

4. Sistema Territoriale Salentino e Dinamiche di Sviluppo

LUIGI PIPER E MARCO BENVENUTO

4.1 I Sistemi Territoriali Locali (STL)

La nozione di Sistema Territoriale Locale (STL) — nella letteratura internazionale correntemente indicata con l'acronimo LTS, Local Territorial System — rappresenta uno degli strumenti concettuali e operativi più fecondi per l'analisi delle dinamiche di sviluppo di un'area geografica in termini che trascendono la semplice dimensione economica (Guido e Pino, 2018). La sua rilevanza teorica e applicativa si situa all'intersezione tra la geografia economica, le scienze regionali e il place marketing strategico, e si fonda sul riconoscimento che le unità pertinenti per lo studio dello sviluppo locale non coincidono necessariamente con le perimetrazioni amministrative dei singoli comuni o delle province, ma emergono piuttosto da configurazioni spaziali caratterizzate da coerenza interna sul piano delle strutture produttive, delle identità culturali, delle reti relazionali e delle vocazioni territoriali.

La tradizione italiana di studio dei sistemi territoriali affonda le sue radici nella riflessione sul distretto industriale marshalliano, riletta e reinterpretata da Becattini (1990; 2000) in chiave di sistema socio-economico locale fondato su relazioni di prossimità, fiducia e specializzazione produttiva. Tuttavia, il concetto di STL supera i limiti del distretto industriale sotto un profilo cruciale: mentre quest'ultimo si definisce essenzialmente in termini di concentrazione settoriale e di divisione del lavoro tra imprese omogenee, lo STL cattura la complessità delle relazioni tra soggetti eterogenei — pubblici, privati, del terzo settore, residenti e non — che condividono un territorio, una storia, un sistema di valori e una “vocazione” di sviluppo (Dematteis e Governa, 2005; Governa, 1997). È questa capacità di integrare dimensioni economiche, sociali, culturali e spaziali in un'unica unità di analisi a rendere lo STL uno strumento particolarmente adatto allo studio dei territori a elevata densità patrimoniale del Mezzogiorno italiano.

Sul piano teorico, la definizione di STL adottata in questo volume si ricollega direttamente al framework elaborato da Guido (2000) e successivamente sviluppato in una serie di ricerche empiriche sui sistemi territoriali della Provincia di Lecce (Guido e Pino, 2016, 2018; Pino, Guido e Peluso, 2015; Prete et al., 2025) e sull'immagine percepita (Di Vittorio et al., 2019). In questa prospettiva, uno STL è definito come un'area sub-regionale composta da uno o più comuni accomunati da caratteristiche socioeconomiche e territoriali condivise e da una predominante “vocazione” — industriale o turistica — che orienta le sue strategie di differenziazione competitiva. La vocazione territoriale, in questa accezione, non è semplicemente una variabile descrittiva ma una risorsa strategica: essa esprime “una caratteristica oggettiva, evidente, espressione e sintesi del potenziale di risorse, abilità e capacità di un territorio, plasmata dalla sua storia e che orienta il suo futuro verso una strategia unica di differenziazione nella competizione territoriale” (Calabrese, Mastroberardino e Cortese, 2014, p. 308).

Nel contesto pugliese e salentino, il ricorso agli STL come unità di analisi e pianificazione risponde a un'esigenza strutturale: il territorio provinciale leccese è composto da 97 comuni, la grande maggioranza dei quali conta meno di 5.000 abitanti, con risorse amministrative, capacità progettuali e dotazioni infrastrutturali molto limitate. La frammentazione istituzionale che ne deriva costituisce uno degli ostacoli più significativi alla costruzione di strategie di sviluppo turistico coerenti e di lungo periodo. La Regione Puglia ha recepito questa consapevolezza nel proprio Piano Strategico del Turismo 2019–2025 (Regione Puglia, 2019), che adotta una logica di sistema territoriale per il coordinamento delle politiche di valorizzazione, superando la prospettiva del singolo comune o della singola attrattiva.

Prete et al. (2025), sviluppando il framework di Guido e Pino (2016, 2018), attraverso una cluster analysis gerarchica su 968 variabili spaziali, economiche e sociali relative agli anni 2012–2022, hanno identificato quattro STL nella Provincia di Lecce: il Capital LTS (corrispondente a Lecce), il Coastal LTS (dieci comuni costieri), l'Inland LTS (cinquantasei comuni dell'entroterra, tra cui Guagnano) e il Western LTS (trenta comuni della costa occidentale). Ciascuno di questi sistemi presenta un profilo distinto di vocazione, attrattività e capacità competitiva, con implicazioni strategiche specifiche per le politiche di investimento e di sviluppo. Come si discuterà più in dettaglio nel paragrafo

4.3, è l'Inland LTS — il sistema in cui si colloca Guagnano — a presentare le potenzialità turistico-educative più significative e meno esplorate, proprio in virtù della sua minore esposizione alle logiche del turismo di massa e della maggiore integrità del suo patrimonio ambientale, culturale e identitario.

L'adozione del framework degli STL non è soltanto una scelta metodologica: è una posizione teorica che ha implicazioni dirette per il modo in cui si concepisce lo sviluppo del turismo sostenibile. Pensare il territorio come sistema — e non come somma di risorse isolate — significa riconoscere che il valore di ciascuna componente dipende dalla qualità delle relazioni che la connettono alle altre, e che le strategie di valorizzazione più efficaci sono quelle che rafforzano la coerenza sistemica piuttosto che puntare all'ottimizzazione di singoli elementi. È in questa prospettiva che Magnaghi (2010) propone il concetto di “coscienza di luogo” come condizione preliminare di ogni progetto locale autentico: non si può sviluppare ciò che non si conosce profondamente, e la conoscenza profonda di un territorio richiede pratiche di lettura critica che sono, nella loro sostanza, pratiche educative. Il turismo sostenibile, in questa luce, non è soltanto un settore economico da sviluppare, ma un veicolo attraverso cui le comunità possono costruire — e condividere con i visitatori — quella conoscenza critica del proprio territorio che è il presupposto di ogni sviluppo autentico.

