheggio da collocare all'esterno del villaggio, magari da nascondere nel verde, visto che nessun veicolo a motore potrà circolare all'interno;
- spazi adatti alle attività didattiche, botteghe laboratorio, e soluzioni ricettive che vadano dai miniappartamenti all'albergo "in stile";
- punti di ristoro tipici, ad alto tasso qualitativo;
- un sistema di eventi culturali, purché "in tema", in modo da fungere da cassa di risonanza al fenomeno.

Importante, altresì, è l'equilibrio antropologico da conservare, garantendo le unità abitative a chi vive nell'area, e regolando una quota destinata all'uso di seconda casa.

1.4.3. Un'Authority regionale

Il terzo modulo oggetto delle strategie di sviluppo non è legato direttamente agli scopi dell'incremento della quantità e della qualità dei turismi nell'area di Sulmona. Esso prende corpo dalla già lamentata assenza di un organismo centrale che regoli, asseconi e promuova le attività turistiche regionali. Un nucleo pensante che raccordi i sistemi di offerta ospitale dell'Abruzzo e ne organizzi la distribuzione. Il nuovo Piano di Sviluppo della Regione Abruzzo prevede la costituzione di un simile organismo.

Sulmona può autorevolmente candidarsi a tale ruolo per le sue caratteristiche di medio centro, parzialmente industrializzato, equidistante fra il polo della montagna e quello del mare. Il progetto esistente di trasformare la cittadina a capitale telematica della regione aggiunge un peso ulteriore di attendibilità all'ipotesi, ove si consideri l'importanza che la telematica ha assunto nel turismo.

Attività non secondarie, ma di complemento, potrebbero essere quella di osservatorio e di formazione. Quest'ultima in particolare

troverebbe una palestra adeguata nella realizzazione e nella gestione delle due idee prefigurate.

Gli esempi da seguire non mancano dalla "Trentino Holidays" all'Agertur Emiliano Romagnola, dall'organismo a composizione mista a quello pubblico. Nel caso di Sulmona parrebbe più indicata la prima formula, forse la più capace di dare all'imprenditoria locale (e di stimolarla) la responsabilità e il ruolo che le compete nel disegno degli scenari di turismo in Abruzzo.

1.5. Analisi puntuale delle linee di intervento

1.5.1. Attitudine sociale

Sarà necessario favorire:

- le P.R., gli scambi con l'estero, con le Università, i gemellaggi, in modo da promuovere una "Sulmona, città di cultura";
- un sistema di eventi, da quelli più saldamente legati alla tradizione locale ai più mondani, per conferire un tocco di glamour;
- una vera e propria "formazione sociale", con corsi per gli addetti all'industria dell'ospitalità, per imprenditori, per manager pubblici.

La creazione e l'affinamento di nuove figure professionali è stata spesso la leva di modelli di successo. La riappropriazione delle attività artigiane da un lato e la costituzione di un corpo di "giubbe verdi" (figura vicina alla guardia forestale per competenza ambientale e compiti di conservazione ma riciclabile come guida turistica dei parchi perché sa "comunicare" e sa "animare") è particolarmente appropriata alle caratteristiche peculiari del territorio.

1.5.2. Valenze paesistico ambientali

Fra i progetti esaminati va criticamente vagliata l'opportunità di dar vita a nuovi impianti di risalita, a causa degli alti costi ambientali e del relativo riscontro economico. Altamente raccomandabile, inve-

ce, è una normativa tesa a limitare i danni della micromobilità e dell'escursionismo. Alcune zone parco, ad esempio, potrebbero fissare un numero chiuso di visitatori, accrescendo addirittura il potere di richiamo.

Punto qualificante per la valorizzazione paesistica è costituito da un'attenta manutenzione e dal recupero dei centri storici e dei piccoli borghi (Sulmona, Scanno, Pacentro, Anversa, Castrovalva, per citarne alcuni).

Castrovalva, in particolare, sembra la sede più opportuna dove realizzare l'idea guida dello "School Village" (Labro, al confine fra la provincia di Terni e quella di Rieti, rappresenta un validissimo esempio dal punto di vista architettonico).

1.5.3. Le strutture ricettive

Alcuni progetti, fra quelli approvati, prevedono nuove strutture per il turismo sociale.

Come è stato precisato in altri momenti tale opzione non è sempre la più raccomandabile per i bassi redditi prodotti e per un certo alone pauperistico che finisce per deprezzare una destinazione. Considerato lo standard medio della ricettività del territorio si potrebbero utilizzare diverse strutture preesistenti, evitando, per quanto possibile, le "contaminazioni" fra le diverse tipologie di utenza.

Un miglioramento dello standard alberghiero di Sulmona e Scanno deve essere incoraggiato mentre le "locande", il nuovo modello di ospitalità, possono nascere:

- nella piazza centrale di Sulmona o in un edificio adiacente;
- nell'abbazia di Sulmona (attualmente adibita a carcere);

1.5.4. Infrastrutture

La città di Sulmona, la grande piazza che ben ne rappresenta il

centro storico, hanno bisogno di parcheggi che lascino libero dagli autoveicoli il complesso di vie, palazzi e piazze. Allo stesso scopo dovrebbero nascere dei parcheggi, magari celati nel verde, nei pressi di tutti i borghi di un certo interesse.

Il progetto di miglioramento della viabilità della S.S. 479 del Sagittario è accettabile se la strada 89 by-passerà il paese di Anversa, magnifica anticamera alla valle. È sempre utile tener conto che il turismo "non passa" solo ed esclusivamente con i bus da 50 posti.

1.5.5. Attrezzature

Nella revisione del P.S.S.E. della Comunità Montana sono indicati dei percorsi di alto valore paesaggistico; essi andrebbero realizzati con una sentieristica soft, ben segnalata, animata da cartelli didattici, ricca di puntisosta attrezzati. Il punto d'arrivo ideale è costituito da un sistema coordinato e collegato di strutture e percorsi finalizzati alle più diverse attività sportive: dal tiro con l'arco alla mountain bike, dall'equitazione all'orientering.

1.5.6. Servizi

Fra le urgenze è possibile individuare la necessità di:

- predisporre un complesso di punti di informazione, accoglienza ed assistenza ai turisti da localizzare strategicamente;
- stimolare un miglioramento qualitativo (con un occhio allo charme di provincia) di negozi, punti di ristoro veloci e ristoranti nel centro di Sulmona.

Per la gastronomia, che ha tanta parte nel successo di alcuni territori, bisognerebbe favorire il recupero dell'antico, del genuino (ma senza scivolare nella sciatteria o nella ripetitività), ricreare atmosfere d'altri tempi, sottolineare i legami fra cibo e cultura. Almeno a Sulmona è auspicabile la presenza di uno o due ristoranti di lusso.

Sarà altresì opportuno facilitare la pratica di attività sportive ai dilet-

tanti predisponendo centri di istruzione per equitazione da campagna, per la canoa, per il parapendio, per la mountain bike, etc., nei quali prestino servizio delle "giubbe verdi".

Al fine di decongestionare la rete stradale e di facilitare i collegamenti, è conveniente l'istituzione di un servizio di bus-navetta nelle due direttrici strategiche: Roccaraso - Rivisondoli e Parco Nazionale d'Abruzzo.

1.6. Elementi di proposta per un piano di promozione e vendita

Localizzata a Sulmona la sede di un Authority regionale, ad essa direttamente o ad una sua diramazione decentrata, vanno demandate tutte quelle attività di promozione e distribuzione del prodotto nella sua omogeneità.

L'identificazione del soggetto non è questione secondaria in quanto a fronte di un'offerta pluriopzionale ma con un'identità ben definita è necessario raggiungere i bacini di utenza con messaggi e strumenti che operino energicamente.

1.6.1. Dall'immagine spontanea all'immagine coordinata

Solo un'attenta strategia di comunicazione può conferire al Sulmonese un'immagine turistica, che può permettergli di essere "venduto".

Attualmente l'immagine è il frutto di una serie di messaggi spontanei, insiti nel prodotto o lanciati, disarticolatamente, dai soggetti operanti. Gli obiettivi di marketing in realtà, si raggiungono con il coordinamento dell'immagine, allo scopo di avvolgere il prodotto in una "confezione" che si faccia notare dai turisti potenziali.

1.6.2. Un nome ed un marchio

Il nome è il primo dei nodi da sciogliere vista la sua capacità di far scattare le associazioni mentali ed i desideri, fonte primaria della

scelta di una destinazione di vacanza. "Sulmona" ha sicuramente una sua riconoscibilità, il problema si pone piuttosto per il territorio che la circonda.

Altro nodo cruciale è rappresentato dal marchio: l'elemento unitario dell'immagine. Esso dovrà sintetizzare graficamente, magari insieme ad una head line, l'intero complesso del prodotto sulmonese.

Al marchio ed alla politica di marca andranno ascritti:

- lo stimolo a ricomprare, una volta riconosciuto, il prodotto;
- un'attività volta a garantire uno standard qualitativo dei servizi offerti.

A sottolineare l'importanza di un marchio si pensi alla "grande mela" per New York.

1.6.3. Strategie di comunicazione

Attraversando le grandi aree della comunicazione:

- promozione;
- pubbliche relazioni;
- advertising;
- direct marketing;
- sponsorizzazione.

L'attività promozionale deve essere impostata su di un duplice fronte: interno ed esterno. Il primo è volto a riscuotere consensi ed attenzione dei residenti verso il turismo.

A stimolare l'imprenditoria locale sul fronte esterno sono utili:

- le offerte di soggiorni gratuiti per opinion leaders, giornalisti, responsabili di associazioni;

- seminari itineranti per pubblici mirati, con trasferimento assistito da personale specializzato in grado di illustrare valenze turistiche, storico - ambientali, opzioni sportive, etc.
- partecipazioni alle borse turistiche scegliendo le più significative, con una presenza qualitativamente coerente a questa strategia.

Le armi della pubblicità tradizionale saranno atte a suscitare una prima fase di curiosità nel mercato e supporteranno il "lancio" della novità. All'advertising, tutto sommato di scarso peso nell'influenzare le scelte di vacanza, andranno presto preferite le attività di marketing diretto.

La razionalizzazione e l'ottimizzazione di media "naturali" come il telefono, la corrispondenza, contatti personali, rappresenta lo strumento più efficace per gli operatori incoming. Un mailing mirato, l'offerta di "carte di credito" del turismo: tutto può scaturire da una campagna di vendita permanente.

1.6.4. Distribuzione

Nei primi tempi la tipologia di distribuzione dei prodotti non potrà essere altra che quella diretta. Una maggiore maturità e più alti livelli qualitativi richiedono tuttavia canali di vendita più lunghi: il sistema di intermediazione.

Un sistema che sino a pochi anni fa sembrava puntare esclusivamente sulle destinazioni di massa, sulle volgarizzazioni, si è arricchito ora di mille sfaccettature e di proposte personalizzate.

Allegato

Sulmona, la città dell'amore: idea per un marchio

In un mercato saturo di offerte molto spesso ripetitive, è necessario portare idee vincenti, "chiassose", per condurre una politica di marca con alte probabilità di successo. Un marchio dunque, e una politica di marca, strettamente correlata al territorio, alle sue caratteristiche non solo ospitali, ma anche culturali ed economiche.

Per Sulmona essere la città natale del poeta Publio Ovidio Nasone rappresenta una chance irripetibile per proporsi come città dell'amore.

La domanda, specie nelle sue fasce alte, è sempre più ghiotta di occasioni di cultura. In alcuni paesi stranieri l'attenzione verso i protagonisti delle lettere antiche è sempre molto alta (segnatamente negli USA, nella Gran Bretagna, nella Germania) e fornisce l'opportunità di convegni di studiosi di livello internazionale.

Tuttavia manifestazioni altamente specializzate non possono da sole fare da cassa di risonanza, vi è necessità di canali di comunicazione più ampi e diramati; ma il filone Ovidio-amore è di per se inesauribile. Si pensi alla eco di manifestazioni letterarie (con relativo battage di comunicazione) con premi sulla narrativa, alla capacità d'attrazione di mostre sull'arte "dell'amore" e, ancora, a prime cinematografiche sul tema. Il tutto richiederà una linea di condotta prudente che sappia oscillare, senza cadute di gusto, dal sacro al profano.

Giova ricordare che l'evoluzione dei comportamenti, indotta anche dal recente "spettro" dell'AIDS, favorisce i fenomeni dell'eroticismo "parlato" piuttosto che vissuto, dell'amore "istituzionale" piuttosto che trasgressivo. Importante, quindi, che la politica di marchio si rivolga anche alle famiglie, agli sposi (e non dimentichiamo che Sulmona è già la "città dei confetti").

Altra chance importante viene dal territorio, potenzialmente adatto ai week-ends "romantici".

Tale idea dovrebbe giovare dei più larghi supporti promopubblicitari attraverso trasmissioni televisive, redazionali mirati e campagne di P.R. ad ampio respiro.

Da pochi elementi (l'idea in sé merita altri spazi, altre profondità) è possibile prefigurare, come si è visto, uno scenario entusiasmante ma è necessario anteporre ad uno spiegamento così ricco di forze sul fronte di una battaglia di marketing vincente, un armonico sviluppo dell'ospitalità del territorio che, attualmente, denuncerebbe un divario troppo grande fra immagine proposta e realtà del prodotto.

Capitolo Secondo
I PRODOTTI TIPICI DELL'AGRICOLTURA PELIGNA

2.1. Introduzione

2.1.1. Inquadramento delle caratteristiche dell'agricoltura della Valle Peligna

Nel presente capitolo vengono analizzate le caratteristiche del settore agricolo della Comunità Montana della Valle Peligna con particolare attenzione alla valorizzazione dei prodotti tipici su alcuni dei quali vengono sviluppate considerazioni di carattere tecnico - economico.

L'esigenza di tale specifico approfondimento è il naturale corollario della riflessione per un diverso sfruttamento del territorio avviato nel capitolo precedente, in cui sono stati evidenziati i risvolti turistici di questa nuova strategia di valorizzazione delle risorse paesistico-ambientali.

Questa analisi quindi non vuole essere esaustiva nei confronti dell'intero comparto agricolo ma mette a fuoco alcune tematiche connesse ad ipotesi di sviluppo di determinati prodotti, finalizzate a risolvere una situazione che sta subendo una grave crisi a causa dei mutamenti socio - economici in atto.

Come premessa iniziale, prima di affrontare gli argomenti in dettaglio, vanno evidenziati alcuni punti fondamentali che condizionano qualsiasi tipo di intervento nel settore che tende a modificarne l'attuale assetto.

