

STEFANIA MANGANO*, PAOLO PARCIASEPE*, PIETRO PIANA*, MAURO SPOTORNO*

MONTAGNE ITALIANE TRA ABBANDONO E SVILUPPO: IL CASO DELL'ALTA LANGA

1. INTRODUZIONE. – Nelle politiche di sviluppo si sta diffondendo su scala sempre maggiore la consapevolezza che qualsiasi intervento sul territorio debba prevedere il coinvolgimento di numerosi soggetti e attori locali (Spotorno, 2012; Dansero, 2013) e l'importanza di una gestione del territorio in una prospettiva bottom-up è ormai riconosciuta a tutti i livelli, da quello locale a quello europeo (Prezioso, 2018). Dati empirici e riflessioni teoriche mostrano l'importanza della scala locale nelle politiche di sviluppo, secondo una logica d'azione che non solo riconosca la pluralità ed eterogeneità degli attori dello sviluppo locale, ma trasformi anche le relazioni che tra loro intercorrono. L'approccio locale è particolarmente appropriato in quei territori che per motivi diversi hanno subito le scelte della politica, spesso con conseguenze nefaste in termini di depauperamento del tessuto socio-economico. È il caso della montagna italiana, il cui spopolamento è da tempo oggetto di studio in ambito geografico per le implicazioni di carattere territoriale e socio-economico che caratterizzano vaste aree in ambito alpino e appenninico, tra cui l'Alta Langa. Si tratta di un'area montana compresa tra le province di Cuneo e Savona che, come altre aree in analoga situazione di "medietà" (Bernardi *et al.*, 1994), nel recente passato ha vissuto un processo di spopolamento con conseguenze sociali, economiche e paesaggistiche.

Il principale obiettivo del lavoro è indagare la percezione di questo territorio da parte dei suoi *user* tramite un questionario che consenta di cogliere i rapporti con le istituzioni, l'economia, i servizi e i paesaggi mettendo in evidenza quegli aspetti che si ritiene possano incidere positivamente o negativamente sullo sviluppo del territorio. Gli intervistati sono stati suddivisi nelle due categorie dei residenti e dei non residenti in modo da verificare se, e in che misura, esista tra i due gruppi un'omogeneità nella percezione dei fattori sopra richiamati. L'indagine costituisce la base per la costruzione di un rapporto di sintesi che verrà messo a disposizione delle collettività locali e dei loro amministratori a supporto di attività di pianificazione e valorizzazione che tengano conto della percezione che gli *user* dell'Alta Langa hanno di quel territorio.

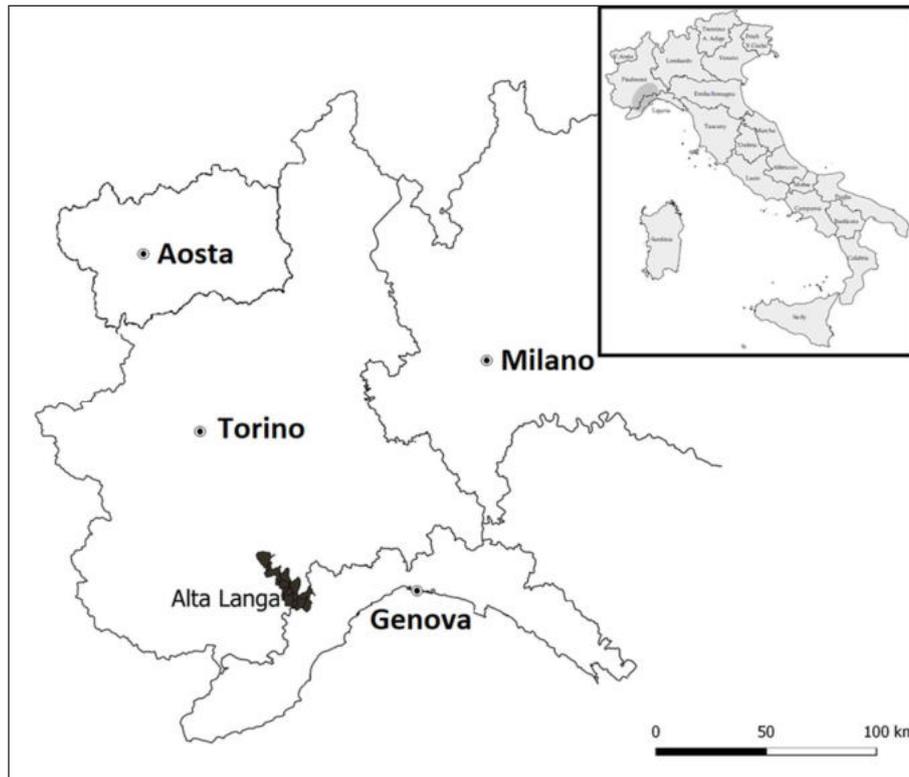
1. L'AREA DI STUDIO. – L'area di studio è costituita da una porzione dell'Alta Langa¹ che ha nella Strada Provinciale 661 "La Pedaggera", storico raccordo tra la Liguria e il pianalto cuneese, il suo elemento portante e coesivo². Essa include dodici comuni della provincia di Cuneo e tre di quella di Savona per complessivi 233 kmq.³ L'Alta Langa è una porzione del sistema di elevazioni, denominate "Langhe", limitate a nord e ad ovest dal corso del fiume Tanaro e di alcuni suoi affluenti e a sud dalle dorsali alpine che includono in destra orografica il bacino della Bormida di Millesimo (Fig. 1). Il suo carattere di area di transizione, ambientale, economica, geografica e funzionale, si riflette nella presenza di paesaggi assai differenziati. I confini meridionali e settentrionali dell'area distano poche decine di chilometri rispettivamente dal Mar Ligure e dalla Pianura Padana, verso cui degrada, cosicché il suo territorio è compreso tra la media collina e la bassa montagna: quasi il 65% dell'area insiste sulla fascia altimetrica compresa tra i 600 ed i 700 m., il 32% ricade tra i 300 e i 599 m., e solo il 3% è situato a quote inferiori ai 300 m. Le condizioni geografico-fisiche la differenziano dal resto