4.2 Le risorse degli STL

Le risorse di un Sistema Territoriale Locale non coincidono con le attrazioni turistiche nel senso convenzionale del termine, né con i soli asset economicamente sfruttabili in un dato momento. Il concetto di risorsa territoriale, elaborato nella tradizione degli studi regionali italiani a partire dai contributi fondativi di Governa (1997) e Dematteis e Governa (2005), designa l'insieme delle componenti materiali e immateriali di un territorio che, in determinate condizioni di attivazione e valorizzazione, possono contribuire ai processi di sviluppo locale. La distinzione tra risorsa potenziale e risorsa attivata è centrale in questa prospettiva: un oliveto millenario, un borgo medievale, una tradizione musicale o un saper fare artigianale non diventano automaticamente risorse per lo sviluppo per il solo fatto di esistere; essi richiedono processi di

riconoscimento collettivo, di valorizzazione culturale e di organizzazione progettuale che sono essi stessi pratiche formative e politiche.

Nella letteratura di place marketing strategico, Kotler, Jatusripitak e Maesincee (2002) classificano le risorse territoriali lungo due assi principali: quello dell'attrattività del luogo — intesa come capacità di attrarre e trattenere risorse esterne (capitali, imprese, visitatori, talenti) — e quello della capacità competitiva — intesa come efficienza nell'utilizzo e nella valorizzazione delle risorse disponibili per migliorare il benessere dei residenti. Prete et al. (2025), applicando questo framework agli STL della Provincia di Lecce, hanno operazionalizzato questi due assi attraverso un sistema articolato di indicatori economici (valore aggiunto settoriale, numero di imprese attive, cessate e specializzate, indici di sostituzione e carico sociale), sociali (indicatori demografici, sanitari e culturali) e ambientali (consumo idrico pro capite, aree protette, densità di popolazione), misurati per due periodi (2012 e 2022) con proiezioni al 2030 tramite estrapolazione lineare.

I risultati di questa analisi offrono un quadro di grande utilità per contestualizzare le risorse del territorio salentino. Per quanto riguarda il Coastal LTS, il sistema mostra i valori più elevati di sviluppo sostenibile (15,77 nel 2012, 20,10 nel 2022, con proiezione a 24,43 nel 2030) ma presenta una traiettoria discendente dell'attrattività (da 2,08 nel 2012 a 1,72 nel 2030), un segnale preoccupante che riflette i rischi di deterioramento del modello balneare sotto la pressione dell'overtourism stagionale (Prete et al., 2025). L'Inland LTS, che include Guggiano, mostra invece una dinamica inversa: partendo dai valori più bassi di sviluppo sostenibile (8,36 nel 2012) registra il tasso di crescita più elevato del periodo (+64% tra 2012 e 2022), con una proiezione che lo porta a 19,04 nel 2030, avvicinandosi rapidamente al livello del Coastal LTS. Questa convergenza suggerisce che l'entroterra salentino è entrato in una fase di transizione in cui le sue risorse specifiche stanno acquisendo crescente rilevanza competitiva.

Le risorse del territorio salentino possono essere classificate secondo quattro grandi categorie, ciascuna delle quali presenta caratteristiche specifiche in termini di potenziale educativo, fragilità e condizioni di valorizzazione sostenibile.

La prima categoria riguarda il patrimonio naturale e ambientale. Il Salento è un territorio di straordinaria biodiversità, caratterizzato dalla coesistenza di ecosistemi molto diversi in uno spazio geografico relativamente contenuto: la costa adriatica con le sue scogliere calcaree e le

grotte marine, la costa ionica con le sue lunghe spiagge sabbiose, le zone umide costiere come Le Cesine (Riserva Naturale dello Stato e sito Ramsar), gli ambienti di macchia mediterranea e i boschi planiziali dell'interno come i Paduli di Guagnano. Questo mosaico di habitat ospita una ricchezza biologica di grande valore: secondo i dati della Regione Puglia (2019), il territorio provinciale leccese conta 29 Siti di Importanza Comunitaria (SIC) e 13 Zone di Protezione Speciale (ZPS), per una superficie protetta che supera il 20% del territorio. La fragilità di questi ecosistemi è tuttavia elevata: la pressione turistica nelle aree costiere, l'inquinamento delle falde idriche, l'erosione costiera accelerata dal cambiamento climatico e la devastazione prodotta dalla *Xylella* fastidiosa nell'olivicoltura costituiscono minacce concrete che impongono approcci di valorizzazione fondati sulla custodia piuttosto che sullo sfruttamento.

La seconda categoria riguarda il patrimonio storico-culturale. Il Salento è un territorio di stratificazione storica eccezionale, in cui le tracce di insediamenti che si estendono dall'età messapica all'età moderna si sovrappongono in un palinsesto di grande complessità interpretativa. I siti messapici di Ugento, Manduria, Vaste e Rudiae, i mosaici tardo-romani di Otranto, le cripte basiliane affrescate disseminate nell'entroterra (come quella di Santi Stefani a Vaste o la cripta della Coelimanna a Poggiardo), il barocco leccese con la sua capacità di rielaborare influenze spagnole, bizantine e locali in una sintesi architettonica originale, le masserie storiche come sistemi insediativi produttivi integrati: queste risorse costituiscono un patrimonio di straordinaria densità che tuttavia richiede mediazioni culturali sofisticate per essere reso accessibile a visitatori non specialisti senza banalizzarne la complessità. Come hanno mostrato Graham, Ashworth e Tunbridge (2000) nella loro analisi della geografia del patrimonio, il valore educativo di un sito storico non è una proprietà intrinseca del luogo, ma dipende dalla qualità delle pratiche interpretative che lo connettono alle esperienze e ai sistemi di riferimento dei visitatori.