I problemi connessi alla struttura della proprietà fondiaria, condizionata da gravi fenomeni di frammentazione e polverizzazione soprattutto nelle aree collinari e montane che maggiormente interessano l'area di indagine, sono assai gravi, raggiungendo aspetti di vera e propria patologia fondiaria che rende vano qualsiasi intervento strutturale.

Tale fenomeno, legato al notevole invecchiamento dell'età della popolazione agricola, dovuto alla spopolamento che ha interessato soprattutto i giovani, indirizzati verso altre prospettive, non crea certo premesse positive per ipotesi di sviluppo organico del settore.

È altresì diffuso il fenomeno del part-time che mantiene l'attività agricola a livelli accettabili e modera parzialmente gli effetti negativi dovuti alle considerazioni sopra descritte.

Tali brevi puntualizzazioni sono necessarie per chiarire il motivo della scelta di analizzare le prospettive di valorizzazione di prodotti tipici locali, il cui eventuale sviluppo è meno condizionato dai macrofenomeni sopra descritti ma si possono ipotizzare interventi costruttivi indipendenti.

2.1.2. Prospettive per la valorizzazione dei prodotti tipici locali

La problematica connessa alla valorizzazione dei prodotti tipici è oggi di grande attualità in quanto legata alle nuove esigenze dei consumatori che si stanno sempre maggiormente orientando verso prodotti che si discostano in qualche modo dallo standard dell'industria agro alimentare.

Nelle ipotesi di sviluppo di aree geografiche ben definite, ottimamente si collocano gli interventi tesi a valorizzare le peculiarità di prodotti che sono tali in quanto ottenuti da lavorazioni di tipo artigianale o piccolo industriale.

L'importanza economica nelle aree marginali è consistente e valida non soltanto dal punto di vista del reddito ma anche per gli effetti indotti sui fenomeni sociali.

Purtroppo gli effetti positivi sono spesso annullati dalla concorrenza estera di prodotti simili ma industriali contro i quali, a volte, non basta neppure la difesa offerta dai marchi di qualità.

Brevemente si riportano gli aspetti positivi e negativi del problema.

Come aspetti positivi:

- si utilizzano tecnologie morbide (mild o soft technology) nei confronti dell'ambiente in quanto non prevedono grosse strutture di produzione;
- è garantita l'integrità e la naturalità del prodotto attraverso l'uso

delle citate tecnologie che non modificano le caratteristiche biochimiche originarie del prodotto;

- è previsto nella trasformazione l'uso di starters naturali che spesso associano il prodotto all'area geografica;
- comportano uno scarso uso di tecnologie industriali.

Al contrario, come aspetti negativi:

- dimensioni ridotte del volume della produzione che riduce la concorrenzialità con gli altri prodotti;
- difficoltà di controllo dei processi di trasformazione e della qualità della materia prima che proviene da svariati produttori spesso operanti con tecniche diverse;
- minore durata commerciale e minore conservabilità rispetto agli ordinari standard commerciali.

Questo fatto presuppone quindi un consumo dei prodotti nel luogo di produzione che devono necessariamente inserirsi in un contesto turistico o agriturismo.

Vi è attualmente un'inadeguatezza normativa che crea diffidenza da parte dei consumatori anche nel caso di istituzione di marchi o certificati di origine.

In seguito a questa breve elencazione risulta evidente la necessità di decisi interventi strutturali e normativi per il rilancio del settore, destinati a garantire l'igiene dei prodotti e di tutta la catena produttiva, alla creazione di sistemi di controllo e alla definizione di parametri oggettivi di valutazione delle caratteristiche di qualità e i relativi standards.

Sono necessarie altresì azioni di difesa e promozione nonché iniziative atte a migliorare le tecniche di confezionamento e controllo.

Tali azioni devono avere il preciso scopo di evidenziare l'esistenza di due prodotti: il primo, ottenuto con tecniche tradizionali e quindi strettamente correlato con la materia prima di partenza; il secondo,

industriale, in cui prevalgono le modificazioni chimiche rispetto alla qualità della materia prima.

Infine, giova ricordare che l'attuale tendenza della normativa CEE relativa alla istituzione di marchi a tutela dei prodotti è quella di garantire al consumatore la "sicurezza d'uso" e non tanto la "qualità" che presuppone delle valutazioni soggettive continuamente in evoluzione in quanto legate a fenomeni culturali.

Di conseguenza è compito delle realtà locali di procedere alla valorizzazione dei propri prodotti esaltandone i caratteri di tipicità e quindi di differenza rispetto agli standards.

La realtà che si sta analizzando nella presente relazione si presta ottimamente a delle ipotesi progettuali in tale direzione in quanto è interessata da prospettive di sviluppo legate all'ambiente e al turismo che pongono le basi per una rivitalizzazione del settore agricolo.

Gli attuali orientamenti relativi all'agriturismo, nei confronti del quale è stata istituita una legge regionale (L.R.N. 18 del 24/1/1984), e all'agricoltura biologica o naturale, sono senz'altro positivi in realtà di questo genere in quanto offrono gli spunti culturali necessari per un eventuale sviluppo.

Non è questa la sede per analizzare a fondo questi problemi che coinvolgono settori più ampi, ma basta ricordare che la ricettività turistica e l'ospitalità offerta in una zona sono legate strettamente, laddove non esistono infrastrutture create ex-novo, con l'ambiente dove si collocano, il mondo rurale e il suo patrimonio.

2.1.3. Scelta delle colture

In seguito alle indispensabili considerazioni preliminari espresse nei punti precedenti sono state scelte alcune colture su cui valutare delle ipotesi progettuali destinate al rilancio del settore agricolo dell'area Peligna.

Per alcune di esse (aglio rosso di Sulmona, mele, pesche, tartufi, vite) le indagini sono state più approfondite mentre, per altre (cilie-

gie, colture orticole, piante officinali, frutti minori e olivo), l'analisi è stata più generica ma eseguita con lo stesso schema in quanto inserite in un'identica problematica di sviluppo: è quindi parso opportuno esaminarle per una visione più completa ed omogenea dell'argomento.

Per ogni coltura è stato definito l'inquadramento agronomico, la vocazione della zona, il tipo di mercato e le prospettive di valorizzazione inserite nel contesto accennato nella parte introduttiva.

2.1.4. Le risorse idriche e l'agricoltura peligna

Nello studio della zona a cui fanno riferimento le ipotesi progettuali per il rilancio del settore agricolo assume prioritaria importanza l'individuazione di vincoli che possono vanificare la realizzazione degli interventi.

Fra questi, il problema delle risorse idriche e della disponibilità di acqua nei mesi di deficit, è senz'altro fondamentale perché indirizza marcatamente lo sviluppo del settore.

Dalle informazioni raccolte presso gli enti preposti e dall'analisi dei dati climatici e dei relativi indici elaborati al fine di individuare il percorso di stress idrico, si possono individuare due ordini di problemi a seconda delle aree interessate:

- 1) Le aree di pianura servite dalla rete dei consorzi di bonifica.
- 2) Le aree collinari e sub-montane a clima molto variabile a causa della diversa influenza reciproca dei suoi fattori climatici.

Nelle aree di pianura della Valle Peligna la disponibilità idrica per l'agricoltura è fondamentalmente basata sull'apporto di tre fiumi (Aterno - zona NW, Sagittario zona W, Gizio - zona S-Se).

Vi è anche la presenza di alcune vasche di raccolta parzialmente utilizzate o in via di attivazione.

Considerando il periodo di reale fabbisogno idrico delle colture che

si aggira intorno ai 3-4 mesi, concentrati nel periodo estivo, non sembra, in base alle informazioni raccolte, esserci un problema di quantità di acqua ma di organizzazione della distribuzione, ostacolata a volte anche da impedimenti di carattere burocratico.

La portata dei fiumi indicati, in particolare del Gizio, è sufficiente anche perché alimentata dalle montagne limitrofe nei periodi più critici, ma la reale disponibilità va ancora razionalizzata.

Nelle aree collinari e sub-montane, pur essendoci marcate differenze microclimatiche relative soprattutto alla distribuzione e alla frequenza delle piogge, il problema delle risorse idriche va affrontato tenendo conto in primo luogo dei fattori morfologici e pedologici che caratterizzano tali aree.

Le pendenze e il ridotto spessore dei terreni limitano notevolmente la possibilità di irrigazione nei periodi critici.

Di conseguenza, queste aree soggette a periodi di deficit di precipitazioni e con scarsa capacità di immagazzinamento dell'acqua, sono più limitate delle altre da questo punto di vista.

Va tenuto presente, tuttavia, che le ipotesi progettuali indicano delle colture con caratteristiche di rusticità e di adattamento ad un determinato ambiente, il cui risultato produttivo è legato strettamente ad esso e quindi vanno limitati al massimo gli interventi di forzatura come appunto l'irrigazione.

Ciò non toglie che un problema legato alla risorsa idrica si pone come emergenza per l'agricoltura peligna nel suo complesso.

2.2. Le schede progettuali

2.2.1. Aglio rosso di Sulmona

La coltura dell'aglio rosso di Sulmona si colloca prioritariamente in questa analisi in quanto è senz'altro suscettibile di interventi per la sua valorizzazione di sicura efficacia per merito della tradizione agricola che l'ha mantenuta nel tempo.

L'aglio rosso è infatti concordemente valutato come aglio di notevole pregio, caratterizzato dal bulbo di grandi dimensioni, precocità di raccolta, ricchezza di oli essenziali.

Ha caratteristiche commerciali di notevole interesse e viene infatti quotato sulle piazze più nazionali importanti con prezzi simili o migliori ad altri agli, in particolare quelli bianchi del nord che detengono una grossa quota di mercato.

La vocazione della zona è senz'altro idonea a tale coltura sia dal punto di vista climatico che pedologico in quanto non vi sono limiti, soprattutto nella fascia di pianura o della bassa collina, che condizionano l'esito delle coltivazioni.

Il clima mite e la buona permeabilità dei terreni sono condizioni favorevoli.

Accanto a questi fattori si affianca il tipo di azienda agricola prevalentemente a conduzione diretto-coltivatrice con superficie media molto ridotta.

I piccoli appezzamenti, la concentrazione delle operazioni colturali, prevalentemente manuali, sono condizioni che hanno da sempre facilitato la permanenza di questa specie che fornisce una percentuale consistente della PLV agricola della zona.

Accanto a queste considerazioni positive non mancano quelle negative che frenano una espansione che poteva essere più ampia e rapida.

L'instabilità del prezzo di mercato, sottoposto a congiunture legate a problemi nazionali ha sempre frenato gli entusiasmi; la variabilità genetica delle varietà coltivate, suscettibili a volte di gravi attacchi parassitari, pone gravi problemi all'agricoltore. La difficoltà di meccanizzare le operazioni di semina e di raccolta è un grosso limite per la diffusione in aree dove manca la disponibilità di manodopera.

Da alcuni anni si sta cercando di dare risposta costruttiva a questi problemi tramite sperimentazioni, ricerche e studi finalizzati.

I risultati sono stati positivi sia per quanto riguarda la definizione di un ecotipo stabile da coltivare con successo senza richiesta di onerosi interventi chimici; lo sviluppo della meccanizzazione va ancora approfondita in quanto sono notevoli i problemi da risolvere anche per la mancanza di macchine specifiche per il settore.

Le prospettive sono comunque incoraggianti.

Per gli aspetti commerciali, i fenomeni congiunturali dovrebbero essere mitigati dall'istituzione di un marchio di qualità che permetta di entrare nel mercato dei prodotti tipici e attenuare così la concorrenza di prodotti simili.

Sono quindi evidenti le potenzialità di questa coltura che, radicata nella tradizione agricola della zona, offre ulteriori possibilità di sviluppo e di consolidamento nella realtà economica locale, sia attraverso la destinazione per il consumo diretto che per l'industria farmaceutica ed erboristica.

2.2.2. Mele

La coltura del melo era diffusa nella valle Peligna per l'adattabilità della specie all'ambiente pedoclimatico ma ha subito un progressivo abbandono a causa della concorrenza della frutticoltura industriale realizzata soprattutto nel Nord-Italia che ha saputo valorizzare le sue produzioni sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo.

La riscoperta delle varietà locali come esempio di produzione tipica è da anni oggetto di studi e ricerche finalizzate soprattutto ad opera degli istituti di ricerca del M.A.F..

L'E.R.S.A. Abruzzo ha recepito tale indirizzo e ha iniziato una serie di sperimentazioni con la consulenza dell'Istituto di Frutticoltura di Roma, in alcune aziende dislocate in varie provincie per la realizzazione di frutteti dimostrativi impiegando varietà locali innestate su una serie di portinnesti selezionati.

Le prove sono iniziate nel periodo 1986-1989 e sono quindi ancora agli inizi, ma le indicazioni che si possono trarre sono già positive an-

che perché valutano aspetti agronomici delle varietà locali trascurati da decenni e che hanno reso la coltivazione, se attuata con i metodi tradizionali, irrealizzabile dal punto di vista economico.

È questo, quindi, un aspetto dell'agricoltura peligna suscettibile di una reale valorizzazione se progettata nel rispetto delle indicazioni già citate relative alla definizione della tipicità, della zona geografica di produzione e dell'istituzione di marchi di qualità.

È una strada percorribile in quanto già sperimentata con successo in altre regioni seppure con volumi di produzione notevolmente superiori (ad es. Trentino); le varietà locali citate, in particolare la limoncella, sono già apprezzate e richieste sul mercato locale e offrono interessanti prospettive economiche.

La commercializzazione non presenta problemi in quanto non richiede grosse infrastrutture oltre i magazzini di conservazione e tale tipo di coltura bene si inserisce in strutture fondiarie così frammentate.

2.2.3. Pesche

Quanto affermato per i problemi generali della frutticoltura parlando del melo, può essere ripetuto in egual modo per il pesco.

Anche per questa specie sono stati realizzati dei campi dimostrativi dall'E.R.S.A. di cui uno situato nella Valle Peligna.

La scelta della varietà è stata condizionata dalla situazione del mercato del pesco che presenta grosse crisi di sovrapproduzione nei mesi di luglio e agosto mentre offre discrete possibilità nei periodi più tardivi.

Anche per questa coltura valgono quindi le conclusioni fatte per il melo, in quanto l'impostazione del problema è identica.