¹ Per Alta Langa intendiamo una successione di rilievi delimitati ad occidente dal corso del Tanaro e a mezzogiorno dalle dorsali montuose che separano il Piemonte meridionale dalla Liguria e le cui quote giungono a sfiorare i 900 metri (Spotorno, 2019) mentre a levante il confine è assai meno agevolmente definibile e di fatto consiste in un'ampia fascia di transizione che va dalla media valle del Belbo alla collina di Monesiglio.

² La definizione dell'area d'indagine si fonda sull'ipotesi che la Strada Provinciale 661 costituisca per i suoi paesaggi, la valenza storica e la funzione di asse di transito, l'elemento unificante di un territorio che per aspetti, anche problematici, d'ordine economico, sociale e d'ordine geografico, fisico ed ambientale, si differenzia nettamente dal resto delle Langhe, costituendosi come un esempio tipico di "medietà" di situazioni di media collina e bassa montagna (Bernardi, 1994; Spotorno, 2019).

³ Si tratta dei comuni di Belvedere Langhe, Camerana, Castelnuovo di Ceva, Dogliani, Mombarcaro, Montezemolo, Murazzano, Paroldo, Priero, Sale Langhe, Sale San Giovanni e Torresina in Provincia di Cuneo e Millesimo, Cengio e Roccavignale in Provincia di Savona.





Fonte: elaborazione propria su dati Istat.

Fig. 1 - L'area di studio

delle Langhe e dal contiguo Roero, oggi in parte inserite nel sito “Paesaggi vitivinicoli del Piemonte: Langhe-Roero e Monferrato”. Il paesaggio dell’area UNESCO è caratterizzato da morbide colline coperte da vigneti e nocioleti, punteggiati di cascine, castelli, torri ed antichi borghi (Pettenati, 2019). In Alta Langa, il paesaggio mostra invece una spiccata eterogeneità: procedendo da sud a nord, si assiste ad una graduale transizione dalle aree prevalentemente boschive, con presenza di specie di latifoglie mesofile, ai prati e pascoli delle medie dorsali, ai nocioleti dei versanti di Bormida e Belbo ed infine agli estesi vigneti delle aree collinari meno elevate e delle dorsali più a nord, già in prossimità del Roero o digradanti verso la “Bassa Langa” (Piana e Spotorno, 2020). Anche se l’autostrada A6 la rende accessibile alla costa ligure, alle aree di turismo montano del Piemonte ed ai principali centri di turismo attivo dell’Italia Nord Occidentale e la mobilità locale è assicurata da una fitta rete di strade provinciali e comunali, essa presenta i segni distintivi di quella marginalità socio-economica che caratterizza le aree interne italiane, primo fra tutti un accentuato processo di spopolamento (Spotorno, 2019).

Nel 2019 la sua popolazione era di 16.074 individui: un quarto degli effettivi del 1951; solo tre comuni contano più di 1.000 residenti; le coorti dei minori di 14 anni si vanno contraendo mentre aumentano quelle di età superiore ai 64 anni e crollano quelle tra 14 ed i 65 anni. Quasi il 20% degli occupati è impiegato nel settore primario, ma per lo più si tratta di attività marginali con una modesta specializzazione e conseguente carenza di risorse umane qualificate in grado di introdurre innovazioni di prodotto e di processo (IRES Piemonte, 2016; Banca d’Italia, 2019). Notevoli sono pure le difficoltà per una valorizzazione del patrimonio paesaggistico e delle produzioni agricole facendo leva sul turismo. Non mancano però segni in controtendenza con l’avvio di colture o attività zootecniche di qualità destinate a mercati di nicchia, per lo più ad opera di “neorurali” e con il ritorno di singoli o di coppie non più giovani, cui si aggiungono alcuni stranieri.

2. METODOLOGIA. – A partire dall’analisi geografica sopra esposta ed a seguito di una serie di contatti con attori locali si è avviato uno studio centrato sul rapporto percettivo tra un insieme di soggetti che, per caratteristiche socio-demografiche e professionali, si ritiene possano maggiormente contribuire all’avvio di un processo di inversione dell’attuale tendenza ad un progressivo declino dell’area ed i fattori ritenuti dagli stessi come potenzialmente maggiormente influenti sullo sviluppo del territorio.