La terza categoria riguarda le produzioni agroalimentari di qualità, che nel Salento sono strettamente intrecciate con la storia del paesaggio agrario e con l'identità culturale delle comunità locali. La viticoltura del Negroamaro e del Primitivo, con i suoi prodotti DOC e IGT di crescente riconoscimento internazionale (Salice Salentino DOC, Primitivo di Manduria DOC, Brindisi DOC, Squinzano DOC), l'olivicoltura con le

cultivar autoctone Cellina di Nardò, Ogliarola leccese e Frantoio, la cerealicoltura biologica in espansione, la pasta artigianale, le produzioni casearie e i prodotti da forno tradizionali costituiscono un sistema agroalimentare di grande valore identitario, economico ed educativo. La minaccia della Xylella, pur nella sua devastante concretezza, ha paradossalmente reso più visibile questa ricchezza, mobilitando energie di ricerca, resistenza e innovazione che offrono materiale straordinario per esperienze turistico-educative sui temi della resilienza ecologica, dell'agricoltura rigenerativa e del rapporto tra pratiche agricole e paesaggio culturale.

La quarta categoria, infine, riguarda il patrimonio immateriale: la musica della pizzica e il complesso simbolico-rituale della taranta, i dialetti locali con le loro tracce di greco medievale e di influenze arabico-normanne, le feste patronali e i riti di devozione popolare, le pratiche artigianali della cartapesta leccese, della ceramica di Cutrofiano e dell'intreccio della paglia, la cucina tradizionale con le sue preparazioni stagionali legate ai cicli agricoli. Questo patrimonio immateriale è, secondo la classificazione UNESCO (2003), particolarmente fragile perché vive esclusivamente nella pratica delle comunità che lo tramandano e rischia di estinguersi con il progressivo indebolimento dei legami intergenerazionali prodotto dall'urbanizzazione e dalla globalizzazione culturale. Al tempo stesso, esso possiede un potenziale educativo straordinario, perché rappresenta la dimensione più incorporata e vissuta dell'identità culturale locale: quella che non si trasmette attraverso la lettura o l'ascolto, ma soltanto attraverso il fare condiviso, l'osservazione partecipata e la relazione diretta tra maestro e apprendista (Polanyi, 1966).

È importante sottolineare che queste quattro categorie di risorse non sono compartimenti separati, ma dimensioni di un sistema integrato in cui le connessioni sono spesso più significative delle componenti isolate. Il paesaggio olivicolo e vitivinicolo è allo stesso tempo risorsa naturale, patrimonio storico, produzione agroalimentare e patrimonio immateriale: la sua comprensione richiede una lettura trasversale che attraversi tutte e quattro le dimensioni. È precisamente questa complessità connettiva che rende il territorio salentino un laboratorio privilegiato per il turismo educativo: un luogo in cui si può imparare a leggere la realtà nella sua irriducibile multidimensionalità, contro le tendenze alla semplificazione e alla specializzazione settoriale che caratterizzano gran parte dell'offerta turistica contemporanea.

4.3 Potenzialità turistico-educative basate sulle risorse

L'analisi delle risorse di un Sistema Territoriale Locale non esaurisce il proprio valore conoscitivo nella semplice catalogazione patrimoniale. Essa diventa strategicamente rilevante soltanto quando consente di identificare le condizioni attraverso cui quelle risorse possono essere mobilitate in processi di sviluppo sostenibile, capaci di generare valore economico, coesione sociale e qualità educativa in modo simultaneo e sinergico. È in questo passaggio — dalla risorsa alla potenzialità, dall'inventario alla progettazione — che si colloca il contributo originale di questo paragrafo rispetto alla letteratura esistente sul turismo territoriale del Mezzogiorno.

Il concetto di potenzialità turistico-educativa adottato in questa sede si distingue deliberatamente da quello, più consolidato, di attrattività turistica. Quest'ultimo, nella sua accezione prevalente nella letteratura di place marketing (Dwyer e Kim, 2003; Kotler, Jatusripitak e Maesincee, 2002), misura la capacità di un territorio di attrarre flussi di visitatori e investimenti, valutando variabili quali il valore aggiunto generato dal settore turistico, la specializzazione produttiva, il potenziale esportativo e la domanda interna. Si tratta di dimensioni senz'altro rilevanti, ma strutturalmente insufficienti a cogliere la qualità formativa delle esperienze che un territorio può offrire. Come hanno mostrato Prete et al. (2025) nella loro analisi degli STL della Provincia di Lecce, la capacità competitiva di un LTS non si riduce ai suoi indicatori economici: essa dipende in misura crescente dalla qualità delle risorse umane, dal capitale tecnologico e relazionale, e dalla capacità delle istituzioni di costruire strategie di sviluppo coerenti con la vocazione territoriale. In questa prospettiva, la potenzialità turistico-educativa può essere intesa come una componente specifica della capacità competitiva complessiva di un LTS: quella che misura l'efficacia con cui le risorse territoriali vengono trasformate in esperienze capaci di produrre apprendimento, decentramento epistemico e sviluppo delle capacità umane nei visitatori e nelle comunità locali.

4.3.1 Il posizionamento strategico del Salento interno

L'analisi condotta da Prete et al. (2025) sui quattro STL della Provincia di Lecce offre uno sfondo quantitativo di grande utilità per contestualizzare le potenzialità turistico-educative del territorio salentino. La ricerca, basata su una cluster analysis gerarchica (Hair, Anderson e Tatham, 1987; Ward, 1963) su 968 variabili spaziali, economiche e sociali per il periodo 2012–2022, con proiezioni al 2030 tramite estrapolazione lineare, ha consentito di mappare le traiettorie di sviluppo dei quattro sistemi identificati e di formulare raccomandazioni strategiche differenziate per ciascuno di essi.

