

2. MANAGEMENT E GOVERNANCE PER LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO

CARMINE VIOLA, LUCA NOTARANGELO E MARCO BENVENUTO

2.1. Introduzione

Il valore territoriale è un concetto ricco e multidimensionale che abbraccia risorse, potenzialità e caratteristiche uniche di un'area geografica, influenzandone l'attrattiva, lo sviluppo economico e il benessere sociale. Questo concetto estende il suo ambito oltre le risorse materiali e naturali, includendo il patrimonio culturale, la storia e le tradizioni che definiscono l'identità di una comunità locale. Negli ultimi anni, questo valore ha catturato un crescente interesse, stimolato da cambiamenti sociali, economici e ambientali, evidenziando l'importanza di un approccio integrato e sostenibile nella gestione del territorio.

Le diverse dimensioni – economica, sociale, culturale e ambientale – rivelano come ogni territorio possieda risorse uniche che, se valorizzate adeguatamente, possono promuovere lo sviluppo e migliorare la qualità della vita. Imprese, istituzioni pubbliche e comunità locali giocano un ruolo fondamentale nella creazione e valorizzazione di questo valore, attraverso politiche e strategie che favoriscono sostenibilità e inclusione.

2.2. Le dimensioni del Valore Territoriale

La dimensione economica del valore territoriale si focalizza sull'uso efficace delle risorse naturali, come terre agricole, foreste e risorse idriche, per generare reddito e occupazione. Il settore agricolo, ad esempio, può beneficiare notevolmente da pratiche sostenibili che preservano l'ambiente e migliorano la qualità dei prodotti. L'agricoltura biologica e a chilometro zero stanno guadagnando popolarità tra i consumatori sempre

più attenti alla sostenibilità e alla qualità alimentare. L'industria agroalimentare, valorizzando le tradizioni culinarie locali, crea prodotti tipici che attraggono turisti e consumatori in cerca di esperienze autentiche e genuine.

Il turismo emerge come una fonte significativa di reddito per molte comunità. Le destinazioni che sanno valorizzare il loro patrimonio culturale e naturale attraggono visitatori da tutto il mondo. Esperienze turistiche che integrano cultura, storia e natura sono particolarmente richieste, generando benefici economici considerevoli per le comunità locali e sostenendo attività commerciali e posti di lavoro (Ritchie & Crouch, 2003). La diversificazione dei prodotti turistici e l'offerta di esperienze personalizzate aumentano la competitività di una destinazione sul mercato globale.

L'aspetto sociale del valore territoriale si concentra sul legame tra le persone e l'ambiente. Una comunità coesa, caratterizzata da un'identità condivisa, crea un contesto favorevole allo sviluppo. Iniziative che coinvolgono la comunità nella pianificazione territoriale rafforzano questo legame, promuovendo un senso di appartenenza e identità comune. Il valore sociale si riflette nella qualità della vita, influenzata dalla disponibilità di servizi, infrastrutture e opportunità di partecipazione. Comunità che investono nel capitale sociale, creando reti di supporto e opportunità di coinvolgimento, affrontano meglio le sfide economiche e sociali (McCracken, 1988). La coesione sociale è essenziale per il benessere comunitario e per la resilienza di fronte ai cambiamenti economici e ambientali.

La dimensione culturale è fondamentale per l'identità di un luogo. Il patrimonio culturale, che comprende tradizioni, usanze, arte e architettura, rappresenta una risorsa preziosa. Valorizzare questo patrimonio non solo attira visitatori e investimenti, ma sostiene anche l'economia locale. Le pratiche culturali e artistiche possono essere integrate in strategie di marketing territoriale, creando esperienze uniche per i turisti e rafforzando l'immagine del territorio (Pine & Gilmore, 1999). Eventi culturali, festival e manifestazioni artistiche diventano occasioni per celebrare l'identità locale, coinvolgendo residenti e visitatori e promuovendo l'orgoglio locale e l'apprezzamento delle tradizioni culturali.

La dimensione ambientale è cruciale per garantire la sostenibilità a lungo termine. La gestione sostenibile delle risorse naturali e la protezione dell'ambiente sono essenziali per mantenere il valore di un territorio. Le politiche ambientali devono essere integrate nelle strategie di sviluppo economico e sociale, assicurando che le future generazioni possano bene-

ficiare delle stesse risorse. Lo sviluppo sostenibile mira a bilanciare le esigenze economiche, sociali e ambientali (Caldwell & Freire, 2004). La conservazione della biodiversità, la gestione dell'acqua e la riduzione dei rifiuti sono pratiche fondamentali per mantenere l'integrità ecologica del territorio. L'adozione di tecnologie green e pratiche di economia circolare può ulteriormente sostenere la sostenibilità ambientale.