A tale scopo è stata progettata un'indagine articolata nelle seguenti fasi (Cardano, 2012):

1. realizzazione di un focus group, che ha visto la partecipazione di amministratori comunali, animatori di associazioni culturali, imprenditori agricoli, neorurali (alcuni stranieri o pensionati), turisti, dal quale sono emersi gli assi tematici oggetto di approfondimento nelle successive fasi dell'inchiesta;
2. conduzione di trenta interviste in profondità a soggetti appartenenti alle categorie socio-professionali che, sulla base dei dati statistici socio-demografici erano da considerarsi quali principale target dell'indagine (Bichi, 2011);
3. analisi del *corpus* delle interviste, disambiguazione, individuazione dei lemmi *pivot* e dei relativi attributi e delle intensità nelle rispettive relazioni.

In tal modo sono stati individuati sette ambiti tematici prevalenti nell'universo di discorso dei soggetti intervistati: Istituzioni, Turismo, Sviluppo Economico, Servizi, Qualità della Vita, Territorio, Paesaggio. Per tali ambiti si sono poi individuati sia una serie di "oggetti" denotanti sia due serie di attributi – positivi e negativi – associabili a ciascun oggetto. Ciò ha consentito la costruzione di una matrice a doppia entrata avente in riga gli ambiti e per ciascun ambito i relativi oggetti denotativi, ed in colonna gli attributi (positivi e negativi) associabili a ciascun oggetto denotativo. Sulla base di tale matrice si è infine proceduto alla realizzazione di un questionario che è stato sottoposto, tra il 15 agosto ed il 30 settembre 2020 ad un campione *user*.

2.1 *Il questionario.* – Oggetto di indagine sono stati gli *user*, ovvero coloro che ogni anno sono soliti trascorrere in Alta Langa un numero considerevole di giorni in quanto residenti oppure in quanto non residenti soggiornanti in una seconda casa (di proprietà o in affitto). Il questionario di tipo strutturato, oltre a contenere domande di tipo socio-anagrafico volte a definire gli intervistati in base a genere, età, livello di istruzione, situazione socio-occupazionale, località di residenza ecc., contiene 48 item ancorati ad una scala Likert con risposta di accordo a 4 punti⁴, ovvero 48 affermazioni a carattere generale ma riguardanti i sette assi tematici emersi dall'analisi *pivot* delle interviste sopradescritte, rispetto alle quali il rispondente doveva indicare il proprio grado di accordo.

Per garantire un maggior grado di veridicità e spontaneità nelle risposte gli item sono stati distribuiti in modo da assicurare un certo distanziamento tra quelli dei medesimi assi tematici. La metodologia con cui è stato costruito il questionario presuppone che il grado di accordo (o di disaccordo) con l'affermazione contenuta in un item rifletta, con una certa fedeltà, l'opinione, la credenza, l'atteggiamento, la percezione o l'intenzione del rispondente circa lo scenario, il vissuto o la situazione reale in cui l'affermazione stessa dell'item – formulata in termini generali e astratti – è per analogia contestualizzata⁵.

La somministrazione è avvenuta sia in presenza, sia tramite social network anche per assicurare il distanziamento imposto dalle misure volte a contenere la diffusione della pandemia da Covid-19. Complessivamente sono stati analizzati 180 questionari⁶, un numero sufficiente a garantire, se non la rappresentatività del campione rispetto alla popolazione, la qualità di una ricerca-*pilot* approfondita nonché l'attendibilità delle informazioni e dei dati ricavati (Frosini *et al.*, 1994). L' α_{Cronbach} è pari a 0.655 (in riferimento a tutto il questionario di 48 item)⁷, valore ritenuto infatti sufficiente per la valutazione di attendibilità del questionario⁸.

Come detto, la principale domanda di ricerca era finalizzata ad investigare se vi fosse omogeneità o meno nelle risposte dei residenti e dei non residenti. A tal fine sono state considerate le distribuzioni dei punteggi su scala Likert di residenti e non residenti (Tabb. 4 e 5)⁹.

⁴ La scala è la seguente: 0 = per nulla d'accordo; 1 = poco d'accordo; 2 = abbastanza d'accordo; 3 = completamente d'accordo.

⁵ La metodologia è stata mutuata da quella, tipica della ricerca psico-sociale, dei questionari e delle survey sugli atteggiamenti e le opinioni delle persone (es. consumer survey).

⁶ Quelle incompleti non sono stati utilizzati.

⁷ $\alpha_{\text{Cronbach}} = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^K \sigma_i^2}{\sigma_x^2} \right)$; K = numero degli item di cui è composto il questionario/test; σ_i^2 = varianza di ciascun item, calcolata sul numero dei casi (N = 180); σ_x^2 = varianza totale del test/questionario.