I risultati mostrano che l'Inland LTS — il sistema che include Gagliano e i cinquantasei comuni dell'entroterra leccese — presenta nel 2012 i valori più bassi di sviluppo sostenibile (8,36), attrattività (2,25) e capacità competitiva (1,18) tra tutti e quattro gli STL considerati. Tuttavia, nel decennio 2012–2022, registra la crescita più intensa dell'indice di sviluppo sostenibile (+64%), portandosi a 13,70 nel 2022 con una proiezione a 19,04 nel 2030 — valore che lo porrebbe in linea con il Coastal LTS attuale. Questa dinamica di crescita accelerata segnala un territorio in fase di transizione, caratterizzato da forze di cambiamento interne ancora largamente inesprese sul piano delle strategie di marketing territoriale.

Nel framework della matrice GE/McKinsey adattata da Kotler et al. (2002) e applicata da Prete et al. (2025), l'Inland LTS si colloca stabilmente nel quadrante della *reduction of investments* nelle analisi relative al 2012 e al 2022, indicando una situazione di bassa attrattività e bassa capacità competitiva che richiede strategie di rivitalizzazione selettiva piuttosto che di espansione generalizzata. Questa diagnosi, apparentemente penalizzante, contiene in realtà un'indicazione strategica di grande pertinenza per il turismo educativo: i territori con bassa attrattività convenzionale — misurata in termini di flussi, strutture ricettive e valore aggiunto diretto — possono presentare potenzialità elevate per forme di turismo che valorizzano precisamente la loro diversità rispetto ai modelli dominanti. La scarsità di infrastrutturazione turistica di massa, la conservazione di paesaggi agrari autentici, la vitalità delle tradizioni locali e la presenza di comunità ancora fortemente radicate nel territorio costituiscono risorse ad alto valore pedagogico, ancorché difficilmente catturabili dagli indicatori convenzionali di attrattività.

Questa osservazione richiama la distinzione fondamentale che Pine e Gilmore (1999) hanno introdotto tra commodity, prodotto, servizio ed esperienza come stadi evolutivi della creazione di valore economico: nei territori a bassa attrattività convenzionale, il salto strategico più promettente non consiste nell'intensificazione dell'offerta di servizi standard, ma nella transizione verso un'economia delle esperienze capace di valorizzare le specificità irriproducibili del luogo. Il turismo educativo, nella misura in cui è fondato su risorse intrinsecamente locali — un vitigno autoctono, un ecosistema specifico, una pratica artigianale tramandabile soltanto in quel contesto — costituisce la forma più evoluta di questo paradigma esperienziale, perché produce un vantaggio competitivo che non è replicabile altrove e che si rafforza, anziché erodersi, con l'uso.

4.3.2 Primo asse: il turismo culturale approfondito

Il primo asse di potenzialità riguarda il turismo culturale approfondito, fondato sul patrimonio storico-architettonico, artistico e identitario del territorio. La letteratura sull'heritage tourism (Graham, Ashworth e Tunbridge, 2000; Piper et al., 2022; Smith, 2006; Timothy e Boyd, 2003) ha mostrato che le esperienze di turismo culturale producono il maggiore impatto educativo quando superano la logica della visita passiva e si strutturano come percorsi interpretativi che mettono il visitatore in relazione attiva con la complessità storica dei luoghi. Tilden (1957), nel testo fondativo dell'interpretazione del patrimonio, aveva identificato sei principi fondamentali che restano straordinariamente attuali: l'interpretazione deve connettere il patrimonio alla personalità e all'esperienza del visitatore; deve rivelare significati profondi piuttosto che limitarsi alla trasmissione di fatti; deve essere olistica e non ridursi a parti isolate; deve mirare a provocare piuttosto che a istruire; deve presentare il tutto prima delle parti; e deve adattarsi al pubblico specifico a cui si rivolge.

Nel territorio salentino, il barocco leccese offre un caso particolarmente significativo di patrimonio potenzialmente trasformativo. La sua esuberanza formale — che Praz (1947) aveva letto come espressione della volontà di stupore e meraviglia tipica dell'età della Controriforma — non è soltanto una questione di stile architettonico, ma riflette una

precisa collocazione del territorio nella geopolitica culturale del Mediterraneo moderno: una periferia imperiale spagnola che elabora, attraverso la pietra leccese malleabile e duttile, una risposta locale alla potenza simbolica del centro. Leggere il barocco salentino come testo storico significa aprire una finestra su dinamiche di potere, identità e resistenza culturale che rimandano direttamente a questioni attuali di globalizzazione, periferia e differenza. Non basta mostrare la facciata di Santa Croce: occorre aiutare il visitatore a leggere nelle sue lesene, nei suoi mascheroni e nelle sue profilature la storia stratificata di un territorio che ha saputo trasformare il dominio in bellezza.

In questa direzione si muovono le ricerche sulla critical heritage education (Smith e Waterton, 2009) e sul dissonant heritage (Tunbridge e Ashworth, 1996), che insistono sulla necessità di costruire esperienze patrimoniali capaci di attivare pensiero critico, empatia storica e responsabilità verso la conservazione, senza nascondere le contraddizioni, i conflitti e le memorie scomode che ogni patrimonio porta con sé. Una prospettiva confermata da Gruenewald (2003), per il quale il luogo non è mai semplicemente uno sfondo dell'apprendimento, ma un testo politico e culturale che richiede una pedagogia critica capace di renderne visibili le dimensioni di potere, esclusione e possibile trasformazione.

4.3.3 Secondo asse: il turismo enogastronomico educativo

Il secondo asse riguarda il turismo enogastronomico educativo, fondato sulle produzioni agricole e alimentari di qualità del territorio. Questo è forse il settore in cui le potenzialità del Salento sono più immediatamente riconoscibili e al tempo stesso più esposte al rischio di mercificazione superficiale. La letteratura sull'agritourism e sul culinary tourism (Hall e Sharples, 2003; Long, 2004; Quan e Wang, 2004; Richards, 2002) ha documentato la crescita esponenziale della domanda di esperienze gastronomiche autentiche come motivazione primaria al viaggio — il settore rappresenta oggi circa il 30% dell'intera spesa turistica globale (UNWTO, 2023) — ma ha anche mostrato come questa domanda possa facilmente produrre dinamiche di folklorizzazione in cui la tradizione alimentare viene ridotta a spettacolo consumabile, separata dai suoi contesti di produzione e dai suoi significati culturali profondi.