Maggiori problemi si possono riscontrare per quanto riguarda la commercializzazione e la conservazione, data la maggiore delicatezza del frutto alle manipolazioni. A ciò si può ovviare con una

buona organizzazione della distribuzione che ha come ambito prioritario il mercato locale.

2.2.4. Ciliegie

Anche per questa specie hanno significato le stesse considerazioni espresse per il melo e il pesco, accentuate in alcuni aspetti per particolari caratteristiche della pianta.

L'elevata vigoria e l'impossibilità di meccanizzare le operazioni di potatura e di raccolta hanno portato ad un rapido abbandono della coltura che è rimasta presente solo in zone dove la tipicità è riconosciuta dal consumatore e crea quindi la possibilità di spuntare prezzi remunerativi.

Identica impostazione è stata data dall'E.R.S.A. per la soluzione dei problemi, realizzando campi dimostrativi di cui uno localizzato a Raiano, in cui sono coltivate in prova alcune varietà simili a vecchie varietà locali tipo la durona di Raiano, ma con caratteristiche agronomiche più omogenee.

Anche in questo caso i risultati sembrano incoraggianti sia per la destinazione al consumo fresco che per la trasformazione.

Il ciliegio ben si presta a valorizzare zone sub-montane per la sua elevata resistenza a condizioni climatiche poco favorevoli ad altre specie e, di conseguenza, a fornire un prodotto che ha bisogno di minori interventi volti alla difesa fitosanitaria.

Ci sono quindi le premesse per ipotesi di valorizzazione anche per la tradizione agricola ancora presente.

2.2.5. Tartufi

L'Italia è il primo Paese esportatore di tartufo nel mondo: nell'87 ne sono stati venduti all'estero ben 50 quintali ad un prezzo oscillante, per il bianco, fra i 3 e i 5 milioni al chilogrammo. La coltivazione dei tartufi consente innumerevoli vantaggi e, come tale, è prevedibile

una forte espansione in Italia e soprattutto nelle Regioni vocate per la loro produzione.

C'è da considerare però che l'areale di produzione dei tartufi pregiati e soprattutto del tartufo bianco è molto limitato. Vivono solo nel Bacino del Mediterraneo ed in questo ambito solo su superfici limitate. La produzione attuale, inoltre, è sufficiente solo per il consumo interno e non soddisfa minimamente le richieste del mercato europeo e mondiale.

Il mercato del tartufo è inoltre particolare, in quanto svincolato attualmente dalle leggi della domanda e dell'offerta. Esso, infatti, è sottoposto alle leggi del monopolio dettate da pochi commercianti.

Il regime di libera concorrenza sarà comunque ristabilito in seguito all'aumento di produzione e, di conseguenza, del numero di commercianti che tenderanno inevitabilmente a farsi concorrenza tra di loro.

La carenza di acqua rappresenta il fattore limitante di maggiore importanza. Il tartufo è generalmente presente nei fondovalle più umidi e solo in annate con estate piovosa può essere raccolto anche nei versanti boscosi.

Le caratteristiche pedoclimatiche ottimali per il tartufo si manifestano spiccatamente nel territorio della Comunità Montana Peligna; un segno inconfutabile della vocazione dell'area per la tartuficoltura è rappresentato dalla notevole presenza di tartufaie naturali produttive.

Dell'area considerata una razionale tartuficoltura è realizzabile solo se mossa secondo direttive ben precise:

- 1) giuridico-legislativa: rigida sorveglianza per indurre i raccoglitori al rispetto delle normative nazionali e regionali;
- 2) tecnico-agronomica: realizzazione di una carta dei terreni vocati.

E indispensabile la conservazione e il miglioramento delle tartufaie

naturali dalle quali proviene l'intera produzione attuale, riattivazione delle cave invecchiate, messe a dimora di piantine micorizzate.

Dal punto di vista industriale-commerciale è necessaria la realizzazione di un centro per la raccolta, la lavorazione e la commercializzazione del prodotto.

Il tartufo è da sempre considerato un prodotto spontaneo del sottobosco da rapinare, senza porre particolare attenzione al soprassuolo che lo produce. Al contrario va sottolineato che, se si vuole conservare la produttività delle tartufaie occorre mantenere, valorizzare e coltivare con opportuni interventi il soprassuolo che li produce. Per la valorizzazione delle tartufaie e per disciplinare la raccolta, è stata recentemente emanata una legge regionale, la n.22 del 15.2.1988, in recepimento della legge quadro nazionale n. 752/85. Tale normativa, oltre a fornire la salvaguardia delle tartufaie, regola il calendario e le tecniche di raccolta ed indica, nella realizzazione di tartufaie controllate e/o coltivate, una prospettiva di valorizzazione del tartufo. Per tartufaie controllate si intendono le tartufaie naturali migliorate con opportune tecniche colturali e incrementate con la messa a dimora di piante tartufigene; per tartufaie coltivate, quelle realizzate ex novo con la messa a dimora di piante tartufigene.

Infine, non deve essere dimenticata la promozione del prodotto.

La costituzione di un marchio valorizzerà la produzione per remunerarla in maniera giusta ed adeguata. Scopo della produzione dovrà essere quello di far nascere nel consumatore il duplice desiderio di "conoscere ed avere quel prodotto".

Non v'è dubbio quindi che il grande flusso turistico che investe l'Abruzzo nel corso dell'anno diventerà un efficacissimo strumento di questa promozione.

2.2.6. Colture orticole

Parlando di agricoltura e di valorizzazione di prodotti tipici un discorso a parte meritano le colture orticole tipiche. Va sottolineata l'importanza e il valore generico di specie autoctone come carciofi, fa-

gioli e lenticchie che nel tempo si sono selezionate ed oggi sono in grado di resistere alle avversità atmosferiche, alle forti escursioni della zona, nonché agli attacchi parassitari, limitando quindi i trattamenti chimici.

È perciò consequenziale il valore commerciale che questi prodotti devono poter assumere su un mercato sempre più sensibile a queste caratteristiche merceologiche. Fino ad oggi la scarsa promozione ha limitato la produzione al solo mercato locale.

Il punto essenziale sul quale deve essere concentrata l'attenzione risiede nella qualificazione delle produzioni. La mancanza di un concreto riconoscimento economico della loro tipicità, o meglio dei particolari pregi, pone tali prodotti in bilico tra un'incerta affermazione sul mercato e una più probabile scomparsa. Si ipotizza, quindi, la promozione di forme associate (ConSORZI fra Pubblico e Privato, cooperative di servizi, ecc.) alla base della quale vengono previsti incentivi oltre che finanziamenti quali l'assistenza tecnica tramite l'E.R.S.A..

Gli operatori del settore non devono trovarsi isolati. Al contrario dovrà essere fornito un adeguato supporto dalla fase di programmazione fino alla commercializzazione compresa. L'attività produttiva sarà quindi affiancata da una preliminare indagine di mercato, da una adeguata divulgazione sulle più corrette tecniche di gestione fino ad un piccolo centro di conservazione e trasformazione, confezionamento e commercializzazione. In altre regioni, dove si è riusciti a dare il giusto rilievo a produzioni similari, iniziative di questo tipo sono state promosse e realizzate dallo stesso ente regionale di sviluppo agricolo.

2.2.7. Piante officinali

I fattori che concorrono ad incrementare l'interesse per le piante officinali sono molteplici. Primo fra tutti la tendenza al recupero degli aspetti più naturalistici, che si è avvertita soprattutto nelle aree urbane e che si è tradotta in una vera e propria ricerca di prodotti meno soggetti a manipolazioni per quanto possibile. Fino a qualche anno fa la domanda crescente di piante officinali non è stata se-

avuto impiego nel solo mercato locale.

La mancanza di adatte cure colturali e la scarsa promozione del prodotto hanno rappresentato un limite allo sviluppo della coltura.

Nella zona considerata potrebbero essere impiegate, nelle aree in cui esiste una sufficiente disponibilità idrica, specie più tradizionali quali lampone e ribes, che ben si adattano ai suoli e sopportano i freddi invernali e le elevate temperature estive. Nelle zone più marginali invece e sui terreni più poveri potranno essere impiegate specie più rustiche, resistenti alle malattie e ai trasporti come rovo e mirtillo, colture più tradizionali, alle quali potranno essere affiancate specie innovative quali melograno, sorbo, gelso e corniolo.

Tuttavia, nel momento in cui si intraprende la coltivazione di tali arbusti occorre tenere presente le esigenze ambientali, il comportamento e, a volte, l'aspetto delle varietà originarie; per questa ragione sarà opportuno approfondire le conoscenze sulla tecnica colturale tramite l'assistenza tecnica di enti pubblici e corsi di formazione qualificati.

Inoltre, per il successo degli impianti sarà importante il recupero del materiale genetico esistente che verrà selezionato e migliorato valendosi dell'esperienza degli operatori locali.

Sarà indispensabile, infine, affiancare la produzione di queste colture con marchi di qualità e provenienza e con adeguate campagne promozionali che non possono essere demandate al singolo produttore, ma tramite una cooperazione costante e continuativa tra pubblico e privato.

Capitolo Terzo
**IL RILANCIO DELLA PICCOLA IMPRESA
NELL'INDUSTRIA E NELL'ARTIGIANATO**

3.1. Lo scenario

L'Industria e l'Artigianato costituiscono due settori essenziali nell'economia dell'area sulmonese: reddito e occupazione derivanti da queste attività rappresentano una fetta significativa del totale del comprensorio.

Il tessuto industriale localizzato nell'area si è sviluppato soprattutto negli anni '70 e nei primi anni '80, mentre l'artigianato costituisce una vocazione storicamente consolidata.

La crescita della base industriale è stata principalmente determinata dal concomitante sviluppo della rete autostradale e dell'intervento straordinario nel Mezzogiorno: questi due fattori, permettendo alle imprese di collegarsi con maggiore facilità a mercati più ampi e di disporre di agevolazioni finanziarie per i loro investimenti, hanno favorito non solo la localizzazione di nuove attività, sia di origine esterna che endogena, ma anche lo sviluppo delle attività produttive esistenti.

È da sottolineare come molte imprese industriali locali siano nate per evoluzione di attività artigianali, che grazie ad un salto qualitativo e dimensionale hanno raggiunto la soglia dell'organizzazione industriale.

L'industria peligna si presenta variegata settorialmente, anche se con una maggiore specializzazione nel meccanico, nell'alimentare e nell'abbigliamento.

La struttura dimensionale è fortemente divaricata tra imprese esterne di grandi dimensioni e imprese locali di piccola e piccolissima dimensione. I rapporti tra queste due tipologie aziendali dominanti sono sporadici, non solo per la insufficiente apertura delle grandi imprese sul tessuto produttivo dell'area, ma soprattutto per la carente dinamicità dei piccoli imprenditori locali, che non riescono a promuovere forme di collaborazione con le grandi imprese, anche in funzione di una crescita dell'indotto.

La staticità delle imprese locali, in realtà, è l'indicatore di un feno-

meno più generale: la scarsa imprenditorialità dell'area, che condiziona sia il tasso di natalità delle aziende che la capacità innovativa di quelle esistenti.

In termini localizzativi, le attività industriali sono concentrate principalmente nel comune di Sulmona e, in misura meno rilevante, in alcuni comuni limitrofi, come Raiano e Pratola Peligna. Gli altri comuni della Comunità Montana presentano una più spiccata vocazione artigianale.

Le piccole imprese dell'industria sono generalmente monoprodotto e difficilmente perseguono strategie di diversificazione produttiva. Ciò determina una ridotta capacità ad operare su mercati diversi da quelli locali o nazionali. A ciò si deve aggiungere la difficoltà di penetrare sui mercati esteri; l'apertura internazionale della piccola impresa del comprensorio sulmonese risulta quindi molto debole.

Il livello di diversificazione produttiva è connesso all'innovazione tecnologica delle imprese dell'area e alla loro flessibilità produttiva, soprattutto in termini di capacità di sviluppo di nuovi prodotti. Tale capacità è praticamente inesistente, non solo perché le imprese non hanno propri uffici per l'attività di Ricerca e Sviluppo, ma anche perché non esistono nell'area strutture di ricerca e laboratori tecnologici che possano aiutare i piccoli imprenditori nello sviluppo e nella prototipazione di nuovi prodotti.

Assai differenti sono i problemi dell'artigianato, sia di produzione che di servizi: artigianato che, a differenza delle attività industriali, è diffuso su tutto il territorio della Comunità Montana Peligna e dell'hinterland allargato.

L'artigianato di produzione si presenta con forti specializzazioni nei settori del legno, del ferro e dell'edilizia. Quest'ultimo comparto, in particolare, rappresenta un importante volano per le altre attività artigianali, con rilevanti effetti negativi di trascinamento in situazioni di congiuntura sfavorevole. Infatti, il livello di diversificazione dell'artigianato di produzione peligno, in termini di mercati di sbocco, è molto ridotto.

Quali sono gli attuali aspetti problematici nello sviluppo delle imprese artigiane? Individuarli risulta utile per progettare delle politiche specifi-

che per questo settore strategico nello sviluppo dell'area: sia per il presente, considerando il contributo rilevante in termini di reddito e di occupazione, sia in prospettiva futura per la potenziale evoluzione del settore che potrebbe permettere l'ampliamento della base industriale.

Assai differenti sono i problemi dell'artigianato di produzione da quello di servizi. L'unico fattore critico in comune è il disinteresse delle giovani generazioni verso il settore, sia a livello di lavoro dipendente che a livello imprenditoriale, con pesanti conseguenze sul ricambio generazionale. In una situazione in cui il livello di disoccupazione è tutt'altro che irrilevante ciò costituisce un elemento di contraddizione su cui lavorare specificamente.

In particolare, nell'artigianato di produzione il rapporto molto stretto con l'edilizia costituisce, come si è detto, un fattore di debolezza soprattutto nei momenti di rallentamento del comparto: in questo senso la capacità di individuare nuovi mercati in termini di domanda risulta strategica.

Un forte stimolo alla diversificazione potrebbe venire da un sostenuto processo di investimenti che, assicurando innovazione tecnologica e flessibilità produttiva, potrebbe condurre ad un allargamento della gamma dei prodotti.

Ma la mancanza di spazi costituisce un vincolo fortissimo all'acquisizione ed introduzione di nuovi macchinari: infatti, la congestione spaziale nella quale operano gli artigiani, spesso nei centri dei comuni, ostacola fortemente un'organizzazione del ciclo aziendale differente sia in termini di produzione che di magazzino.