⁸ Questo coefficiente esprime il rapporto tra la somma delle varianze degli item e la varianza totale (cioè la varianza dei punteggi sommati), ossia una misura del peso relativo della variabilità associata agli item rispetto alla variabilità associata alla loro somma. Il coefficiente è molto utile quando ciò che si sta misurando (in questo caso il grado di accordo su ogni item) – e che prevede risposte con più alternative riguardanti solitamente la misurazione di atteggiamenti e opinioni – è dinamico, ossia è suscettibile a cambiamenti nel tempo perché riguarda aspetti variabili a causa di fattori esterni (per l'appunto opinioni o percezioni) (Renzi *et al.*, 2008).

⁹ Si tratta di una scala discreta che tuttavia può essere intesa e corretta come continua.

3. L'ALTA LANGA NEGLI SGUARDI DEGLI *USER*

3.1 *Gli assi tematici pivot.* – L'analisi del corpus dei discorsi ha posto in evidenza come il principale asse tematico in esso presente sia costituito, con oltre il 38% delle occorrenze, da quello riassumibile sotto l'espressione "territorio" e denotato dai lemmi: "Identità locale", "Appartenenza", "Popolazione locale", "Luoghi di socializzazione", "Viabilità" e "Accessibilità". Segue l'asse attinente le problematiche economiche dell'ambito oggetto d'indagine, con il 23% delle occorrenze e denotato da lemmi quali: "Agricoltura", "Artigianato", "Qualità dei prodotti locali", "Innovazione", "Progettualità", "Costo della vita", "Costo delle abitazioni". Di poco meno rilevante del precedente è risultato l'asse tematico attinente le istituzioni (21% delle occorrenze) e denotato da lemmi quali: "Comune", "Amministrazione locale", "Associazioni locali" e "Cooperazione tra comuni". Seguono notevolmente distanziati gli assi tematici relativi ai servizi con il 10% delle occorrenze (connessione alla rete Internet e telefonica, trasporti, servizi commerciali), alla qualità della vita (4% delle occorrenze e lemmi denotati quali: "Ambiente" e "relazioni di vicinato") ed infine al paesaggio, anch'esso con il 4% delle occorrenze e lemmi quali: "Naturalità", "Coltivazioni" e "Vedute".

3.2 *Caratteristiche socio-anagrafiche degli user.* – I risultati di seguito presentati si riferiscono alle due categorie, residenti e non residenti considerate nel loro complesso (Tab. 1).

Tab. 1 - Distribuzione percentuale dei rispondenti tra residenti e non

Totale rispondenti	180	100,0%
Residenti	135	75,0%
Non-residenti	45	25,0%

Informazioni socio-anagrafiche. La componente femminile incide sul totale degli intervistati per il 54,4%, quella maschile per il restante 45,6%. Per quanto riguarda la distribuzione per età, 45-64 è la classe prevalente, con un'incidenza pari al 43,3%, mentre registrano un'incidenza pari a circa la metà della precedente (21,7%) gli intervistati con un'età compresa tra i 30 e i 44; infine coloro che ricadono nella fascia 65-75 si attestano su un valore di poco superiore al 17%. Le altre classi sono meno rappresentate, con percentuali che variano tra il 2,8% (meno di 19 anni) e il 9,4% (20-29) (Fig. 2).

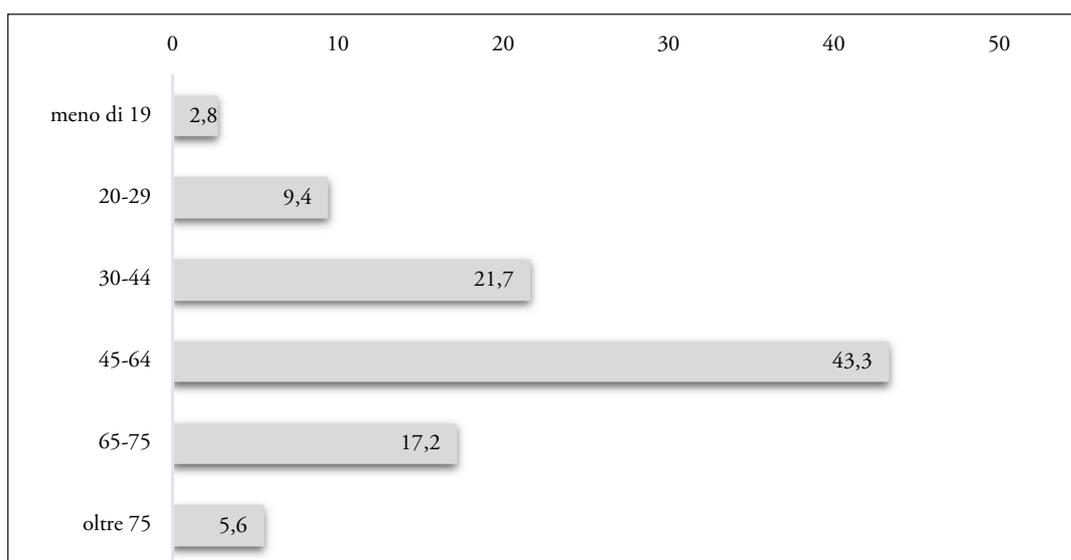


Fig. 2 - Intervistati distribuiti per fasce d'età (%)

I valori relativi alla distribuzione sono confermati dalla situazione socio-occupazionale degli intervistati: poco meno dei due terzi (61,7%) si sono infatti dichiarati occupati, cui seguono con un'incidenza del 22,8%

i pensionati. Si attestano su percentuali decisamente inferiori i/le casalinghi/e (6,1%), gli studenti (3,9%), coloro che sono in cerca di occupazione (3,3%) e i disoccupati (2,2%). Tra gli occupati il settore dei servizi diversi dalle attività commerciali è quello maggiormente rappresentato (quasi il 63%)¹⁰. Commercio e artigianato (13,7%), agricoltura e allevamento (11,8%) e industria (11,8%) si attestano invece su percentuali abbastanza vicine (Fig. 3).