L'approccio qui proposto intende invece valorizzare la dimensione epistemica del cibo come forma di conoscenza incarnata del territorio (Merleau-Ponty, 1945; Polanyi, 1966). Assaggiare un Negroamaro in purezza prodotto con uve allevate ad alberello in un vigneto di cinquant'anni, comprendere le ragioni agronomiche e storiche di quella tecnica di allevamento, conoscere il nome del viticoltore e la storia della sua famiglia, visitare la cantina dove quell'uva è diventata vino: tutto questo costruisce una forma di conoscenza del territorio che non è riducibile alla somma delle informazioni trasmesse, ma costituisce un'esperienza integrata di paesaggio, storia, economia e cultura. Pine e Gilmore (1999) avevano già intuito che il valore competitivo dei prodotti si sposta progressivamente dall'oggetto all'esperienza che lo circonda; una pedagogia del turismo enogastronomico deve però andare oltre questa intuizione, che rischia di restare confinata nella logica del consumo, per includere la dimensione della comprensione critica: chi produce, come, con quali conseguenze ecologiche e sociali, a beneficio di chi.

In questo quadro, la crisi della Xylella fastidiosa — batterio da quarantena (Simeone et al., 2016) che ha colpito in modo devastante l'olivicoltura salentina, distruggendo stimati 21 milioni di alberi in Puglia e compromettendo un paesaggio costruito in secoli di lavoro contadino — costituisce paradossalmente un'opportunità pedagogica di grande rilievo. La ricerca scientifica internazionale sulla diffusione e il contenimento dell'epidemia (EFSA, 2020; Saponari et al., 2019) ha trasformato il Salento in un laboratorio mondiale di epidemiologia vegetale, rendendo visibili dinamiche complesse di interazione tra ecosistemi, pratiche agricole, politiche sanitarie e interessi economici. Un'esperienza turistica che porta i visitatori a comprendere questa crisi nella sua multidimensionalità — ecologica, storica, economica, politica — produce una forma di apprendimento al tempo stesso profondamente locale e globalmente rilevante, poiché le questioni che essa solleva (cambiamento climatico, vulnerabilità degli ecosistemi agrari, sostenibilità delle monoculture, governance delle emergenze fitosanitarie) appartengono alla condizione planetaria contemporanea.

Sul piano dell'offerta, il territorio salentino dispone di una filiera vitivinicola di crescente qualità e riconoscimento internazionale, con cantine cooperative e private che stanno investendo significativamente in pratiche di viticoltura biologica e biodinamica, in architetture enoturistiche di qualità e in strategie di comunicazione territoriale sofisticate (Piper, Prete e Capestro, 2017). La Cantina di Guagnano, fondata nel

1935, rappresenta in questo panorama un caso esemplare di come la forma cooperativa possa combinare la valorizzazione delle specificità territoriali con la sostenibilità economica della piccola impresa agricola, offrendo al tempo stesso un modello organizzativo di grande interesse educativo per la comprensione delle economie di solidarietà e delle pratiche di governance collettiva delle risorse comuni (Ostrom, 1990).

4.3.4 Terzo asse: il turismo ambientale e della sostenibilità

Il terzo asse riguarda il turismo ambientale e della sostenibilità, fondato sulle risorse naturali e paesaggistiche dell'entroterra salentino. Questo asse è il meno sviluppato sul piano dell'offerta attuale, ma presenta potenzialità straordinarie soprattutto in relazione alle aree protette dell'interno, alle zone umide di rilevanza internazionale e ai corridoi ecologici che collegano i frammenti residui di vegetazione naturale nell'entroterra coltivato.

La letteratura sull'ecotourism (Buckley, 2009; Fennell, 2008; Weaver, 2008) ha mostrato che le esperienze di turismo naturalistico producono gli impatti educativi più significativi quando combinano tre elementi: l'osservazione guidata con elevata competenza naturalistica; la comprensione dei processi ecologici che governano gli ecosistemi visitati; e la connessione esplicita tra la salute degli ecosistemi locali e le dinamiche globali del cambiamento ambientale. In questa prospettiva, un percorso naturalistico nei Paduli non è soltanto un'opportunità di svago nella natura, ma può diventare un laboratorio di ecologia applicata che connette la biodiversità floristica e faunistica locale con le dinamiche di frammentazione degli habitat, di diffusione delle specie invasive e di alterazione dei regimi idrologici prodotte dal cambiamento climatico.

La ricerca sulla place attachment (Lewicka, 2011; Scannell e Gifford, 2010) ha mostrato come le esperienze di immersione negli ecosistemi naturali producano forme di attaccamento ai luoghi che hanno effetti duraturi sulle intenzioni comportamentali in materia ambientale: le persone che hanno sviluppato un legame affettivo con un ecosistema specifico tendono a mostrare maggiore disponibilità a impegnarsi nella sua protezione (Prete et al., 2017; Rizzo et al., 2018). Questa connessione tra esperienza estetica ed emotiva della natura e responsabilità

ecologica costituisce il nucleo di quello che Clayton e Opatow (2003) chiamano *environmental identity* — un costrutto che le esperienze di turismo naturalistico ben progettate possono contribuire a sviluppare in modo significativo.

In termini di offerta specifica, l'area naturale dei Paduli nel territorio di Guagnano rappresenta un caso di studio di particolare interesse. Si tratta di una delle poche aree di macchia mediterranea e bosco misto ancora integre nell'entroterra salentino settentrionale, habitat di numerose specie di uccelli migratori e stanziali e rifugio di una biodiversità floristica che include specie rare e protette. La sua valorizzazione turistica è ancora largamente inesplorata, ma le condizioni di base per esperienze di birdwatching, botanica applicata, fotografia naturalistica e trekking guidato sono già presenti. Ciò che manca è l'architettura educativa — le mediazioni culturali, i percorsi interpretativi, le figure di guida naturalistica qualificata — che trasformerebbe la visita in apprendimento.