L'artigianato di servizi, invece, a livello aziendale presenta soprattutto problemi di ricambio generazionale, sia riguardo alla manodopera che a livello imprenditoriale. Esiste infatti il pericolo concreto che numerose figure artigianali, nei prossimi anni, scompariranno se non ci sarà una crescita dell'interesse dei giovani verso tali professioni.

3.2. Le emergenze

La strategia di rafforzamento del tessuto di piccola impresa come

uno dei filoni di sviluppo per l'area sulmonese nasce da tre considerazioni fondamentali.

In primo luogo, la capacità di combinare efficacemente le risorse produttive è particolarmente significativa nella Comunità Montana Peligna. Infatti, l'area evidenzia il più elevato PIL per occupato tra le diverse Comunità Montane dell'Abruzzo; ciò fa supporre che la competitività del sistema produttivo locale è relativamente alta e un suo potenziamento può consentire un parziale riassorbimento degli esuberanti di forza lavoro.

Secondariamente, la scelta della piccola impresa come soggetto di sviluppo nasce dalla constatazione che il ruolo della grande impresa nella crescita locale tende ad indebolirsi, soprattutto per il prossimo venir meno dell'intervento straordinario nella regione; la possibile delocalizzazione di alcuni grandi gruppi dovrà essere compensata dalla dinamicità della piccola impresa.

Infine, è da ricordare come lo sviluppo industriale locale abbia visto nelle piccole imprese artigianali un vivaio dinamico ed interessante. Stimolare l'evoluzione di parte delle attività artigianali verso lo stadio industriale diventa quindi strategico in termini di politica di sviluppo.

Una politica di sviluppo della piccola impresa nel comprensorio di Sulmona deve necessariamente passare sia per un allargamento della base produttiva che per un'evoluzione qualitativa delle aziende: ciò significa stimolare e sviluppare il tasso d'imprenditorialità che rappresenta la risorsa critica e scarsa nell'area.

Come dotare l'area di questo fattore critico?

In termini quantitativi, nello sviluppo delle nuove attività industriali è necessario considerare sia il passaggio dall'organizzazione artigiana a quella industriale, sia la nascita di nuove imprese industriali.

Rispetto alle aziende artigiane esistono soprattutto problemi legati alla mancanza di ricambio generazionale ed alla difficoltà di reperimento di spazi localizzativi.

Riguardo alle imprese industriali create ex-novo, la scarsa dinamicità

tà è legata più complessivamente al gusto per l'intrapresa, basso nell'area, che porta le nuove generazioni a tralasciare le possibilità offerte dal lavoro imprenditoriale.

Invece, l'evoluzione qualitativa della piccola impresa industriale può essere assicurata da un'integrata politica d'innovazione, tecnologica e di mercato che permetta alle strutture produttive locali di entrare in circuiti più ampi di quelli sinora sperimentati.

3.3 I Progetti

Progetto N. 1

VALORIZZAZIONE DELLA FIGURA DELL'ARTIGIANO

A. Obiettivi del progetto

Il disinteresse dei giovani del comprensorio sulmonese per l'artigianato costituisce un vincolo forte, non solo per lo sviluppo ma per la stessa continuità delle attività artigianali: alcune figure di artigiani, infatti, rischiano di scomparire del tutto.

Spazi di mercato da sfruttare e fabbisogni non soddisfatti di manodopera per le imprese artigiane non possono coesistere con livelli di disoccupazione giovanile rilevanti: lavorare sui fattori di natura culturale, sociale ed economica che ostacolano l'entrata dei giovani nel mercato del lavoro artigiano è l'obiettivo principale di questo progetto.

Ma quali sono i fattori ostativi di questo incontro? Essenzialmente la bassa propensione all'imprenditorialità nel contesto locale ed una scarsa considerazione della figura dell'artigiano.

Gli studenti delle scuole superiori rappresentano perciò il riferimento principale per qualsiasi proposta di rilancio e valorizzazione della figura dell'artigiano.

B. Descrizione del progetto

Il progetto di valorizzazione dell'artigianato dovrebbe snodarsi su quattro linee:

- organizzazione di incontri con i giovani delle scuole superiori;
- stages di giovani presso imprese artigiane;
- osservatorio sul lavoro artigiano;

- premio per l'idea artigiana più innovativa.

La migliore comprensione dell'attività e del ruolo dell'artigiano presso le giovani generazioni è l'elemento essenziale nella strategia di valorizzazione della figura dell'artigiano: una visione di lavoro faticoso e poco rilevante socialmente, oltre ai problemi ben noti di imprenditorialità, sono le determinanti principali del disinteresse giovanile.

Gli incontri, organizzati principalmente presso le varie scuole superiori dell'area, costituiscono un luogo di presentazione "alternativa" della realtà artigiana: rendere culturalmente ed emotivamente ragione dell' "appeal" proprio dell'essere artigiano rappresenta l'obiettivo specifico di quest'attività.

La modalità di strutturazione di questi incontri risulta quindi essenziale. Incontri collegiali con un artigiano locale che racconti la sua esperienza lavorativa, con un economista che descriva il ruolo economico e sociale dell'artigiano, con un esperto straniero che indichi le esperienze estere in questo campo e con un esperto locale che descriva le possibilità lavorative, imprenditoriali e non, offerte dall'artigianato locale, paiono essere congeniali all'obiettivo.

Un'esperienza più diretta di cosa significhi lavorare nell'artigianato può essere fornita da stages da effettuare preferibilmente nel periodo estivo. Può costituire il modo più semplice per introdurre nel mondo del lavoro giovani che altrimenti non sarebbero interessati a questo "universo". L'esperienza di "bottega" potrebbe costituire un'esperienza tutta nuova per i giovani della Comunità Montana.

L'organizzazione di queste attività deve essere svolta da una struttura molto agile composta da due persone, oltre ad una segretaria, entrambe fortemente motivate ad un lavoro di sviluppo locale. La struttura infatti deve divenire il luogo di agglomerazione dei rapporti, della riflessione e delle attività sull'artigianato.

Questo patrimonio può costituire materiale per un osservatorio sull'artigianato che, da un lato, raccolga dati sulle opportunità di lavoro artigiano presenti sul territorio e, dall'altro, fornisca un servizio di orientamento professionale per i giovani sia negli incontri periodici presso le scuole che mediante la rete Sulmo-Tel.

Infine, per stimolare ulteriormente le attitudini imprenditoriali dei giovani in un settore che ha minori barriere all'entrata rispetto all'industria, si può istituire un premio annuale per l'idea artigiana più innovativa.

Il premio, finanziato da sponsor locali, operatori economici ed istituzionali, potrebbe costituire un momento di sviluppo delle capacità imprenditoriali dei giovani che dovrebbero presentare idee imprenditoriali particolarmente innovative nel campo dell'artigianato.

Il progetto complessivo dovrebbe articolarsi in un primo anno nel quale la struttura organizza da un lato, i rapporti con il mondo artigiano, scolastico ed istituzionale e, dall'altro, disegna le attività che si andranno a sviluppare.

Nel secondo anno verrebbero sviluppati alcuni progetti pilota, utili per calibrare l'organizzazione delle attività sulle specificità del bacino d'utenza.

Il terzo anno invece sarebbe l'anno di entrata in regime delle varie attività.

Progetto N. 2

PREDISPOSIZIONE DI ZONE ARTIGIANALI ATTREZZATE

A. Obiettivi del progetto

L'evoluzione qualitativa dell'artigianato di produzione costituisce un fattore critico nello sviluppo complessivo dell'area sulmonese, anche in termini di passaggio verso le attività industriali.

Su questa strada gli artigiani necessitano di modificare parti sempre maggiori del ciclo produttivo, mediante l'acquisto di immobilizzazioni tecniche.

Ma, attualmente, la mancanza di spazi vincola fortemente questo processo d'innovazione tecnologica, oltre che un'espansione della produzione che risulta condizionata dal fabbisogno di spazi per i magazzini.

L'esigenza di spazi diviene difficile da soddisfare all'interno dei centri abitati: è necessario perciò approntare zone artigianali attrezzate, in prossimità dei centri abitati, nelle quali gli artigiani possano rilocalizzarsi disponendo di spazi più ampi.

Le aree artigiane, tra l'altro, favoriscono la nascita di rapporti di prossimità tra gli artigiani: in tal modo, in un contesto storicamente individualistico, possono crearsi delle economie di agglomerazione ed uno spirito consortile, utili per sopperire alle debolezze strutturali del settore e per sviluppare iniziative comuni tra gli artigiani.

B. Descrizione del progetto

Il progetto prevede la predisposizione di zone artigianali attrezzate. Bisognerà prima di tutto operare nelle aree già individuate come zone artigianali per completare il processo di infrastrutturazione e costruzione dei capannoni.

Nei comuni dove non esistono zone artigianali sarà necessario indi-

viduare le aree per poi infrastrutturarle e costituirvi i capannoni.

Al riguardo è da tener presente la possibilità finanziaria offerta dal P.O.P. che stanziava risorse per quest'attività.

L'ulteriore passo consiste nel costruire pacchetti finanziari interessanti per gli imprenditori, così da facilitare la costruzione e l'acquisto dei capannoni.

L'individuazione e l'infrastrutturazione delle zone artigiane dovrebbero essere condotte direttamente dalla Comunità Montana, di concerto con le istituzioni comunali e locali.

Infine, nelle aree artigiane dovranno sorgere delle agili strutture di servizio alle imprese che, da un lato, offriranno servizi di orientamento alle singole aziende e, dall'altro, promuoveranno progetti ed iniziative comuni, in termini di politiche d'acquisto, d'innovazione tecnologica, di commercializzazione e di scambio con realtà estere.

Inoltre, in rapporto con l'Osservatorio sull'artigianato la struttura potrebbe partecipare alle varie attività di valorizzazione dell'artigiano a livello locale.

La struttura di servizi della zona artigianale dovrebbe essere composta da una persona, oltre ad una segretaria.

Le strutture di servizi dovrebbero nel primo anno sviluppare i rapporti con gli artigiani, per stimolare la domanda di servizi e disegnare le attività che dovranno essere promosse.

Nel secondo anno si dovrebbe partire con alcuni progetti pilota per tarare le attività rispetto alle specificità delle aziende locali.

Nel terzo anno invece la struttura dovrebbe entrare a pieno regime con l'offerta complessiva dei diversi servizi.

Progetto N. 3

COSTITUZIONE DI UN CENTRO PER L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA E DI MERCATO DELL'INDUSTRIA LOCALE

A. Obiettivi del progetto

Le imprese industriali locali del comprensorio di Sulmona sono caratterizzate da una ridotta apertura alle innovazioni tecnologiche ed ai mercati non locali. Infatti, la forte vocazione territoriale delle imprese si è tradotta, negativamente, in una presenza limitata ai circuiti locali, sia tecnologici che di commercializzazione.

Un innalzamento delle capacità tecnologiche e di mercato delle imprese locali è funzionale non solo ad uno sviluppo industriale dell'area, necessario in una situazione occupazionale con caratteri di criticità, ma anche in termini di tenuta complessiva del sistema produttivo.

Il centro per l'innovazione tecnologica e di mercato dell'industria peligna si propone di permettere alle imprese locali di entrare nei circuiti tecnologici e di mercato di eccellenza.

Fornire le risorse tecnologiche, scientifiche, di know-how e di mercato che rappresentano una forma di "infrastrutturazione avanzata", essenziale per la competitività delle imprese, è l'obiettivo del centro.

B. Descrizione del progetto

Il centro per l'innovazione tecnologica e di mercato dell'industria peligna dovrebbe essere una struttura particolarmente agile, che si pone in rapporto con le imprese locali da un lato in relazione con i soggetti che possono assicurare tecnologie e mercati alle aziende, dall'altro.

In termini di tecnologia, è necessario prioritariamente collegarsi alle

Progetto N. 4

COSTITUZIONE DI UN CENTRO PER LO SVILUPPO DELL'IMPRENDITORIALITÀ

A. Obiettivi del progetto

La presenza di un elevato tasso di disoccupazione con potenzialità di crescita produttiva inutilizzate risulta essere un fattore critico nello sviluppo della Comunità Montana.

Questa situazione è dovuta anche ad un tasso di imprenditorialità particolarmente basso nell'area.

Inoltre, come evidenziato in una ricerca dello Iares, la Comunità Montana Peligna presenta il Pil per occupato più elevato tra le Comunità Montane abruzzesi, mentre per il Pil per abitante è tra i più bassi. Quindi, una capacità propria di combinare i fattori produttivi non viene completamente sfruttata nell'area, perché il tasso di attività è più basso rispetto alle altre aree montane.

La scarsa propensione all'imprenditorialità della zona dipende congiuntamente da fattori culturali (bassa propensione al rischio e all'intrapresa) e da fattori socio-economici (carente assistenza alla nascita di nuove imprese).

Il centro per lo sviluppo dell'imprenditorialità dovrà lavorare in queste due direzioni.

Da un lato, deve stimolare percorsi di imprenditorialità nei giovani e in quelli che già operano nelle aziende, evidenziando le peculiarità ed i vantaggi dell'attività in proprio; all'altro, deve offrire gli strumenti di cui necessitano le nuove imprese nelle fasi di progettazione delle attività e di decollo operativo.

B. Descrizione del progetto

Il progetto Imprenditorialità, in collegamento con gli altri progetti

deve, sul breve termine, assistere tutti coloro che desiderano trasformare idee imprenditoriali in imprese e, nel contempo, operare sul lungo termine, per stimolare la nascita di nuovi imprenditori, sia tra i giovani che tra coloro che già operano nelle strutture produttive.

Per stimolare la creazione di un ambiente ad alta imprenditorialità, principalmente si organizzeranno incontri periodici con tutti coloro che sono interessati al tema "nuova imprenditorialità".

Gli incontri focalizzeranno sia i vantaggi dell'intraprendere in proprio un'attività produttiva, con tutti i risvolti psicologici e sociali correlati che le problematiche tecniche, organizzative ed economico-finanziarie che si incontrano nello sviluppare un'impresa (definizione del prodotto, ricerca di un mercato, piano d'impresa, etc.).

Inoltre, si potranno periodicamente compiere degli studi sulle potenzialità produttive del comprensorio sulmonese, così da evidenziare i potenziali settori in cui promuovere nuove imprese.

L'altro versante sul quale il centro dovrà lavorare è quello della fornitura dei servizi per la nascita di nuove imprese.