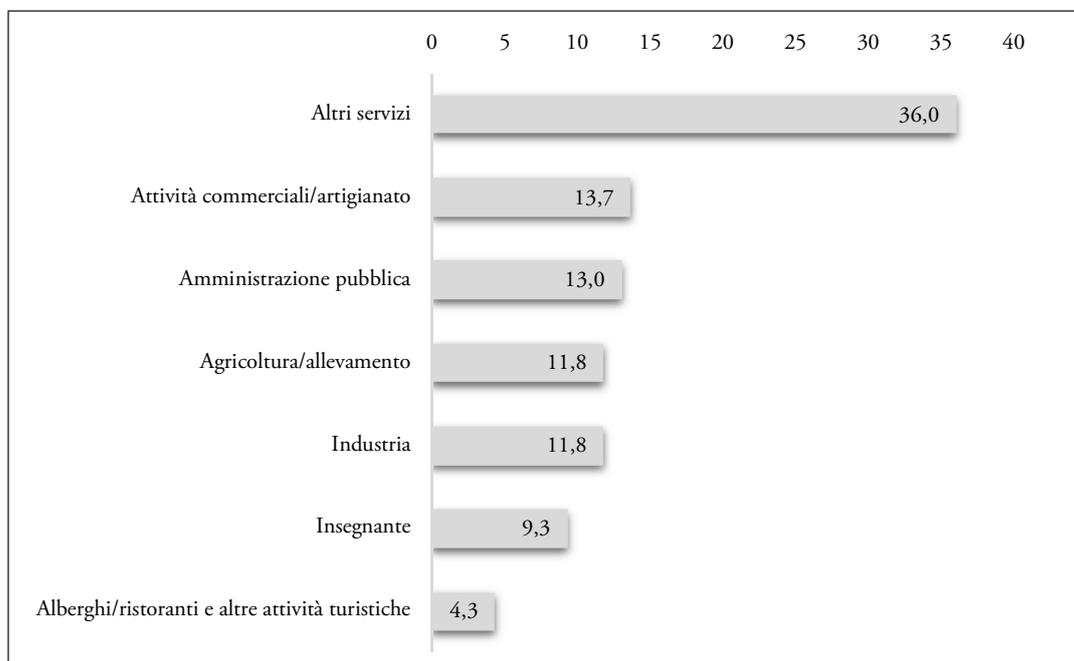


Fig. 3 - Settore nel quale gli intervistati svolgono la propria attività

Il livello di istruzione degli intervistati è piuttosto alto: prevalgono coloro che hanno conseguito il diploma di scuola media superiore (49,4%), cui seguono i laureati (28,9%). Sono solo lo 0,6% coloro che dichiarano di saper scrivere pur non avendo conseguito alcun titolo di studio, mentre il 4,4% possiede un diploma di scuola elementare e il 16,7% la licenza media.

Per quanto riguarda l'area di residenza il quadro è abbastanza variegato, come mostrato dalla Figura 4, seppur oltre il 37% degli intervistati risiede in soli tre comuni, tutti localizzati nell'area di studio: Millesimo, Dogliani e Belvedere Langhe¹¹.

Il 44% di coloro che hanno dichiarato di non vivere permanentemente nell'Alta Langa vi passa un numero di mesi compresi tra i 6 e i 12 all'anno, nel 21% dei casi da 1 a 6 mesi. Il 35% degli intervistati vi trascorre meno di un mese, il 25% meno di due settimane e il 10% tra due settimane e un mese. Inoltre, sono il 95% coloro che hanno dichiarato di risiedere nell'area da più di tre anni. Infine, il 36% degli intervistati ha dichiarato di aver vissuto fuori dell'area per più di 10 anni.

Riguardo agli aspetti generali del campione l'essere "residenti maschi o femmine" non è indipendente¹² dal rientrare in una "certa" fascia di età (da 30 anni a 75.; ossia le classi di età "produttive" o con reddito e più rappresentate) (Tab. 2).

¹⁰ Nella fattispecie, questa è la ripartizione: altri servizi (36,0%), dipendenti pubblici (13,0%), insegnanti (9,3%), attività turistiche (4,3%).

¹¹ Se nel caso di Millesimo e Dogliani il dato è congruente con la loro maggiore dimensione demografica, la sovrarappresentazione di residenti di Belvedere Langhe, comune piuttosto piccolo, è dovuta probabilmente ad una più efficace diffusione del questionario tra i residenti di quel comune.