2.3. La valorizzazione e ruolo degli Enti Pubblici

2.3.1. La valorizzazione del Valore Territoriale

La valorizzazione del valore territoriale richiede un approccio strategico che integri le diverse dimensioni. Le politiche pubbliche sono chiamate a promuovere la partecipazione attiva della comunità, incoraggiando il coinvolgimento dei residenti nella pianificazione e gestione del territorio. È fondamentale creare reti di collaborazione tra amministrazioni locali, imprese e organizzazioni non profit per sviluppare strategie efficaci.

Il branding territoriale emerge come una delle strategie chiave, creando un'immagine forte e autentica che può aumentare l'attrattiva del territorio, favorendo lo sviluppo del turismo e del commercio locale. Un brand territoriale efficace racconta una storia, mettendo in risalto le caratteristiche uniche e i punti di forza del luogo. La comunicazione deve essere coerente e coinvolgente, utilizzando vari canali, tra cui social media, eventi e pubblicità (Kotler & Keller, 2016). Narrazioni autentiche e coinvolgenti aiutano a costruire un'identità territoriale che risuoni con visitatori e residenti.

Il marketing esperienziale gioca un ruolo cruciale nella valorizzazione del valore territoriale. Offrire esperienze autentiche e significative ai visitatori aiuta a creare un legame emotivo con il territorio. Le esperienze turistiche devono coinvolgere i residenti e promuovere la cultura locale. Tour enogastronomici, laboratori artigianali ed eventi culturali attraggono visitatori e sostengono le economie locali, creando un circolo virtuoso di sviluppo (Pine & Gilmore, 1999). Esperienze che collegano i visitatori con la comunità locale sono particolarmente efficaci nel creare un senso di appartenenza e connessione.

La sostenibilità è il fulcro delle strategie di valorizzazione. Le politiche devono promuovere pratiche sostenibili che proteggano l'ambiente e ga-

rantiscano un uso responsabile delle risorse. Le comunità locali devono essere coinvolte nella creazione di iniziative sostenibili, come la gestione dei rifiuti, la conservazione delle risorse idriche e la promozione dell'energia rinnovabile. La sostenibilità non solo preserva il valore del territorio, ma attrae anche consumatori e investitori sempre più interessati a pratiche responsabili (Ritchie & Crouch, 2003). L'implementazione di soluzioni tecnologiche innovative, come l'uso di energie rinnovabili e sistemi di trasporto ecologici, può migliorare la sostenibilità complessiva del territorio.

Creare alleanze strategiche tra diverse entità locali rafforza ulteriormente la valorizzazione del valore territoriale. Collaborazioni tra enti pubblici, privati e organizzazioni della società civile generano progetti innovativi e sostenibili che beneficiano l'intera comunità. Queste alleanze facilitano la condivisione di risorse e competenze, migliorando l'efficacia delle iniziative di valorizzazione. Il networking tra diverse destinazioni porta a sinergie che aumentano l'attrattività complessiva delle aree coinvolte. La cooperazione interregionale facilita lo scambio di best practices e l'adozione di approcci innovativi nella gestione del territorio.

2.3.2. Tecnologia e Innovazione

Le tecnologie digitali stanno ridefinendo in modo significativo i paradigmi tradizionali di gestione e promozione del valore territoriale, introducendo approcci innovativi che integrano sostenibilità, efficienza e partecipazione civica. In particolare, l'emergere delle smart cities rappresenta un esempio emblematico di come l'innovazione tecnologica possa essere impiegata per ottimizzare la gestione delle risorse urbane e migliorare la qualità della vita dei cittadini. Attraverso l'implementazione di sistemi di sensori intelligenti (IoT, Internet of Things), è possibile monitorare in tempo reale parametri ambientali critici, come la qualità dell'aria, e gestire flussi complessi, quali il traffico veicolare o il consumo energetico. Questi strumenti non solo consentono una gestione più efficiente delle infrastrutture urbane, ma aprono anche nuove prospettive per la riduzione dell'impatto ambientale e il raggiungimento di obiettivi di sostenibilità (Andreani, Bellini, Fanfani & Pantaleo, 2024)

Un aspetto particolarmente rilevante di questa trasformazione è il ruolo attivo che i cittadini possono assumere nel processo di pianificazione e gestione del territorio. Grazie a piattaforme digitali partecipative, gli abi-

tanti delle città possono contribuire alla raccolta di dati, esprimere preferenze e partecipare a processi decisionali, favorendo una governance più inclusiva e trasparente. Questo approccio, definito come cittadinanza digitale attiva, non solo rafforza il legame tra individui e territorio, ma promuove anche un senso di appartenenza e responsabilità condivisa.