Assistenza nella definizione del piano d'impresa, nelle ricerche di mercato, nella verifica della tecnologia e del prodotto, nella nascita del soggetto giuridico, nel reperimento delle risorse finanziarie, sono i principali servizi che il neo-imprenditore dovrà trovare nel Centro.

Inoltre, sarà necessario individuare una struttura fisica che possa fungere da "incubatore" delle nuove attività. Infatti, la pronta disponibilità di spazi risulta essere molto spesso un fattore critico nel decollo di un'impresa, visti i prezzi degli immobili industriali. La fornitura di servizi generali (segreteria, telefono, telex, telefax, fotocopiatrice, etc.) propria di queste strutture, infine, può risultare un ulteriore fattore di attrazione per le nuove attività.

La strutturazione del centro per lo sviluppo dell'imprenditorialità in termini di risorse umane, sarà particolarmente agile, (due o tre persone) e sarà strettamente collegata alle attività del centro per l'innovazione tecnologica e di mercato dell'industria dell'area.

Il primo anno di attività del centro dovrebbe essere utilizzato per

strutturare l'offerta di servizi e per il "radicamento" nel territorio, sviluppando rapporti con tutti coloro che sono interessati al tema della nuova imprenditorialità. Inoltre, si dovrebbe individuare la struttura fisica che verrà adattata ad incubatore.

Il secondo anno, oltre alla predisposizione della struttura fisica, dovrà sviluppare i primi progetti di assistenza alle nuove imprese.

Infine, il terzo anno, con l'entrata in funzione dell'incubatore, consentirà una piena messa a regime delle attività del centro.

Capitolo Quarto
**SULMONA, CENTRO DEL SISTEMA
PARCHI DELL'ABRUZZO**

4.1. Lo scenario

Sulmona viene a trovarsi al centro di un'area particolarmente ricca di risorse naturalistiche. Le risorse paesaggistiche, e orografiche in particolare, presenti nella regione, sono numerose e differenziate, tanto che viene da più parti sostenuto l'idea dell'Abruzzo Regione Verde d'Europa.

La consapevolezza che il "verde" a disposizione possa costituire un fattore di sviluppo si è accresciuta negli anni, grazie anche alla nascita di diverse aree protette (riserve naturali e parchi regionali).

Lo storico Parco Nazionale d'Abruzzo, il parco regionale del Velino-Sirente, le riserve naturali regionali e statali (Bosco S. Antonio, Sorgenti del Pescara, etc.) rappresentano il "nucleo forte" delle aree protette regionali, a cui si aggiungeranno nei prossimi anni le realtà dei costituendi parchi nazionali del Gran Sasso-Monti della Laga e della Maiella, istituiti dalla nuova legge sulle aree protette.

La valorizzazione delle risorse naturali è, quindi, anche se con grandi difficoltà, divenuta nel tempo un obiettivo essenziale delle comunità locali.

Esemplari, in direzione della valorizzazione delle risorse naturali per lo sviluppo locale, appaiono le storie del Parco Nazionale d'Abruzzo e del costituendo Parco della Maiella.

Il Parco Nazionale d'Abruzzo, sorto diversi decenni fa', ha da sempre rappresentato un fattore di richiamo turistico della regione. È però solo a partire dall'inizio degli anni '70 che l'Ente Parco ha svolto un ruolo più efficace di promozione dei valori ambientali della zona, con effetti positivi sullo sviluppo economico locale.

La politica attiva dell'Ente Parco ha puntato sulla limitazione delle costruzioni di seconde case, sull'incentivazione del ripristino di prime case all'interno dei centri storici dei paesi per accrescere la ricettività turistica dell'area, sul rimboschimento e sullo sviluppo di attività economiche compatibili e connesse con l'ambiente.

Questi orientamenti hanno determinato negli anni forti polemiche con gli enti e le popolazioni locali, per le limitazioni imposte all'utilizzo del territorio.

Ma l'Ente ha sempre affermato che l'incentivazione del riutilizzo di prime case e lo stimolo alla nascita di attività economiche correlate con lo sviluppo del Parco hanno rappresentato compensazioni efficaci alle limitazioni esistenti: l'indicatore dei depositi della Cassa Rurale di Civitella Alfedena, cresciuti in misura geometrica negli anni '80 e indicato come una delle misure del successo della politica di sviluppo dell'area.

Al di là di questo indicatore indiretto è comunque chiaro che il flusso di turisti e quindi di reddito indotto, è notevolmente cresciuto nell'area, tanto da indurre la Direzione dell'Ente Parco a ricercare una riduzione, particolarmente nei mesi estivi, del movimento turistico: il Parco Nazionale d'Abruzzo costituisce ormai un consolidato fattore di attrazione dell'area.

Il gruppo Morrone-Maiella costituisce una realtà di grande interesse naturalistico: l'importanza di queste montagne per gli abruzzesi fu bene indicata da Benedetto Croce che vedeva nella Maiella una madre suggestiva ed imponente.

Tuttavia è solo a partire dagli anni '70 che le comunità locali e le istituzioni pubbliche hanno preso consapevolezza della necessità di valorizzare queste zone, sia in chiave ambientale che in chiave turistica, mediante l'istituzione di riserve naturali, che hanno fatto da preludio sia al progetto di parco regionale che alla promozione del parco nazionale ottenuta poche settimane fa con la nuova legge.

Le riserve naturali della Maiella sono quattro (Valle dell'Orfento, Feudo Ugni, Lama Bianca e Fara San Martino) e coprono oltre 10.000 ettari di territorio, a cavallo tra le province di Pescara, Chieti e L'Aquila.

Nate tra gli anni '70 ed '80 le riserve gestite dal Demanio Forestale dello Stato hanno rappresentato un primo tentativo di valorizzazione più sistematica del territorio.

Sulla scorta di queste esperienze è emersa l'idea di parco regionale. Il progetto, lungamente parlorio sia a livello di pubblica opinione che istituzionale, non è mai legislativamente decollato: sia per problemi di

consenso sulla legge regionale che per problemi di natura finanziaria.

Dopo un dibattito durato diversi anni, solo recentemente è stata approvata la legge nazionale sui parchi nazionali e le aree protette che, tra l'altro, prevede la costituzione del Parco Nazionale della Maiella che comprenderà un'area notevolmente più grande delle riserve naturali.

Diviene ora essenziale risolvere rapidamente i problemi di costituzione dell'Ente Parco, con la definizione dei confini, del Consiglio Direttivo e delle Comunità del Parco previsti dalla legge, così da completare il lungo processo di valorizzazione di quest'area.

Nei prossimi mesi, anche grazie alla nuova normativa, verranno quindi a maturazione processi diversi di costituzione e consolidamento di aree protette nella regione che spingono a ricercare le forme di valore aggiunto derivanti dalla presenza di tutte queste realtà nel territorio regionale.

4.2. Le emergenze

Si pone allora la questione di quali opportunità si possono aprire per Sulmona dalla presenza contemporanea, nelle vicinanze, di un insieme di aree protette che rappresentano circa il 30% del territorio regionale.

Così come anche rilevato dal nuovo Programma di Sviluppo Regionale, questa opportunità può venire a configurare un vero e proprio Sistema Parchi nell'Abruzzo.

Sulmona può candidarsi ad essere il centro di questo sistema.

In una prospettiva di sviluppo e di valorizzazione delle risorse locali, l'opportunità di trovarsi al centro di una grande area ricca, in termini naturalistici, spinge a considerare il Sistema Parchi come uno dei principali vettori di sviluppo del comprensorio di Sulmona.

4.3. Il progetto

a. Obiettivi del progetto

La baricentricità di Sulmona rispetto alle differenti aree protette della regione può essere valorizzata costruendo il Sistema Parchi della Regione Abruzzo.

Il concetto di sistema sottintende le sinergie positive derivanti dalla prossimità e dal coordinamento tra le diverse forme di aree protette, in direzione della promozione turistica: con forti effetti positivi su Sulmona e sui territori protetti ad elevata valenza naturalistica.

b. Descrizione del progetto

Le potenzialità di sviluppo, insite nella prossimità di tanti "patrimoni naturali" sul territorio regionale, esigono un'azione coordinata e specifica che permetta di cogliere il valore aggiunto, insito nel Sistema Parchi abruzzese, peculiare nel panorama nazionale.

La specificità dell'Abruzzo deriva dal fatto che circa il 30% del territorio regionale sarà composto da aree protette e che, quindi, parte dello sviluppo economico regionale sarà "guidato" in certe direzioni piuttosto che in altre.

Infine, è da rilevare come un progetto Sistema Parchi risponda pienamente allo spirito della nuova normativa sulle aree protette, che prevede un collegamento tra tutte le realtà esistenti a livello nazionale: l'esperienza abruzzese in questa direzione potrebbe essere pilota rispetto al progetto nazionale.

Il Sistema Parchi Abruzzo può svilupparsi in tre direzioni:

1. promozione turistica integrata del Sistema Parchi;
2. coordinamento dell'attività scientifico-culturale delle diverse aree protette;
3. promozione di un "Centro Nazionale dell'Impresa delle Aree Protette".

1. Il Sistema Parchi che si verrà a formare nei prossimi mesi può costituire un fattore di "appeal" turistico estremamente interessante,

per la varietà e la complementarietà delle diverse aree.

Diverrà così possibile costruire percorsi tematici (fauna, flora, vegetazione, etc.) relativi a più aree protette; percorsi che indirettamente promuoveranno lo sviluppo turistico delle aree di recente costituzione e decongestioneranno quelle più consolidate turisticamente.

I percorsi potranno far parte di un pacchetto più ampio, all'interno del quale, oltre a trovare differenti possibilità di fruizione delle risorse naturali, saranno indicate le opportunità in termini di ricettività turistica (alberghi, residence, case, etc.) e di punti di ristoro, esistenti sul territorio.

La costruzione di questa offerta turistica integrata sarà compiuta dall'Authority Regionale per il Turismo che, di concerto con i diversi enti gestori delle aree protette, individuerà le ipotesi di prodotto con maggiore appeal, e promuoverà poi il Sistema Parchi, anche grazie alla rete Sulmotel.

2. Le aree protette, generalmente, a latere delle attività di salvaguardia ambientale e di organizzazione della fruizione turistica, svolgono una intensa attività di ricerca e sperimentazione.

L'ulteriore possibilità che si apre con il Sistema Parchi per l'Authority Regionale per il Turismo è di coordinare i diversi impegni scientifici, così da permettere sia ricerche complesse altrimenti non sviluppabili, sia un collegamento tra i vari filoni di ricerca.

Questo impegno scientifico può essere valorizzato organizzando incontri culturali nel territorio regionale, volti ad accrescere la sensibilità delle popolazioni locali verso i valori ambientali.

3. La nuova normativa sulle aree protette ed i parchi nazionali amplia considerevolmente la percentuale del territorio nazionale salvaguardata da vincoli di natura ambientale.

La caratterizzazione di porzioni del territorio locale come area protetta comporta l'emergere di numerosi vincoli all'utilizzazione del territorio: lo sviluppo economico di queste zone risulta fortemente orientato in alcune direzioni.

Il Centro Nazionale per l'Impresa delle Aree Protette si può porre come punto di riferimento per le problematiche del "fare impresa" nelle zone vincolate naturalisticamente: il Centro sarà un "laboratorio" di riflessione e di sperimentazione sui progetti d'impresa attivabili nell'Abruzzo "verde". L'impegno andrà in tre direzioni.

Un primo filone di attività dovrebbe accumulare riflessione sul rapporto variabile "ambientale" e conti economici delle imprese: il lavoro potrebbe essere svolto in coordinamento con l'istituendo corso di laurea breve in Scienze Ambientali di Sulmona e con quei Dipartimenti Universitari Italiani che già svolgono una riflessione sul tema (Torino, Pavia, etc.).

Il secondo impegno del Centro dovrebbe essere l'individuazione, dopo un'attenta lettura delle risorse disponibili sul territorio, di progetti imprenditoriali interessanti, sviluppabili all'interno delle aree protette regionali, in connessione con le opportunità che derivano dalla salvaguardia ambientale.

Il terzo filone di attività potrebbe consistere nella promozione di società consortili miste pubblico/privato, tra Enti locali e i singoli cittadini residenti nelle aree protette, finalizzate ad acquisire e gestire parte del patrimonio immobiliare delle prime case dei centri storici a fini di ricettività turistica.

Alle società consortili gli abitanti dei comuni localizzati nelle aree protette potrebbero apportare capitali finanziari o immobiliari (le proprietà), che verrebbero utilizzati per accrescere la quantità e la qualità della ricettività locale.

I profitti delle società potrebbero in un qualche modo costituire per le popolazioni locali un primo esempio dei benefici derivanti dall'istituzione di aree protette.

È quindi chiaro che, grazie allo sviluppo di queste attività, il Centro Nazionale per l'Impresa delle Aree Protette verrebbe a configurarsi come un polo d'eccellenza unico su queste tematiche a livello nazionale.

Parte Seconda
“RIFARE SISTEMA INTEGRATO”
(Un software strategico per lo sviluppo)

Premessa

Questa seconda sezione del rapporto contiene due proposte di intervento, la prima relativa ai temi della manutenzione, la seconda relativa alla costituzione di un polo telematico.

Accomuna entrambi i pacchetti progettuali il forte contenuto di "trasversalità", di capacità cioè di incidere su molteplici aspetti del sistema socioeconomico locale. A buon diritto, perciò, queste azioni devono essere considerate fortemente qualificate e innovative per un verso, e capaci di stimolare una maggiore integrazione del tessuto economico e sociale per un altro verso.

Un "software strategico" per lo sviluppo locale, quindi, testimoniato dalle strette interconnessioni tra queste proposte e la ridefinizione delle strategie di intervento di medio e lungo periodo, su cui ci si è soffermati in particolare nelle pagine precedenti; il polo telematico viene a costituire la necessaria rete di collegamento informativo che rende più agevole l'attivazione di una estesa serie di funzioni nei singoli settori, mentre la cultura manutentiva permea profondamente quell'approccio alla conservazione e valorizzazione delle risorse sul quale è stata impostata l'intera architettura progettuale.

Capitolo Quinto
**LA MANUTENZIONE COME
NUOVA CULTURA DELLO SVILUPPO**

5.1. La manutenzione: nuova grande fenomenologia socioeconomica

La funzione manutentiva si è caratterizzata, in questi ultimi anni, per una crescente riconsiderazione nell'attenzione degli operatori pubblici e privati, tanto da elevarla da mera funzione di intervento esecutivo nelle fasi di disfunzione dei cicli (produttivi o di esercizio) a elemento portante della politica di gestione.