4.3.5 La dimensione trasversale: il turismo di comunità

Trasversale ai tre assi descritti è una quarta dimensione che merita attenzione specifica: il turismo di comunità (*community-based tourism*) come modalità organizzativa capace di massimizzare le potenzialità educative di ciascun asse. La letteratura su questo modello (Higgins-Desbiolles, Carnicelli, Krolikowski, Wijesinghe e Boluk, 2019; Salazar, 2012; Scheyvens, 2002) ha documentato come le esperienze turistiche progettate e gestite direttamente dalle comunità locali producano sistematicamente impatti educativi più profondi rispetto a quelle organizzate da operatori esterni, per una serie di ragioni convergenti.

In primo luogo, il coinvolgimento diretto dei residenti come co-protagonisti dell'esperienza — e non come semplici prestatori di autenticità, secondo la critica avanzata da MacCannell (1976) — produce un effetto di riflessività identitaria che ha valore formativo anche per la comunità ospitante, non solo per i visitatori. Come ha mostrato Bourdieu (1984), il patrimonio culturale tende a diventare visibile come tale soltanto quando viene messo in relazione con uno sguardo esterno: il processo di preparazione e comunicazione del patrimonio ai visitatori costringe i residenti a esplicitare saperi normalmente taciti, a valorizzare pratiche quotidiane date per scontate, a costruire narrazioni della

propria comunità capaci di alimentare nuove forme di orgoglio identitario e di impegno nella conservazione.

In secondo luogo, il turismo di comunità produce forme di ridistribuzione del valore economico molto più efficaci rispetto al turismo organizzato da operatori esterni: la quota di spesa turistica che rimane nell'economia locale è sistematicamente più alta quando i residenti sono i diretti gestori dell'esperienza (Scheyvens, 2002). Questo ha conseguenze importanti per la sostenibilità del modello nel lungo periodo: le comunità che traggono benefici economici diretti dal turismo hanno maggiore incentivo a investire nella qualità e nella sostenibilità delle esperienze offerte, e minore probabilità di subire passivamente i processi di mercificazione che Harvey (2005) ha dimostrato essere strutturalmente connessi alle logiche neoliberali di valorizzazione del territorio.

In terzo luogo, e forse soprattutto, il turismo di comunità crea le condizioni per quelle pratiche di apprendimento reciproco tra residenti e visitatori che Wenger (1998) descrive come *communities of practice*: contesti in cui soggetti con background diversi partecipano a pratiche condivise di costruzione del significato, producendo conoscenza che non sarebbe accessibile a nessuno dei partecipanti in modo isolato. Questa dimensione di reciprocità è quella che distingue il turismo educativo autentico da quello che si limita a vendere un'esperienza di autenticità preconfezionata: nel primo caso, l'incontro è aperto, imprevedibile e formativo per entrambe le parti; nel secondo, è chiuso, standardizzato e fondamentalmente unidirezionale.

4.3.6 Vincoli strutturali e condizioni di attivazione

Un'analisi realistica delle potenzialità turistico-educative del territorio salentino non può ignorare i vincoli strutturali che ne limitano l'attivazione. Prete et al. (2025) hanno identificato nella frammentazione istituzionale uno dei principali ostacoli alla costruzione di strategie di sviluppo territoriale coerenti. La molteplicità di piccoli comuni con risorse amministrative limitate e scarsa propensione alla cooperazione intercomunale genera inefficienze nella governance che si traducono in difficoltà di progettazione integrata, di accesso ai finanziamenti europei e di costruzione di offerte turistiche sistemiche. Questo vincolo è particolarmente acuto nell'Inland LTS, dove la media dei comuni per abitante è

la più bassa tra tutti i sistemi considerati e dove le risorse tecniche e amministrative disponibili a livello locale sono spesso insufficienti per la gestione di progetti di medio-lungo periodo.

Un secondo vincolo strutturale riguarda la qualità della formazione degli operatori turistici. Come documenta il Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia (2019), la qualità delle competenze professionali nel settore dell'accoglienza e della mediazione culturale è ancora molto disomogenea, con un divario significativo tra la qualità dell'offerta nelle principali destinazioni costiere e quella disponibile nell'entroterra. La costruzione di esperienze turistico-educative di qualità richiede operatori capaci di combinare competenze tecniche specifiche (viticoltura, naturalistica, storia dell'arte, tradizioni locali) con competenze pedagogiche (facilitazione dell'apprendimento esperienziale, gestione dei gruppi, progettazione di percorsi interpretativi), una combinazione che i percorsi formativi convenzionali del settore turistico raramente offrono.

Un terzo vincolo è quello della stagionalità: il turismo salentino è ancora prevalentemente concentrato nei mesi estivi e nelle destinazioni costiere, con ricadute economiche molto limitate sull'entroterra e sulle stagioni di spalla. Le esperienze turistico-educative di qualità hanno tutto l'interesse a posizionarsi in una stagionalità diversa — la primavera e l'autunno sono le stagioni più favorevoli per le visite ai vigneti, per le escursioni naturalistiche e per le esperienze legate alle tradizioni agricole — ma questo richiede una capacità di marketing territoriale sofisticata che nei comuni dell'entroterra è ancora largamente assente.