Parallelamente, l'avvento delle piattaforme digitali e dei social media ha rivoluzionato le strategie di marketing territoriale, trasformando il modo in cui le destinazioni comunicano il proprio valore a un pubblico globale. Attraverso narrazioni autentiche e coinvolgenti, è possibile evidenziare le peculiarità culturali, storiche e ambientali di un territorio, creando un'immagine distintiva che risuona con specifici segmenti di pubblico. Questo processo, noto come place branding, non si limita alla promozione turistica, ma si estende all'attrazione di investimenti e talenti, favorendo lo sviluppo economico e sociale. L'uso strategico di contenuti multimediali e la creazione di esperienze digitali immersive permettono di stabilire un legame emotivo con il territorio, rafforzando l'identità locale e stimolando un senso di appartenenza anche tra coloro che non vi risiedono fisicamente (Demichele, 2022).

L'integrazione delle tecnologie digitali nella gestione e promozione del valore territoriale rappresenta una sfida multidimensionale che richiede un approccio interdisciplinare, combinando competenze tecniche, urbanistiche, sociali e comunicative. Questa trasformazione non solo migliora l'efficienza e la sostenibilità delle aree urbane, ma apre anche nuove opportunità per coinvolgere attivamente i cittadini e costruire un dialogo costruttivo tra attori pubblici, privati e comunità locali. In un contesto globale sempre più interconnesso, la capacità di sfruttare le potenzialità del digitale diventa un fattore chiave per garantire la competitività e la resilienza dei territori.

2.3.3. Il ruolo degli Enti Pubblici Territoriali e la Collaborazione con le Aziende

Gli enti pubblici territoriali, come comuni, province e regioni, sono attori chiave nella valorizzazione del valore territoriale. Agiscono come facilitatori e regolatori, creando un ambiente che supporta lo sviluppo economico, sociale e ambientale. Gli enti pubblici sono responsabili della pianificazione urbana, della gestione delle risorse naturali e della promozione di politiche di sviluppo sostenibile che rispettino le peculiarità locali.

Una delle principali responsabilità degli enti pubblici è la creazione di piani regolatori che bilancino le esigenze di sviluppo economico con la necessità di conservazione ambientale. Questi piani devono promuovere un uso sostenibile del territorio, incentivare la rigenerazione urbana e proteggere gli ecosistemi locali. Gli enti pubblici possono inoltre implementare politiche fiscali e di incentivazione per attrarre investimenti e supportare le iniziative imprenditoriali locali.

La collaborazione tra enti pubblici territoriali e aziende è essenziale per massimizzare il valore territoriale. Le aziende possono beneficiare di un quadro normativo stabile e favorevole agli affari, mentre gli enti pubblici traggono vantaggio dall'innovazione e dagli investimenti privati per migliorare infrastrutture e servizi pubblici. Questa sinergia porta a progetti di sviluppo territoriale che creano lavoro, stimolano l'economia locale e migliorano la qualità della vita.

2.4. Esempi di successo, sfide e prospettive future

2.4.1. Il Parco Nazionale delle Cinque Terre e Val d'Orcia

Esempi concreti dimostrano come la valorizzazione del valore territoriale possa generare benefici economici, sociali e culturali. Le Cinque Terre, in Italia, hanno saputo valorizzare il loro patrimonio naturale e culturale con un approccio sostenibile. Le politiche di gestione del turismo e le pratiche agricole sostenibili hanno contribuito a preservare l'ambiente e migliorare la qualità della vita, attirando visitatori da tutto il mondo.

Il Parco Nazionale delle Cinque Terre ha implementato politiche di tutela del paesaggio e di gestione sostenibile delle risorse naturali, creando un equilibrio tra turismo e conservazione ambientale. Le aziende locali sono state incoraggiate a adottare pratiche di produzione sostenibile, contribuendo a preservare le tradizioni agricole e a promuovere prodotti tipici che riflettono l'identità del territorio.

Un altro esempio è la Val d'Orcia, in Toscana, che ha ottenuto il riconoscimento come Patrimonio dell'Umanità dall'UNESCO. La valorizzazione del paesaggio, dell'agricoltura tradizionale e delle pratiche culturali locali ha generato un notevole sviluppo economico, preservando l'identità del territorio. Politiche di marketing territoriale hanno creato un'immagine forte e riconoscibile, attirando turisti e investimenti (Klein, 2000).

2.4.2. Urbanizzazione, globalizzazione e digitalizzazione

Le sfide future richiedono soluzioni innovative e approcci multidisciplinari. Il cambiamento climatico rappresenta una minaccia significativa, con impatti diretti sulle risorse naturali e la biodiversità. Alcune regioni hanno iniziato a sviluppare piani di adattamento climatico, che includono la protezione delle coste dall'erosione e la gestione sostenibile delle foreste per prevenire incendi.