Questa rivalutazione della manutenzione è avvenuta, inoltre, su un ampio ventaglio di attività.

In particolare, la manutenzione è diventata di notevole attualità per *aspetti aziendali* (la progettazione tecnica, il costo dell'investimento, le trasformazioni professionali, i modelli dell'organizzazione aziendale, l'apertura di nuovi mercati...), *sociali* (l'ambiente, i beni culturali), *antropologici* (il rapporto uomo-utensile) e di *intervento politico* (il trasferimento delle tecniche e della cultura manutentiva, le procedure pubbliche dell'investimento).

Dentro le aziende è in fase di movimento la tematica manutentiva in vista:

- dell'elaborazione di una nuova "filosofia" della manutenzione;
- della definizione degli spazi e dei modelli organizzativi (interni/esterni) dell'attività manutentiva;
- dell'intervento sulla cultura manutentiva dell'utenza;
- delle azioni formative e organizzative.

Nel sociale giungono a maturazione nuove domande e nuovi bisogni, in rapporto:

- al degrado dei centri urbani;
- alla manutenzione dell'ambiente, nei confronti del quale viene

meno una cultura dell' "appropriazione infinita";

- all'uso delle grandi infrastrutture, sovraccariche per squilibri quantitativi e qualitativi in confronto alla domanda;
- alla valorizzazione del patrimonio storico-artistico.

In termini di intervento politico si fanno urgenti domande che implicano la tematica manutentiva:

- nei meccanismi di programmazione e di finanziamento dell'investimento infrastrutturale pubblico;
- nella gestione della manutenzione da parte delle P.A. e degli Enti territoriali (Comuni e Province);
- nelle politiche di cooperazione con i paesi del Terzo Mondo, i quali richiedono sempre più, al di là degli impianti "chiavi in mano", la ricostruzione di un ciclo manutentivo che consenta una vita fisiologica ed efficace agli impianti.

Come conseguenza della germinazione di problematiche manutentive, il ruolo crescente di tale funzione si traduce:

- quantitativamente, in una crescita della spesa complessiva per la manutenzione;
- qualitativamente, nella formazione embrionale di una "cultura" della manutenzione che deve essere ricompresa, con i suoi principi, obiettivi, e strumenti, nel quadro più ampio delle politiche di gestione delle strutture e dei sistemi.

Sull'ampiezza raggiunta dalla funzione manutentiva nell'ambito della economia italiana si può far riferimento alle stime contenute nel Dossier Manutenzione "Produrre non basta" pubblicato dal Censis nel 1988.

Secondo queste stime gli occupati nel settore, al netto delle attività manutentive dell'edilizia, ammontavano nel 1986 a circa 1 milione 166 mila unità, pari al 5,6% della occupazione totale e al 7,3% degli occupati dei settori di appartenenza.

La portata macroeconomica assunta dalle attività manutentive è evidente anche dalla stima della spesa: senza l'ordinaria manutenzione delle pubbliche amministrazioni, della sanità e delle famiglie si arriva a circa 25 mila miliardi di spesa.

Se a questo si aggiunge l'importo di circa 14 mila miliardi - stimato per i soli beni culturali catalogati dalle sovrintendenze come prioritari per operazioni che in gran parte sono di manutenzione straordinaria - ed il fatto che il flusso di spesa per manutenzione ordinaria successivo al recupero del bene oscilla fra l'1% ed il 6% della spesa straordinaria (pur essendo in sospetto di sottostima), si ha una più adeguata percezione della potenzialità economica assunta dai bisogni manutentivi.

Stimando il tutto con larga approssimazione, si è valutata per il 1986 una spesa annua oscillante tra i 45 mila ed i 60 mila miliardi, pari al 5-6% circa del PIL. Mantenendo la stessa incidenza sul PIL, tale ammontare si attesterebbe oggi *tra i 55 mila e i 70 mila miliardi.*

Portata macro-economica (e macro-sociale), radicamento nelle correnti forti dell'evoluzione, intersettorialità, candidano la manutenzione a paradigma primario dello sviluppo dei prossimi anni.

Questo esito è possibile se si colgono le potenzialità di tale problematica in termini di innovazione delle politiche.

Innanzitutto perché le politiche manutentive permettono un forte *collegamento tra soddisfazione di bisogni e sviluppi occupazionali* (e quindi una occupazione addizionale non assistenziale alle condizioni di produttività media). Utilizzando un modello di simulazione basato sull'analisi delle interdipendenze settoriali, con una larga approssimazione settoriale, si è stimato che 1000 miliardi di domanda finale rivolti alla branca "Servizi generali delle amministrazioni pubbliche non destinabili alla vendita" attivano 67.000 uomini/anno.

In secondo luogo, perché la domanda manutentiva propone alcuni temi di riflessione per le politiche:

- la riformulazione di una cultura che integri, tra gli obiettivi, le opere e i giorni: non solo l' "opera" ma anche il tempo della sua disponi-

bilità (che incide sulla buona manutenzione);

- la riformulazione dei parametri normativi e finanziari con cui il soggetto pubblico affronta i problemi manutentivi;
- la gestione di una operazione di trasferimento di cultura manutentiva dai luoghi storici (l'industria e le grandi reti) alle aree di nuovo fabbisogno (l'ambiente, i beni culturali, ecc.).

5.2. La manutenzione nel contesto meridionale e in quello sulmonese

In generale, nel Mezzogiorno le attività di manutenzione si presentano carenti a fronte di fabbisogni elevati nei diversi ambiti.

Da un'indagine Censis condotta presso aziende di prevalente piccola e media dimensione nelle aree di sviluppo industriale del Mezzogiorno (Asi) risulta che il 21,3% delle imprese indicano il fabbisogno di servizi di manutenzione come una delle tre priorità relative alla dotazione di servizi esterni da localizzare nelle Asi. Pur non essendo tale incidenza fra i valori più alti, è altresì vero che l'ordine di grandezza non si discosta molto da quelli più elevati, relativi ai servizi di commercializzazione e per l'innovazione tecnologica.

Sul versante dell'offerta, viceversa, le imprese di servizi di manutenzione risultano scarsamente diffuse nel Mezzogiorno; ad es., sulle 380 imprese di "manutenzioni tecnologiche industriali" operanti attualmente in Italia solo 33 (8,7%) sono dislocate nel Sud non insulare (in Abruzzo sono 4); per le imprese di "manutenzione stabili" la stessa quota si attesta a 54 su 1.274 (4,2%), di cui 14 in Abruzzo.

La funzione manutentiva si configura quindi come una emergenza nelle aree meridionali, per effetto:

- di un fabbisogno crescente nelle aziende non soddisfatto da una adeguata articolazione dell'offerta;
- della presenza di situazioni in forte dissesto (spesso percepibili quotidianamente) e quindi ad elevato fabbisogno, dalle reti di base (acqua, luce, energia, strade, ecc.) alla montagna, dai beni cul-

turali ai centri storici, dagli ospedali alle scuole, ecc;

- della presenza di fattori oggettivi di svantaggio rispetto alla manutenzione industriale (lontananza dalle case costruttrici dei macchinari, minori opportunità per la formazione delle risorse, ecc.);
- di un approccio prevalente di tipo tradizionale (interventi di manutenzione ordinaria o straordinaria, piuttosto che preventiva, sulla base di programmi strutturati);

Nel contesto sulmonese, la carenza di attività manutentive si configura egualmente come un'obiettivo diseconomia esterna, sia attualmente con riferimento ad alcuni ambiti:

- la piccola e media industria e i diversi comparti artigiani,
- alcune reti strategiche (infrastrutture viarie),
- l'ambiente e il territorio,

sia in prospettiva se si pensa, ad es., ad un rilancio complessivo del settore turistico. L'importanza, in questo senso, di rifare gli arredi urbani in una serie di piccoli centri della Comunità Montana, quali Castrovalva, Cansano, Introdacqua, Pacentro, ecc.; l'ipotesi di una valorizzazione in chiave turistica dell'Abbazia Celestiniana; la necessità di salvaguardare le risorse naturali e così via.

5.3. Un programma di intervento in campo manutentivo

Il problema centrale per lo sviluppo della funzione manutentiva è quello di riuscire a permeare il tessuto economico e sociale di una nuova mentalità e di una nuova cultura che già nella realizzazione del manufatto (sia esso un'opera civile o un bene industriale) incorpori le modalità per la sua permanenza nel tempo. I mutamenti che stanno avvenendo, in particolare nei luoghi tradizionali di produzione della cultura manutentiva (la grande industria, soprattutto), sono sotto questo profilo evidentissimi e tendono ad aprire un ciclo nuovo nello sviluppo economico in cui la qualificazione e il mantenimento dell'esistente (con la conseguente crescita dei livelli di affi-

dabilità dei beni e la riduzione degli sprechi) acquista ormai un'importanza pari o superiore all'allargamento indefinito del parco beni e/o del parco strutture.

Questa trasformazione è peraltro dettata, nel settore privato, da precise regole di mercato. L'accelerazione della concorrenza internazionale fa crescere infatti la qualità dei servizi incorporata dal prodotto (servizi alla clientela, assistenza pre e post-vendita), ivi compresa la tempestività della consegna.

In queste condizioni la rottura del ciclo produttivo, tipico effetto di una mancata programmazione manutentiva, rischia di espellere rapidamente l'impresa dal mercato; nell'industria, quindi, la manutenzione è entrata progressivamente a far parte dei supporti strategici aziendali (in molti casi, tale funzione ha una propria autonomia gestionale).

Nel settore pubblico il meccanismo di reazione ad una cattiva manutenzione (delle strade, delle ferrovie, degli ospedali, dei beni culturali, ecc.) è più lento, non essendoci regola di mercato. Tuttavia, esso agisce: ad una cattiva manutenzione, infatti, il corpo sociale (che ne subisce le conseguenze) associa una cattiva amministrazione pubblica ed è quindi portato a reagire negativamente in termini di consenso (anche se evidentemente influiscono sul consenso molti altri fattori). Ciò spiega perché gli approcci manutentivi nel sistema pubblico siano in effetti molto più deboli rispetto al settore privato, con il rischio (già sperimentato) di depauperamento di risorse spesso non riproducibili (si pensi ai beni culturali).

La manutenzione è quindi innanzitutto una nuova filosofia, una opzione culturale con la quale tutti gli operatori, nel pubblico e nel privato, dovranno confrontarsi. Per questa ragione, rilanciare il tema della manutenzione nelle aree meridionali, dove le emergenze sono più pressanti e gli approcci gestionali meno avanzati, implica una proposizione di intervento a largo raggio.

Sulmona può candidarsi ad essere punto di coagulo e di scambio del know-how manutentivo non solo per l'area peligna, ma per l'intera regione Abruzzo e probabilmente per l'intero Mezzogiorno, dove non esistono attualmente centri per la diffusione della funzione

manutentiva: non ci sono, cioè, esperienze di "residenzializzazione" della cultura manutentiva che, tramite strutture fisiche apposite, promuovano iniziative specifiche sotto il profilo tecnico, culturale e istituzionale.

Si può ipotizzare, quindi, la costituzione a Sulmona di una Agenzia Permanente per la Manutenzione che svolga le seguenti funzioni:

a) *Monitoraggio dei fabbisogni manutentivi* nei diversi ambiti tematici, partendo dalla ricostruzione di una mappa dei fabbisogni attuali e predisponendo gli strumenti statistici necessari per un osservatorio permanente.

L'attività dell'Osservatorio dovrebbe in linea di principio rispondere a tre fondamentali esigenze informative:

1. l'esigenza di informazione di base sui principali aspetti della manutenzione (non solo i "numeri", ma anche i "criteri metodologici"), colmando il vuoto oggi esistente;
2. l'esigenza di informazione congiunturale (monitoraggio permanente) per tenere costantemente sotto osservazione la linea evolutiva della manutenzione, negli aspetti quantitativi e nelle politiche attuate, rispetto ai principali ambiti in cui essa si manifesta;
3. l'esigenza di informazione specifica, negli ambiti nuovi ma di crescente rilevanza.

Ciò vuol dire che l'attività dell'Osservatorio e i suoi prodotti avranno di volta in volta un carattere:

- di ricerca di base
- di aggiornamento (o anche di check congiunturale)
- di approfondimento tematico.

Ovviamente, la messa a regime dell'Osservatorio richiederà un periodo di tempo adeguato (ad es., due anni), nel corso del quale si inizieranno ad attivare le operazioni di base (ricerche che andranno

a costituire il patrimonio informativo di partenza per l'Osservatorio) in settori specifici, proseguendo nelle fasi successive nel completamento dell'analisi degli ambiti di interesse, nella messa a punto di un sistema di aggiornamento e nella previsione di una serie di approfondimenti tematici.

Gli ambiti nei quali può operare l'Osservatorio sono, come prima ipotesi:

- l'industria
- le reti infrastrutturali di base
- i servizi pubblici
- l'ambiente
- i beni culturali.

L'ampiezza delle funzioni che può ricoprire l'osservatorio prefigura fin da subito la possibilità di operare su un raggio territoriale estremamente vasto (Abruzzo e regioni limitrofe o l'intero Mezzogiorno).

b) *Elaborazione di strategie generali di intervento in campo manutentivo e predisposizione di progetti-pilota ad elevato contenuto innovativo.*

Il progetto-pilota resta uno degli strumenti più efficaci per poter trasmettere esperienze avanzate e soprattutto, come nel caso della manutenzione, a cui viene impropriamente riconosciuto uno scarso contenuto di qualificazione, per dare riconoscimento alla "innovazione possibile", ad iniziative cioè che non sono solo "interessanti", ma hanno avuto una concreta sperimentazione.

Nella nostra ipotesi, l'Agenzia può promuovere progetti-pilota per (ad esempio):

- modelli avanzati di applicazioni manutentive nell'industria, a partire dalle imprese di media e grande dimensione (informatizzazione della manutenzione, manutenzione preventiva "su condizione", ecc.);

- riqualificazione degli interventi manutentivi nelle reti (migliorando l'organizzazione delle risorse umane impiegate; razionalizzando tempi e modi di intervento, ecc.);
- organizzazione degli interventi manutentivi nell'ambiente montano (ad esempio, nella prevenzione incendi);
- organizzazione dei servizi manutentivi urbani, utilizzando appositamente cooperative private;
- interventi mirati sul patrimonio artistico, con il coinvolgimento di sponsors.

L'area di interesse è quella della Comunità Montana in prima battuta, ma con un allargamento successivo a tutto l'Abruzzo e alle regioni limitrofe.