Come hanno argomentato Prete et al. (2025) sulla scorta del place marketing strategico di Kotler, Jatusripitak e Maesincee (2002), il superamento di questi vincoli richiede un processo strutturato in tre fasi: l'identificazione dei determinanti locali dello sviluppo attraverso la valutazione del posizionamento competitivo; la definizione di strategic thrusts fondati sulla visione del posizionamento desiderato; e la formulazione di strategie di sviluppo capaci di migliorare attrattività e capacità competitiva attraverso leve strategiche calibrate sulle specificità di ciascun LTS. Per l'Inland LTS, e in particolare per Guagnano, questa traiettoria suggerisce investimenti di tipo selettivo — concentrati sui segmenti in cui il territorio ha già mostrato segnali di vitalità e differenziazione — piuttosto che strategie di espansione generalizzata. Il turismo enogastronomico educativo, il turismo naturalistico nei Paduli e il

turismo culturale legato al patrimonio architettonico minore dell'entroterra costituiscono i tre ambiti in cui questa strategia selettiva può produrre i risultati più significativi, a condizione che sia accompagnata da un investimento serio nella formazione degli operatori, nella qualità delle mediazioni culturali e nella costruzione di reti cooperative tra i comuni dell'entroterra.

4.4 Conclusioni

Il territorio salentino si configura come un laboratorio privilegiato per la sperimentazione di modelli di turismo sostenibile e consapevole, a condizione che le sue potenzialità vengano lette attraverso un framework analitico capace di andare oltre gli indicatori convenzionali di attrattività e capacità competitiva. L'analisi condotta in questo capitolo ha mostrato che la ricchezza del Salento non risiede soltanto nella quantità e nella qualità delle sue risorse materiali e immateriali, ma nella loro straordinaria densità connettiva: la capacità, cioè, di mettere in relazione paesaggio, storia, cultura, produzione alimentare e vita comunitaria in un sistema di significati che è allo stesso tempo profondamente locale e universalmente comprensibile.

Il framework degli STL, applicato al territorio salentino attraverso la ricerca di Prete et al. (2025), ha consentito di identificare il posizionamento strategico dell'Inland LTS — il sistema che include Guagnano — come un territorio in fase di transizione, caratterizzato da bassa attrattività convenzionale ma da un tasso di crescita dello sviluppo sostenibile tra i più elevati della provincia. Questo posizionamento suggerisce che la traiettoria di sviluppo più promettente per l'entroterra salentino non passa attraverso l'imitazione dei modelli costieri, ma attraverso la valorizzazione delle specificità che lo differenziano: l'autenticità del paesaggio agrario, la vitalità delle tradizioni comunitarie, la qualità delle produzioni agroalimentari e la ricchezza degli ecosistemi naturali.

Le potenzialità turistico-educative identificate lungo i tre assi principali — turismo culturale approfondito, turismo enogastronomico educativo e turismo ambientale e della sostenibilità — non sono, tuttavia, potenzialità spontaneamente attivabili. Esse richiedono investimenti specifici in architetture educative, mediazioni culturali, formazione degli operatori e governance intercomunale cooperativa. Senza questi investimenti, il rischio è che le risorse del territorio vengano valorizzate

attraverso forme di turismo estrattivo che ne consumano il valore simbolico senza restituire benefici duraturi alle comunità locali.

È precisamente in risposta a questo rischio che il progetto CUIS — di cui questo volume documenta i risultati — ha inteso costruire un modello operativo alternativo: non una teoria del turismo sostenibile, ma un insieme di pratiche sperimentate, valutate e documentate che possano orientare amministratori, operatori e progettisti verso forme di valorizzazione più consapevoli, più rispettose e più capaci di produrre sviluppo autentico. Il caso di Guagnano, analizzato in dettaglio nel sesto capitolo, è il cuore empirico di questa proposta: un piccolo comune dell'entroterra salentino che, a partire dalle proprie risorse specifiche, ha scelto di scommettere su un turismo che educa piuttosto che soltanto intrattiene, che radica piuttosto che soltanto attraversa, che costruisce relazioni piuttosto che soltanto vende esperienze.

Bibliografia

- Becattini, G. (1990). The Marshallian industrial district as a socio-economic notion. In F. Pyke, G. Becattini, & W. Sengenberger (Eds.), *Industrial Districts and Inter-Firm Co-operation in Italy* (pp. 37–51). International Institute for Labour Studies, Geneva.
- Becattini, G. (2000). Il distretto industriale. Un nuovo modo di interpretare il cambiamento economico. Rosenberg & Sellier, Torino.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Buckley, R. (2009). *Ecotourism: Principles and Practices*. CABI, Wallingford.
- Calabrese, G., Mastroberardino, P., & Cortese, F. (2014). Territorial vocation and territorial governance: A situationist point of view. In F. Go, M. D. Alvarez, & A. Yuksel (Eds.), *Heritage, Tourism and Hospitality International Conference* (pp. 306–321). Boğaziçi Üniversitesi Matbaası, Istanbul.
- Clayton, S., & Opatow, S. (Eds.). (2003). *Identity and the Natural Environment: The Psychological Significance of Nature*. MIT Press, Cambridge, MA.
- Dematteis, G., & Governa, F. (2005). *Territorialità, sviluppo locale, sostenibilità: il modello SLoT*. FrancoAngeli, Milano.