L'urbanizzazione continua a esercitare pressione sulle infrastrutture urbane, richiedendo nuove soluzioni per la gestione dei rifiuti e delle risorse idriche. Alcune città stanno sperimentando l'uso di tecnologie smart per ottimizzare l'uso delle risorse, ridurre gli sprechi e migliorare l'efficienza energetica. Queste tecnologie, basate su big data e intelligenza artificiale, permettono di monitorare in tempo reale il consumo energetico e gestire in modo più efficiente le risorse.

La globalizzazione porta con sé opportunità e sfide per il valore territoriale. Se da un lato apre nuovi mercati e opportunità di scambio culturale, dall'altro può minacciare le identità locali e le economie tradizionali. Le regioni devono trovare un equilibrio tra l'apertura ai mercati globali e la protezione delle loro peculiarità culturali e sociali.

La ricerca sul valore territoriale continua a guadagnare attenzione accademica e pratica. Studi recenti hanno messo in luce il potenziale del valore territoriale come strumento per affrontare sfide contemporanee, integrando dimensioni economiche, sociali e ambientali in un approccio olistico (D'Auria, D'Auria & D'Auria, 2020). Il coinvolgimento delle comunità locali nella valorizzazione del territorio risulta cruciale, favorendo un maggiore senso di appartenenza e una gestione efficace delle risorse (Riv. OCSE, 2021).

Le tecnologie digitali stanno rivoluzionando il modo in cui il valore territoriale viene promosso e gestito. Piattaforme online e social media offrono nuove opportunità per il marketing territoriale, raggiungendo un pubblico globale e raccontando storie in modo innovativo. L'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) migliora l'accesso alle informazioni e facilita il coinvolgimento dei cittadini, promuovendo pratiche di turismo sostenibile (Kitchin, Lauriault & McArdle, 2020).

2.5. Conclusioni

Il valore territoriale rappresenta una risorsa fondamentale per lo sviluppo sostenibile e il benessere delle comunità locali. La sua valorizzazione richiede un approccio integrato che consideri le dimensioni economiche, sociali, culturali e ambientali. Politiche pubbliche, branding territoriale e marketing esperienziale devono lavorare in sinergia per promuovere un'immagine forte e autentica del territorio, attirando visitatori e investimenti.

La sostenibilità deve essere il perno delle strategie di valorizzazione, assicurando che le risorse siano utilizzate in modo responsabile e che le generazioni future possano beneficiare del patrimonio territoriale. Attraverso un impegno collettivo e una collaborazione tra le varie parti interessate, è possibile costruire un futuro in cui il valore territoriale sia riconosciuto e apprezzato come un patrimonio da sviluppare e preservare.

Il valore territoriale non è solo un concetto economico, ma un patrimonio culturale e sociale che richiede protezione e sviluppo. Riconoscere e valorizzare questo patrimonio richiede un impegno costante da parte di tutti gli attori coinvolti, garantendo che il territorio possa prosperare in modo sostenibile e inclusivo. In un mondo interconnesso e globalizzato, il valore territoriale rappresenta non solo una risorsa locale, ma una connessione globale che può favorire un futuro migliore per tutti.

BIBLIOGRAFIA

- Andreani, L., Bellini, P., Fanfani, M., Nesi, P., & Pantaleo, G. (2024). Smart city digital twin framework for real-time multi-data integration and wide public distribution. *IEEE Access*, 12, 76277-76303.
- Baudrillard, J. (1970). *La società dei consumi*. Milano: Feltrinelli.
- Caldwell, N., & Freire, J. (2004). The role of place branding in the economic development of cities. *Journal of Place Management and Development*, 1(1), 30-41.
- D'Auria, A., D'Auria, G., & D'Auria, M. (2020). Territorial value as an engine for sustainable development: The role of local communities. *Sustainability*, 12(15), 6085.

- Demichele, M. (2022). Gli strumenti digitali di coordinamento per la gestione del territorio. *Federalismi*, 27(1), 211-231
- Kitchin, R., Lauriault, T. P., & McArdle, G. (2020). Data and the city: Understanding the role of data in urban governance. *Urban Studies*, 57(5), 1079-1097.
- Klein, N. (2000). *No logo: Taking aim at the brand bullies*. New York, NY: Knopf.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15a ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- McCracken, G. (1988). *Culture and consumption: New approaches to the symbolic character of consumer goods and activities*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- OCSE. (2021). *The role of local communities in sustainable development*. Paris: OECD Publishing.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Boston, MA: Harvard Business Review Press.
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Cambridge, MA: CABI Publishing.