- c) *Organizzazione dell'offerta di servizi di manutenzione*, rivolti in particolare all'industria. Si possono a tal fine promuovere appositi centri specializzati mono o polivalenti (in una forma consortile e sostenuti sia dal mercato che dai contributi delle singole aziende), attraverso i quali possono essere attivate apposite "squadre manutentive" per la diffusione degli approcci di programmazione, in particolare nelle imprese minori (tramite visite dirette nelle aziende).
- d) *Trasferimento del know-how manutentivo* (tecniche, modelli di intervento, criteri strategici, ecc.) dai settori di accumulazione (ad es. grande industria) a quelli deboli (ad es. piccole imprese, opere pubbliche), tramite iniziative seminariali, stages, esperienze di laboratorio, utilizzazione ad hoc di risorse altamente specializzate che, nel loro complesso, possono rafforzare i circuiti di trasmissione della cultura manutentiva.
- e) *Sviluppo di una "intelligence" tecnologica*, in cui si possono ipotizzare interazioni con i centri universitari.
- f) *Formazione di managers e quadri di manutenzione*, anche tramite il collegamento con le principali associazioni di promozione della cultura manutentiva (CNIM, AIMAN).

g) *Sviluppo di una specifica attività di "entreprise creation", nell'area dei servizi esterni di manutenzione, anche tramite collegamenti con i programmi in atto della GEPI, del CNIM e del Comitato della Legge 44/86 (imprenditorialità giovanile).*

In prima approssimazione si può ipotizzare che l'Agenzia abbia natura mista pubblico-privata e sia parzialmente finanziata dai servizi offerti. Il suo raggio d'azione può inizialmente interessare l'Abruzzo ma, come si è detto, l'ampiezza e l'importanza della proposta devono prefigurare già dalla costituzione la potenziale estensione alle regioni limitrofe e all'intero Mezzogiorno.

Bisogna inoltre immaginare dei meccanismi di mercato, su alcuni dei servizi erogati, che non definiscano a priori l'ampiezza dei bacini di utenza.

Infine, l'accumulazione conoscitiva di vario livello dell'Agenzia (mappa dei fabbisogni, tecniche avanzate di manutenzione, documentazione, ecc.) può costituire nel tempo una banca dati fruibile dall'esterno tramite raccordo con la rete telematica Sulmo-Tel.

Capitolo Sesto
**“SULMO-TEL”: UN POLO TELEMATICO
PER LA SOCIETÀ LOCALE**

6.1. Premessa

Negli ultimi anni l'informatizzazione della Pubblica Amministrazione ha avuto una notevole spinta sulla scia degli altri paesi industrializzati, in primo luogo la Francia, e della nascita e dello sviluppo in Italia di una rete di servizi telematici gestita da Ancitel.

Sulmona è stata fra i primi comuni italiani a ritenere fondamentale dotarsi di una serie di servizi informatici e telematici da mettere a disposizione delle imprese, dei cittadini e degli organi della stessa Pubblica Amministrazione.

Nel corso del 1987, quando Ancitel era ancora in fase di costituzione, era stato messo a punto un progetto estremamente articolato, denominato "Sulmo-Tel", che prevedeva la predisposizione e l'attivazione di una serie di prodotti/servizi telematici che andavano dal livello locale (informazioni sul mercato del lavoro, scuole, sanità, richiesta di certificati, ecc.), a quello regionale (servizi alle imprese, notizie su iniziative regionali, informazioni su prezzi e mercati, ecc.), fino a raggiungere una scala nazionale (Banche dati, laboratorio sviluppo software, ecc.).

Nonostante lo sviluppo suddetto l'Abruzzo risulta tuttora fortemente arretrato a livello di informatizzazione della Pubblica Amministrazione, come risulta anche dal piano di sviluppo regionale, che dedica ampio spazio alla necessità di migliorare il sistema informativo attraverso la creazione di nuove strutture a sostegno dell'informatizzazione.

In questo senso va anche il decreto legge di "Disciplina dei processi di automazione nelle amministrazioni pubbliche" che prevede investimenti da parte dello Stato dell'ordine di 10.000 miliardi per il triennio 1991-1993.

Particolarmente interessanti risultano gli art. 3 e 4 del suddetto decreto legge che prevedono rispettivamente la validità giuridica dei documenti prodotti elettronicamente e la possibilità di avviare progetti intersettoriali di automazione anche con il ricorso a società specializzate con elevata capacità professionale o a consorzi di imprese.

Anche la circolare 21 maggio 1990 n. 51223 del Ministero della Funzione Pubblica, offre una serie di indicazioni alle amministrazioni locali, elencando le linee di riferimento per favorire lo sviluppo di sistemi informativi che seguano criteri omogenei fra le varie Amministrazioni Pubbliche allo scopo di favorirne l'interconnessione, pur nel rispetto di una offerta molto differenziata di potenziali servizi.

Dal piano di sviluppo regionale emerge dunque la necessità di implementare e consolidare l'informatica e la telematica della Regione Abruzzo.

A tale scopo vengono individuati alcuni soggetti prioritari che comprendono da un lato gli Enti locali e dall'altro gli operatori privati che, interagendo ed eventualmente sfruttando i finanziamenti comunitari previsti per l'informatizzazione (in particolare viene individuato il programma Esprit), dovrebbero far nascere una serie di servizi innovativi a vantaggio dei cittadini e degli operatori economici.

In questo promettente quadro di sviluppo, vista la sensibilità dimostrata dagli amministratori locali al riguardo, è sembrato opportuno riscrivere il progetto Sulmo-Tel alla luce della situazione attuale e del prossimo sviluppo di altri servizi nel 1987 ancora non prevedibili.

6.2. Le ipotesi di base

Il progetto si fonda su una collaborazione stabile ed organica fra il Comune di Sulmona ed Ancitel, che si è ormai qualificata come una "rete telematica" fra Comuni italiani (oltre 2000 Comuni abbonati ai vari servizi telematici) ed è estremamente interessata a coordinare e partecipare attivamente alla costituzione di reti locali di servizi innovativi telematici.

In questo senso la stessa Ancitel sta mettendo a punto un pacchetto di prodotti/servizi da installare presso le singole amministrazioni locali che, opportunamente personalizzato secondo le esigenze di Sulmona, potrebbe costituire una comoda base per sviluppare e far decollare nel minor tempo possibile il progetto Sulmo-Tel.

La forma societaria più adeguata e di facile realizzazione appare

una Società di capitali (Srl o SpA) denominata Sulmotel, costituita dal Comune di Sulmona ed aperta ad altri investitori pubblici ed eventualmente privati. Fra i primi si segnalano in primo luogo la stessa Ancitel, la Sip, la Cerved, Abruzzo informatica e la stessa Regione Abruzzo che potrebbe partecipare o direttamente nella compagine azionaria o tramite un finanziamento iniziale da restituire nel prosieguo dell'attività.

Fra i privati è possibile coinvolgere le principali Società informatiche e di telecomunicazioni presenti nella Regione, eventualmente anche in qualità di sponsor dell'iniziativa, oltre a società locali di sviluppo software che potrebbero essere direttamente coinvolte nella gestione di alcuni dei servizi offerti.

I servizi verranno offerti principalmente attraverso il VideoTel, la cui utilizzazione dovrà essere promossa dal Comune di Sulmona attraverso opportuni incentivi ai cittadini, da stabilirsi a seconda del budget disponibile.

Data l'economicità dell'installazione e del canone Video-Tel attuali, appare concreta fin da adesso l'ipotesi di installare gratuitamente presso un consistente numero di famiglie per un periodo di alcuni mesi gli apparecchi Video-Tel. Tale opera promozionale, oltre ad apparire indispensabile per rendere i servizi fruibili da un elevato numero di persone, farebbe di Sulmona il primo Comune italiano a seguire l'esempio della Francia, che ha installato gratuitamente il "Minitel" presso tutti i potenziali utenti.

Il piano di comunicazione deve prevedere inoltre un'altra serie di iniziative volte a sensibilizzare l'utenza potenziale verso i servizi. In prima battuta appaiono utili:

- la predisposizione di materiale informativo su Sulmo-Tel e sui servizi offerti da inviare ai cittadini e/o da affiggere;
- l'organizzazione a Sulmona di un convegno con la partecipazione di tutti i soggetti potenzialmente interessati all'iniziativa;
- l'organizzazione di un eventuale gemellaggio con una città straniera (possibilmente francese) dove esiste un'iniziativa simile.

Dalle interviste effettuate sono emersi un'altra serie di suggerimenti che, in sintesi, si possono racchiudere nelle seguenti raccomandazioni:

- la sede operativa di Sulmo-Tel deve essere ubicata a Sulmona, in quanto un diretto collegamento con i fruitori dei servizi appare indispensabile per offrire servizi utili e di frequente utilizzo;
- la struttura, una volta costituita, deve godere di completa autonomia gestionale ed organizzativa; in sostanza, si dovrà prevedere l'assunzione di un numero ristretto di persone qualificate e precedentemente formate (l'ideale sarebbe una precedente esperienza in Società specializzate nell'offerta di servizi telematici, prima fra tutte la stessa Ancitel) in grado di risolvere autonomamente ed in loco i problemi gestionali che via via si presenteranno con la massima rapidità ed efficacia possibili;
- la struttura prevista dovrà risultare flessibile e quindi in grado di implementare/modificare i servizi offerti a seconda delle esigenze manifestate dagli utenti;
- attivando eventualmente dei canali preferenziali, tutto il personale della struttura dovrà essere in grado, di muoversi in stretto collegamento con Ancitel e con gli altri eventuali partner dell'iniziativa.

6.3. I servizi offerti

Il pacchetto iniziale di prodotti/servizi da inserire nel progetto Sulmo-Tel deve essere stabilito attraverso un incontro fra i rappresentanti del Comune di Sulmona ed i responsabili di Ancitel che, data l'esperienza acquisita negli ultimi anni, conoscono le problematiche da risolvere nei vari servizi, i loro costi e, soprattutto, il miglior modo di diffonderli fra i potenziali utenti.

Tali servizi dovranno comunque rispondere alla logica di non sovrapporsi a quelli già offerti da Ancitel su scala nazionale.

Di seguito vengono riportati i prodotti che ad un primo esame appaiono i più adatti a costituire il nucleo iniziale di Sulmo-Tel, per l'interesse che rivestono, per i potenziali utenti e per la velocità di

progettazione e messa in servizio.

Alcuni di questi servizi potranno essere gestiti secondo tecniche EDP tradizionali e dotati di interfaccia per essere disponibili su Videotel; gli altri invece saranno prodotti direttamente attraverso il sistema Video-Tel a seconda dei costi stimati e della frequenza di imputazione dei dati prevista.

Scheda I

| | |
|-------------------|--|
| Servizio: | <i>"Chi è chi" delle istituzioni abruzzesi - annuario telematico</i> |
| Prodotto: | da Sulmo-Tel |
| Gestito: | da Sulmo-Tel |
| Ospitato: | da Sulmo-Tel |
| Commercializzato: | da Sulmo-Tel |

Descrizione del servizio

Si tratta di mettere in linea gli annuari attualmente esistenti sotto forma cartacea. I vantaggi del supporto telematico sono i seguenti:

- aggiornamenti man mano che avvengono le variazioni;
- ampia potenzialità di diffusione;
- possibilità di fornire agli utenti un sistema di facile indirizzamento, all'interno delle istituzioni comunali e regionali e delle loro espressioni organizzative e funzionali.

Utenza: Piccole e medie imprese, singoli cittadini, Ordini professionali, Enti locali, Camere di Commercio, Associazioni di categoria

Note

In questa applicazione, combinando insieme le prerogative del gruppo chiuso di utenti e quelle della casella postale, si può ipotizzare un collegamento fra tutti i componenti dell'annuario, ognuno

dei quali avrebbe una sua casella postale riservata e tutelata, da utilizzare per convocazioni, agende, scambi di messaggi, sia con gli altri componenti l'annuario sia eventualmente con il pubblico, favorendo una notevole trasparenza delle istituzioni e migliorando il collegamento diretto con i cittadini.

Scheda 2

Servizio: Guida all'uso delle istituzioni
e delle Associazioni di categoria
Prodotto: da istituzioni, associazioni e Sulmo-Tel
Gestito: da Sulmo-Tel
Ospitato: da Sulmo-Tel
Commercializzato: da istituzioni, associazioni e Sulmo-Tel

Descrizione del servizio

Il servizio è volto a fornire una guida di rapida consultazione circa le modalità di assolvimento degli adempimenti burocratici e di utilizzo dei servizi delle associazioni. Le descrizioni degli adempimenti e dei servizi sarà a cura delle istituzioni ed associazioni coinvolte e sarà informatizzato da Sulmo-Tel. Gli utenti potranno accedere tramite la ramificazione ad albero propria del Video-Tel, dal tema generale alla soluzione del problema particolare.

Utenza: Piccole e medie imprese, singoli cittadini, Studi professionali,

Note

Il servizio può prevedere una serie di pagine a disposizione dell'utente per la richiesta di pareri, informazioni, interpretazioni che, inviate al ricevente, generano risposte inoltrabili per lo stesso tramite e leggibili, a loro volta, dai singoli utenti.

Scheda 3

Prodotto: da Sulmo-Tel in collaborazione

Gestito: *con Cerved ed Ancitel*
da Sulmo-Tel
Ospitato: da Sulmo-Tel
Comercializzato: da Sulmo-Tel

Descrizione del servizio

Il servizio offre agli operatori economici informazioni su iniziative, proposte, risorse, studi e ricerche: tra le rubriche ipotizzabili figurano:

- Fonti di finanziamento agevolato (Cee, Italia, Regione)
- Mostre e fiere
- Indici economici regionali e settoriali
- Corsi di formazione, Studi e Convegni
- Notizie di legislazione economica

Utenza: imprese, associazioni, liberi professionisti

Note

Il servizio può essere ampliato attraverso una convenzione con il Cerved, che faciliti l'accesso alle banche dati SDOI, SDOE ed all'archivio automatizzato delle ditte.

Nel caso della formazione e dei convegni, il servizio può consentire iscrizioni ai corsi già organizzati o la distribuzione di prodotti formativi per via telematica con metodologia C.A.I.