¹² $\chi^2=15.787$, $df=2$, $P_{value}=0.0003732$ ($<\alpha=0.05$). In grigio i valori di cella della tabella dove origina la maggiore significatività (85,7% del chi quadro calcolato). Il test χ^2 per l'indipendenza è inapplicabile per i non-residenti (valori numerici troppo piccoli).

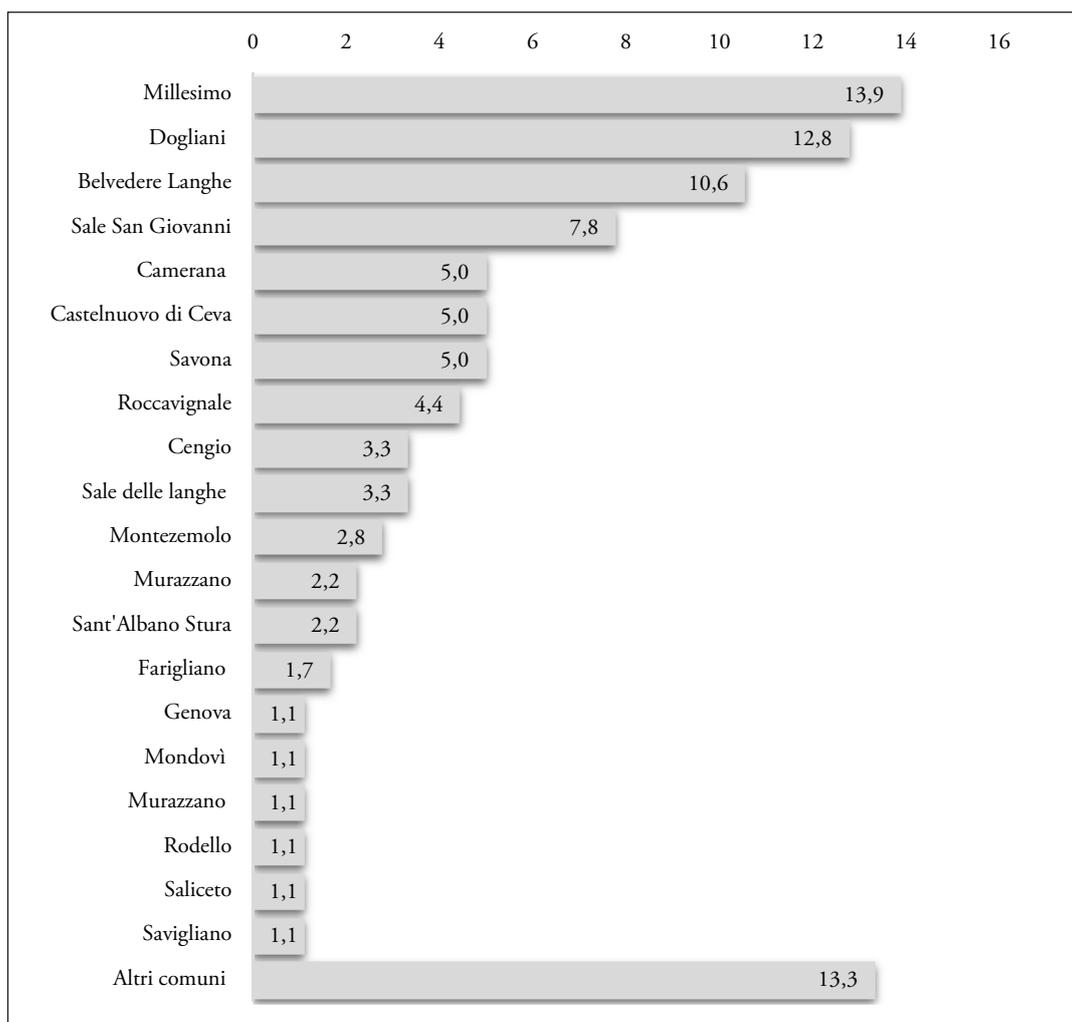


Fig. 4 - Area di residenza*

*Nella categoria altri comuni sono comprese quelle località che hanno un'incidenza al di sotto dell'1%, tra questi: Albisola Superiore, Barbaresco, Bossolasco, Brà, Carcare, Carmagnola, Celle Ligure, Ceva, Chiusa Pesio, Corneliano d'Alba, Dego, La Morra, Mombarcaro, Pallare, Paroldo, Plodio, Priero, Quiliano, San Benedetto Belbo, Serravalle Langhe, Torresina, Vado ligure, Vicoforte.

Tab. 2 - Tabella di contingenza residenti per genere e fasce di età produttive

Fasce di età produttive	Residenti maschi	Residenti femmine	
30-44	9	22	31
45-64	19	36	55
65-75	18	5*	23
	46	63	109

*Valore limite.

Risulta invece indipendente dal genere l'avere/non avere un reddito¹³. Una dipendenza di questo tipo, soprattutto in aree rurali, quasi certamente l'avremmo riscontrata qualche decennio fa, quando, nonostante il quotidiano (e duro) lavoro femminile, la corresponsione di un reddito monetario era appannaggio quasi esclusivo degli uomini (Tab. 3).