- Di Vittorio, A., de Cosmo, L. M., Iaffaldano, N., & Piper, L. (2019). Identity processes in marketing: Relationship between image and personality of tourist destination, destination self-congruity, and behavioral responses. *Mercati e Competitività*, 2, 13–40.
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369–414.
- EFSA (European Food Safety Authority). (2020). Update of the *Xylella fastidiosa* host plant database – Systematic literature search up to 24 March 2020. *EFSA Journal*, 18(4), 6114.
- Fennell, D. A. (2008). *Ecotourism* (3rd ed.). Routledge, London.
- Governa, F. (1997). *Il milieu urbano. L'identità territoriale nei processi di sviluppo*. FrancoAngeli, Milano.
- Graham, B., Ashworth, G. J., & Tunbridge, J. E. (2000). *A Geography of Heritage: Power, Culture and Economy*. Arnold, London.
- Gruenewald, D. A. (2003). The best of both worlds: A critical pedagogy of place. *Educational Researcher*, 32(4), 3–12.
- Guido, G. (2000). Un approccio strategico al marketing dei sistemi territoriali locali. *Economia e Diritto del Terziario*, 2, 605–629.
- Guido, G., & Pino, G. (2016). A strategic place marketing model for the development of local territorial systems (LTSs). *Scienze Regionali/Italian Journal of Regional Science*, 15(1), 29–56.
- Guido, G., & Pino, G. (2018). *Il marketing territoriale. Pianificazione e ricerche*. il Mulino, Bologna.
- Hair, J., Anderson, R. K., & Tatham, R. L. (1987). *Multivariate Data Analysis: With Readings*. MacMillan, New York.
- Hall, C. M., & Sharples, L. (Eds.). (2003). *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Harvey, D. (2005). *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford University Press, Oxford.
- Higgins-Desbiolles, F., Carnicelli, S., Krolkowski, C., Wijesinghe, G., & Boluk, K. (2019). Degrowing tourism: Rethinking tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1926–1944.
- Kotler, P., Jatusripitak, S., & Maesincee, S. (2002). *The Marketing of Nations: A Strategic Approach to Building National Wealth*. Free Press, New York.
- Lewicka, M. (2011). Place attachment: How much does it depend on place and how much on people? *Journal of Environmental Psychology*, 31(3), 207–217.

- Long, L. M. (Ed.). (2004). *Culinary Tourism*. University Press of Kentucky, Lexington.
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Schocken Books, New York.
- Magnaghi, A. (2010). *Il progetto locale. Verso la coscienza di luogo*. Bollati Boringhieri, Torino.
- Merleau-Ponty, M. (1945). *Phénoménologie de la perception*. Gallimard, Paris.
- Ostrom, E. (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage*. Harvard Business School Press, Boston.
- Piper, L., Prete, M. I., & Capestro, M. (2017). Le emozioni suscitate dall'inglese come lingua franca nella comunicazione dei prodotti di lusso "Made in Puglia": L'influenza del contesto culturale. *Lingue e Linguaggi*, 20, 125–150.
- Piper, L., Prete, M. I., Palmi, P., & Guido, G. (2022). Loyal or not? Determinants of heritage destination satisfaction and loyalty: A study of Lecce, Italy. *Journal of Heritage Tourism*, 17(5), 593–608.
- Pino, G., Guido, G., & Peluso, A. M. (2015). Perceived images and vocations of local territorial systems: Implications for place branding strategies. *Journal of Product & Brand Management*, 24(3), 287–302.
- Polanyi, M. (1966). *The Tacit Dimension*. Doubleday, Garden City, NY.
- Praz, M. (1947). *Gusto neoclassico*. Sansoni, Firenze.
- Prete, M. I., Piper, L., Greco, V., & Guido, G. (2025). Sustainable development, attractiveness, and competitive capacity of touristic local territorial systems (LTSs) in South Italy: A strategic positioning. *Place Branding and Public Diplomacy*.
- Prete, M. I., Piper, L., Rizzo, C., Pino, G., Capestro, M., Mileti, A., Pichierri, M., Amatulli, C., Peluso, A. M., & Guido, G. (2017). Determinants of southern Italian households' intention to adopt energy efficiency measures in residential buildings. *Journal of Cleaner Production*, 153, 83–91.
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297–305.
- Regione Puglia. (2019). *Piano strategico del turismo 2019–2025*. Regione Puglia, Bari.

- Richards, G. (2002). Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption. In A.-M. Hjalager & G. Richards (Eds.), *Tourism and Gastronomy* (pp. 3–20). Routledge, London.
- Rizzo, C., Piper, L., Prete, M. I., Pino, G., & Guido, G. (2018). Exploring the perceived image of energy efficiency measures in residential buildings: Evidence from Apulia, Italy. *Journal of Cleaner Production*, 197(1), 349–355.
- Salazar, N. B. (2012). Community-based cultural tourism: Issues, threats and opportunities. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(1), 9–22.
- Saponari, M., Boscia, D., Altamura, G., Loconsole, G., Zicca, M., Morelli, M., Palmisano, F., Savino, V., & Martelli, G. P. (2019). New hosts of *Xylella fastidiosa* and of its insect vectors in Apulia, Italy. *Journal of Plant Pathology*, 101(3), 763.
- Scannell, L., & Gifford, R. (2010). Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of Environmental Psychology*, 30(1), 1–10.
- Scheyvens, R. (2002). *Tourism for Development: Empowering Communities*. Prentice Hall, Harlow.
- Simeone, A. M., Catalano, F., De Marzo, L., Loconsole, G., Nusillard, B., Porcelli, F., Saponari, M., Boscia, D., & Martelli, G. P. (2016). Identification of *Philaenus spumarius* (Hemiptera, Aphrophoridae) as a vector of *Xylella fastidiosa* in Apulia, Italy. *Journal of Plant Pathology*, 98(3), 607–609.
- Smith, L. (2006). *Uses of Heritage*. Routledge, London.
- Smith, L., & Waterton, E. (2009). *Heritage, Communities and Archaeology*. Duckworth, London.
- Tilden, F. (1957). *Interpreting Our Heritage*. University of North Carolina Press, Chapel Hill.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Heritage Tourism*. Pearson, Harlow.
- Tunbridge, J. E., & Ashworth, G. J. (1996). *Dissonant Heritage: The Management of the Past as a Resource in Conflict*. Wiley, Chichester.
- UNESCO. (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. UNESCO, Paris.
- UNWTO. (2023). *World Tourism Barometer*, 21. World Tourism Organization, Madrid.
- Ward, J. H. J. (1963). Hierarchical grouping to optimize an objective function. *Journal of the American Statistical Association*, 58(301), 236–244.
- Weaver, D. (2008). *Ecotourism* (2nd ed.). Wiley, Hoboken, NJ.

Wenger, E. (1998). *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*. Cambridge University Press, Cambridge.