Scheda 4

Servizio: *Borsa dei servizi alle imprese*
Prodotto: da imprese di servizi, locali e non
in qualità di in serzionisti
Gestito: da Sulmo-Tel

Ospitato: da Sulmo-Tel
Commercializzato: da Sulmo-Tel

Descrizione del servizio

Le differenti borse possono riguardare offerte e richieste dei seguenti servizi:

- Subfornitura industriale
- Richieste ed offerte di lavoro qualificato e non
- Commercializzazione in Italia ed all'estero di beni e servizi
- Supporti finanziari (leasing, factoring, ecc.)
- Formazione professionale e manageriale
- Consulenza direzionale ed organizzativa
- Promozione e pubblicità
- Servizi informatici
- Smaltimento di rifiuti industriali

Utenza: Tutte le imprese industriali e di servizi locali, regionali ed eventualmente nazionali, persone in cerca di occupazione

Note

Il servizio può prevedere anche un sistema, opportunamente protetto, di incontro tra domanda ed offerta; in questo caso la borsa è automaticamente attivata quando un utente si rivolge direttamente ad un inserzionista per richiedere informazioni, servizi, prezzi, prodotti, ecc.

Scheda 5

Servizio: *Albo delle Società del terziario*

avanzato operanti sul territorio regionale
Prodotto: da società di consulenza e da Sulmo-Tel
Gestito: da Sulmo-Tel
Ospitato: da Sulmo-Tel
Commercializzato: da Sulmo-Tel

Descrizione del servizio

Si tratta di costituire un albo regionale che contenga informazioni su tutte le società di consulenza nei seguenti settori:

- Ricerche di mercato
- Brevetti ed innovazione
- Logistica ed impiantistica generale
- Ambiente e territorio
- Informatica e telematica
- Servizi all'internazionalizzazione
- Trasferimenti di tecnologia

Utenza: Tutte le imprese industriali e di servizi locali, regionali ed eventualmente nazionali, gli enti locali.

Note

Il servizio è da intendersi come strettamente correlato alla borsa dei servizi alle imprese, i cui inserzionisti saranno inseriti in evidenza nell'albo.

Scheda 6

Richiesta di certificati
Servizio:
Prodotto: da Istituzioni pubbliche e da Sulmo-Tel
Gestito: da Sulmo-Tel

Ospitato: da Sulmo-Tel
Commercializzato: da Sulmo-Tel

Descrizione del servizio

I certificati pubblici e gli atti rilasciati ogni anno dalle istituzioni che operano al servizio delle imprese e dei cittadini, ammontano ad alcune decine di migliaia/anno nella Regione.

Dobbiamo presumere che oggi, per ogni certificato, vi sia una persona che fisicamente si rechi presso l'istituzione interessata ed inoltri la richiesta, paghi i diritti, ritiri il documento.

Da stime di massima fatte con alcuni addetti ai lavori possiamo ipotizzare che:

1. il 5% dei certificati viene richiesto e inoltrato via posta, previo il pagamento dei relativi diritti su bollettino di c/c postale.
2. il 50% dei certificati è richiesto da utenti intermedi quali studi professionali e agenzie.

Utenza: singoli cittadini, imprese, agenzie, Enti locali

Note

Mediante il sistema in esame è possibile abilitare alcune categorie di utenti, previo un deposito cauzionale per il pagamento dei diritti (anche mediante l'adozione della tecnologia della carte à memoire o tessera magnetica tipo bancomat), a inoltrare, dalla propria sede di lavoro, richieste di certificati, visure, documentazione, direttamente ai "fornitori".

Il sistema, opportunamente collegato con gli elaboratori di costo-ro, può automaticamente inoltrare le richieste, programmando anche le modalità e i tempi di erogazione dell'output.

Sarà poi un semplice problema di logistica tra utente e fornitore quello del recapito fisico della certificazione o della documentazione prodotta.

In altri termini l'utente si limita a digitare, sul proprio terminale, gli estremi del documento richiesto. Il sistema provvede ad indirizzare automaticamente i dati all'elaboratore esterno, che pianifica l'esecuzione del lavoro secondo le modalità e i tempi più convenienti.

La stessa procedura potrebbe essere utilizzata per far pervenire agli utenti modulistica varia.

Il servizio, se attivato, consentirà di ridurre considerevolmente il carico di lavoro degli sportelli burocratici con vantaggi anche economici rilevanti.

L'unico problema potrebbe essere costituito dal limitato numero di potenziali utenti, ma il servizio appare molto valido a livello di immagine della città.

Scheda 7

| | |
|--------------------------|--|
| <i>Servizio:</i> | <i>Informazioni su pratiche in itinere</i> |
| <i>Prodotto:</i> | da Istituzioni pubbliche e da Sulmo-Tel |
| <i>Gestito:</i> | da Sulmo-Tel |
| <i>Ospitato:</i> | da Sulmo-Tel |
| <i>Commercializzato:</i> | da Sulmo-Tel |

Descrizione del servizio

Si tratta di attivare una serie di canali di facile accesso per ottenere informazioni su pratiche burocratiche in itinere, fra le quali si possono ipotizzare:

- concessione licenze edilizie
- concessione licenze commerciali
- richieste di finanziamenti pubblici e di contributi

Utenza: singoli cittadini, imprese, Enti locali.

Note

Il sistema si collega strettamente al precedente e può essere attivato progressivamente a seconda degli enti pubblici coinvolti.

Scheda 8

| | |
|-----------|---|
| Servizio: | <i>Linea diretta amministrazione cittadinanza</i> |
| Prodotto: | dal Comune di Sulmona e da Sulmo-Tel |
| Gestito: | da Sulmo-Tel |
| Ospitato: | da Sulmo-Tel |

Descrizione del servizio

La disseminazione, nella città di Sulmona, di terminali Videotel può consentire ad ogni cittadino di rivolgersi ai propri amministratori con interrogazioni, proposte, richieste, di accedere all'Albo pretorio e di leggerne i contenuti più di dettaglio.

Una speciale applicazione può essere sviluppata per consentire agli Amministratori di rilevare, con metodologie agevoli, l'opinione dei cittadini su temi specifici che mobilitano l'accettazione o l'interesse pubblico (referendum locali).

Un'ulteriore applicazione, viceversa, può consentire a gruppi di cittadini e ad Associazioni di proporre consultazioni e di offrirne il risultato ai pubblici Amministratori.

Utenza: singoli cittadini, soprattutto nella fasce di età più giovani.

Note

È utile per l'immagine esterna della città di Sulmona realizzare un prototipo che, oltre a funzionare localmente, costituisca motivo di sperimentazioni più vaste, replicabili in altri contesti.

Scheda 9

| | |
|------------------|---------------------|
| <i>Servizio:</i> | <i>Sanità amica</i> |
| Prodotto: | dalle USL |
| Gestito: | da Sulmo-Tel |
| Ospitato: | da Sulmo-Tel |

Descrizione del servizio

Si tratta di progettare, avvalendosi anche delle esperienze in corso in altre aree del paese, un sistema che consenta ai medici di base di seguire ed indirizzare gli utenti del servizio sanitario pubblico, ottimizzando il flusso delle informazioni, l'utilizzo delle procedure burocratico-amministrative, eliminando le lunghe attese e le disfunzioni attuali.

Utenza: singoli cittadini, medici di base, ambulatori, ospedali, cliniche.

Note

Il sistema potrà essere usato anche per le prenotazioni di servizi sanitari specialistici, per la validazione di ricette e pratiche nonché per il collegamento con i presidi sanitari della provincia (ospedali, cliniche, poliambulatori, ecc.)

Scheda 10

| | |
|------------------|----------------------------------|
| <i>Servizio:</i> | <i>mercato telematico locale</i> |
| Prodotto: | da Sulmo-Tel |
| Gestito: | da Sulmo-Tel |
| Ospitato: | da Sulmo-Tel |

Descrizione del servizio

Piccoli annunci, pubblicità, mercato del lavoro e tempo libero costituiranno le prime rubriche di questo servizio destinato a favorire l'incontro fra domanda e offerta di privati cittadini.

Utenza: singoli cittadini

Note

Il servizio può essere integrato da un "giornale" locale che riporti fatti, opinioni, avvenimenti rilevanti per la zona e di interesse dei potenziali lettori.

È uno dei servizi più richiesti in Francia, con particolare riguardo alle informazioni per i giovani.

Come si potrà notare, i servizi riportati in questa fase a titolo esemplificativo e non esaustivo, privilegiano gli scambi attivi fra gestori ed utenti. Alcuni di questi, opportunamente discussi e valutati, possono costituire un valido nucleo di partenza per Sulmo-Tel che, in seguito, potrà essere esteso sia a livello geografico, coinvolgendo con alcuni servizi tutta la Regione Abruzzo, sia a livello di prodotti/servizi, inserendo nuovi sistemi telematici, in base ai risultati ottenuti presso l'utenza ed alle ulteriori esigenze via via manifestatesi.

Fra questi, si possono ipotizzare altri servizi riguardanti la scuola e l'Università, l'accesso a banche dati italiane ed internazionali, l'informazione politica, la valorizzazione delle risorse storiche e naturali locali, la cultura, ecc.

6.4. Gli obiettivi di Sulmo-Tel

L'informazione sta sempre più assumendo il ruolo di risorsa fondamentale per lo sviluppo socio-economico locale e regionale, sia per la capacità competitiva degli operatori economici, sia per un migliore standard di vita della collettività.

L'informazione per essere valida deve essere aggiornata, rapidamente fruibile e di facile interpretazione; creare procedure automatiche di aggiornamento e di distribuzione delle informazioni rappresenta, dunque, un valido obiettivo per gli enti locali. Sulmona si era dimostrata sensibile a tali problematiche con largo anticipo rispetto alla media dei Comuni italiani ed il contatto con Ancitel è stato

sempre mantenuto vivo dagli amministratori locali. Ora che lo stesso piano regionale di sviluppo ha indicato, fra le vie da percorrere, quella di uno sviluppo delle filiere e dei sistemi informativi, la riproposizione, aggiornata e semplificata, del progetto Sulmo-Tel ha una sua valenza particolare.

La creazione di un polo telematico a Sulmona risponde, dunque, ai seguenti obiettivi:

- aumentare il flusso di informazioni fra l'amministrazione locale, le imprese ed i cittadini e, soprattutto, migliorarne la rapidità e l'efficacia;
- rendere fruibili alla popolazione una serie di servizi innovativi, che ne migliorino lo standard di vita;
- migliorare l'immagine di Sulmona non solo agli occhi della cittadinanza, ma anche a livello regionale e nazionale;
- creare i presupposti di uno sviluppo economico e sociale attraverso uno stretto collegamento con gli altri progetti di sviluppo previsti dall'Amministrazione.

6.5. Organizzazione e tempistica

A livello organizzativo il primo passo utile sarebbe quello di costituire un gruppo di lavoro composto da un ristretto numero di persone (3-5) all'interno dell'amministrazione comunale e degli altri enti/istituzioni pubblici locali interessati al progetto.

Tale gruppo di lavoro dovrà:

- valutare l'utilità dei servizi proposti in collaborazione con Ancitel (con la quale andrà raggiunto un accordo di base per l'indispensabile collaborazione);
- studiare la forma societaria più adatta per dare avvio all'iniziativa;
- analizzare le difficoltà incontrate da progetti simili in Italia ed all'estero;

- decidere un budget per la comunicazione e stabilire quante e quali delle iniziative promozionali di lancio effettuare;
- stimare i costi ed i ricavi dell'iniziativa nei primi tre anni.

Data la disponibilità di molto materiale riguardante sia il progetto Sulmo-Tel originale che i vari servizi telematici sviluppatisi negli ultimi anni, è possibile ipotizzare che l'attività del gruppo di lavoro si possa concentrare in due-tre mesi prima di dare avvio all'iniziativa concretamente.

Per lo sviluppo e la messa in opera di un primo nucleo di servizi, il tempo richiesto è di poche settimane, mentre certamente più lunga sarà la fase di messa a regime dell'iniziativa con l'attivazione di un numero di servizi più consistente.

6.6. Budget del Progetto Sulmotel

Qui di seguito viene riportato il budget previsionale per i primi tre anni.

Questo piano economico è stato redatto in base alle seguenti ipotesi:

- che nella prima fase vengano assunti da Sulmo-Tel tre dipendenti a tempo pieno: un direttore operativo, una segretaria e un tecnico per la predisposizione dei servizi; nel costo del lavoro sono stati considerati stipendi al lordo degli oneri a carico del centro e delle imposte; negli anni successivi si prevede di portare l'organico del centro a 4-5 addetti fissi;
- che nel primo anno di attività vengano approntati e messi in opera fra i 5 e gli 8 prodotti/servizi per arrivare a 10-12 durante il secondo anno di attività.

Data l'agile struttura interna del Centro molte mansioni non strategiche saranno svolte all'esterno ed in particolare da Ancitel.

Fra le dotazioni tecniche è previsto anche l'acquisto di 2-3 Personal

Computer con stampante per la costituzione delle proprie banche dati.

I costi diversi si riferiscono alle spese di affitto e di utenza per la sede, ai costi amministrativi ed ai costi generali.

I costi per iniziative promozionali si riferiscono alle spese per la pubblicità dei vari servizi e per la predisposizione e diffusione di tutto il materiale informativo.

I costi per l'installazione di Video - Tel presso le famiglie sono considerati al costo attuale (7.000 al mese per cinquemila famiglie per una durata di 6 mesi).

I ricavi sono previsti a partire da sei mesi dopo la costituzione della Società e riguardano la vendita di servizi, eventuali sponsorizzazioni esterne ed altri ricavi (proventi finanziari, ecc.).

Lo squilibrio finanziario potrà essere coperto dai partner dell'iniziativa e/o facendo ricorso a fonti esterne (contributi e finanziamenti regionali, nazionali o comunitari).

Butget previsto per i primi tre anni di attività (ml. di Lit.)

| | 1° anno | 2° anno | 3° anno |
|-------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Costi | | | |
| Costo del lavoro | 240 | 300 | 350 |
| Convenzione Ancitel | 300 | 200 | 200 |
| Dotazioni tecniche | 30 | 20 | 20 |
| Costi diversi | 80 | 100 | 120 |
| Installazione Video-Tel | 200 | 100 | 10 |
| Costi promozionali | 150 | 130 | 100 |
| Totale costi | 1.000 | 850 | 800 |
| Ricavi | | | |
| Servizi | 25 | 120 | 250 |
| Sponsorizzazioni | 50 | 50 | 30 |
| Altro | 50 | 30 | 20 |
| Totale ricavi | 125 | 200 | 300 |
| squilibrio finanziario | -875 | -650 | -500 |