¹³ P_{value} (χ^2 per l'indipendenza) = 0.3516 (>0.05).

Tab. 3 - Tabella di contingenza genere/reddito

	Femmine	Maschi	
Con reddito*	80	72	152
Senza reddito**	18	10	28
	98	82	180

*Occupato, pensionato.

**Casalingo/a, disoccupato, in cerca di lavoro, studente.

3.3 *Le opinioni degli user.* – Per quanto riguarda l’analisi degli item, oltre al calcolo dei punteggi medi di tutto il campione (180), si è provveduto ad un confronto sugli item tra le due principali categorie (o sottogruppi) del campione che rappresentano il fulcro della ricerca: residenti e non-residenti, intendendo con la seconda categoria coloro che, pur vivendo nel territorio dell’Alta Langa per alcuni periodi dell’anno (per esempio come turisti, lavoratori stagionali o proprietari di seconde case) e in parte partecipando alla vita comunitaria del Territorio, risiedono stabilmente altrove, solitamente in città metropolitane o cittadine della vicina Riviera Ligure¹⁴.

I confronti sugli item tra queste due categorie, effettuati con metodi statistici non-parametrici¹⁵, mostrano una generale uniformità tra le risposte dei residenti e dei non residenti. Tuttavia in alcuni casi rivelano alcune significative differenze, talora anche nella *stessa* direzione di accordo (o disaccordo) con l’affermazione dell’item (Tab. 4).

È il caso, ad esempio, dell’item “È meglio sostenere le attività tradizionali”, dove la media di punteggio a tale item dei non-residenti (2,38) è significativamente differente (e significativamente maggiore) rispetto alla media di punteggio allo stesso item dei residenti (1,99). Sembrerebbe dunque che i non-residenti siano maggiormente d’accordo (rispetto ai residenti) sul sostenere attività tradizionali. Nel caso di questo item, si potrebbe pensare che i non-residenti siano meno disillusi dei residenti circa il sostenere attività tradizionali proprio per il fatto che non essendo residenti fissi ne hanno una percezione più romantica e idealizzata, indiretta e quindi più ottimistica.

Nella stessa ottica può leggersi l’item “I prodotti locali di un determinato territorio possono essere acquistati e consumati ovunque e comunque”, in cui la media di punteggio dei non-residenti (1,11) è significativamente minore rispetto ai residenti (1,53), forse meno influenzati dalla filosofia del “KM 0” e maggiormente consci delle problematiche economiche di un’attività commerciale che opera solamente a scala locale. Nell’item “I sentieri non sono ben mantenuti”, inserito nell’asse tematico “Servizi”, la media di punteggio dei non residenti (1,56) è inferiore a quella dei residenti (1,88), rivelando quindi una minor soddisfazione per l’operato delle istituzioni in questo importante aspetto della valorizzazione del territorio da parte delle persone che abitano nell’Alta Langa.

¹⁴ La matrice di correlazione generale tra i 48 item vede due significative correlazioni negative, una ($r=-0.64$) tra gli item “Preferisco servirmi nei centri commerciali perché più forniti anche se meno accessibili” e “Preferisco servirmi nei negozi locali, anche se piccoli rispetto ai centri commerciali, perché sono più accessibili”, l’altra ($r=-0.57$) tra gli item “Se potessi andrei a vivere altrove” e “Qui ‘mi sento a casa’”. Appare inoltre una significativa correlazione positiva ($r=0.594$) tra gli item “Il turismo può trarre beneficio dalla cultura locale” e “L’ambiente naturale di questi luoghi può attrarre nuovi residenti”. Non appaiono altre correlazioni significative tra gli item, ovvero con un coefficiente di correlazione r convenzionalmente maggiore o uguale a ± 0.5 .

¹⁵ Le distribuzioni dei punteggi agli item, in generale e sia nei residenti sia nei non-residenti (che rappresentano, per altro, sottogruppi non bilanciati del totale del campione di rispondenti), sono per lo più omoschedastiche (Fligner-Killeen test of homogeneity of variances) ma non-normali o non-gaussiane (Shapiro-Wilk normality test). Ragion per cui si è utilizzato un metodo di confronto non-parametrico, il Wilcoxon rank sum test (analogo al test U-Mann Whitney), anche associato al test t-Student ma sotto assunzione di normalità della distribuzione. Le differenze significative ($p\text{-value}<0.05$) nei punteggi agli item tra residenti e non residenti indicano che i punteggi appartengono effettivamente a due distribuzioni differenti, e sebbene il test statistico non-parametrico assuma nel calcolo la *mediana* come valore centrale di riferimento delle distribuzioni considerate, si può ragionevolmente estendere il significato della differenza ai rispettivi valori *medi* (se si assume che le distribuzioni siano normali).

Tab. 4 - Medie item con differenze statisticamente significative, segnate in nota, nelle distribuzioni dei punteggi

<i>Assi tematici</i>	<i>Azione specifica</i>	<i>Residenti</i>	<i>Non residenti</i>
Istituzioni	I sentieri non sono ben mantenuti ^a	1,88	1,56
Turismo	La tradizione enogastronomica di questi luoghi è importante per lo sviluppo del turismo ^b	2,67	2,42
	È meglio sostenere le attività tradizionali ^c	1,99	2,38
Sviluppo economico	I prodotti locali di un determinato territorio possono essere acquistati e consumati ovunque e comunque ^d	1,53	1,11
Servizi	Anche se qui il costo della vita è più basso che in città le giovani coppie se ne vanno ^e	1,56	1,93
Territorio	Se potessi andrei a vivere altrove ^f	0,61	0,98
	Qui “mi sento a casa” ^g	2,53	2,29

^aWilcoxon rank sum test with continuity correction: $W = 3661$, $p\text{-value} = 0.02641$; t.test assumendo che le distribuzioni siano normali (gaussiane): $p\text{-value} = 0.03$.

^bWilcoxon rank sum test with continuity correction: $W = 3577.5$, $p\text{-value} = 0.02941$; t.test assumendo che le distribuzioni siano normali (gaussiane): (Welch Two Sample t-test) $p\text{-value} = 0.04418$.

^cWilcoxon rank sum test with continuity correction: $W = 2264$, $p\text{-value} = 0.007824$; t.test assumendo che le distribuzioni siano normali (gaussiane): $p\text{-value} = 0.002$.

^dWilcoxon rank sum test with continuity correction: $W = 3783.5$, $p\text{-value} = 0.009376$; t.test assumendo che le distribuzioni siano normali (gaussiane): $p\text{-value} = 0.006$.

^eWilcoxon rank sum test with continuity correction: $W = 2333$, $p\text{-value} = 0.01441$; t.test assumendo che le distribuzioni siano normali (gaussiane): (Welch Two Sample t-test) $p\text{-value} = 0.01199$.

^fWilcoxon rank sum test with continuity correction: $W = 2390$, $p\text{-value} = 0.01811$; t.test assumendo che le distribuzioni siano normali (gaussiane): $p\text{-value} = 0.03$.

^gWilcoxon rank sum test with continuity correction: $W = 3574.5$, $p\text{-value} = 0.04323$.

Gli item di Tabella 5 non mostrano invece differenze nelle distribuzioni dei punteggi. Ciò significa statisticamente che, benché le medie possano essere numericamente diverse, le distribuzioni dei punteggi possono appartenere indifferentemente a una categoria o all'altra (residenti e non-residenti) e pertanto non sono significativi, nel senso di una differenza tra queste due categorie, ma possono essere utilizzati solo in senso generale.

Tab. 5 - Medie item senza differenze significative nelle distribuzioni dei punteggi

<i>Assi</i>	<i>Azione specifica</i>	<i>Res.</i>	<i>Non res.</i>
ISTITUZIONI	L'Amministrazione di un Comune di pochi abitanti è più vicina alla popolazione	2,24	2,09
	Amministratori più anziani garantiscono il rispetto e la continuità delle tradizioni	0,93	1,20
	L'Europa assicura notevoli finanziamenti all'agricoltura di qualità	1,63	1,58
	In un Comune con pochi abitanti il Sindaco può fare ciò che vuole	0,53	0,76
	Amministratori comunali più anziani sono meno innovativi	1,67	1,60
	La cooperazione tra i Comuni dell'Alta Langa è fondamentale per favorire lo sviluppo di questo territorio	2,67	2,49
TURISMO	L'Alta Langa può svilupparsi anche senza turismo	0,87	1,00
	I Comuni dell'Alta Langa collaborano proficuamente per favorire lo sviluppo turistico	1,40	1,27
	Il turismo può trarre beneficio dalla cultura locale	2,57	2,60
	Nel mio Comune vi è un'eccessiva presenza di turisti	0,64	0,44
	Con iniziative adeguate potrebbero arrivare molti più turisti	2,45	2,47
	Nel mio Comune vi sono risorse di cui i turisti non sono a conoscenza	1,86	1,98
A seguito dell'emergenza Coronavirus c'è stato un aumento dei turisti nelle aree rurali	1,62	1,84	

<i>Assi</i>	<i>Azione specifica</i>	<i>Res.</i>	<i>Non res.</i>
SVILUPPO ECONOMICO	È inutile tentare di incoraggiare la produzione di prodotti locali. Il guadagno non compenserà mai la fatica della loro produzione	0,64	0,93
	Le risorse presenti nel mio Comune sono adeguatamente valorizzate	1,29	1,11
	Le nostre produzioni tradizionali non sono competitive perché manca una strategia di mercato	1,95	1,93
	Abitazioni economiche e basso costo della vita consentono nuovi insediamenti familiari	1,93	1,89
	L'agricoltura biologica è un valore aggiunto per il territorio	2,33	2,16
	Se i giovani fossero maggiormente incoraggiati si impegnerebbero sul territorio anche nel lavoro agricolo	2,07	2,22
SERVIZI	Preferisco servirmi nei centri commerciali perché più forniti anche se meno accessibili	1,09	1,11
	Preferisco servirmi nei negozi locali, anche se piccoli rispetto ai centri commerciali, perché sono più accessibili	1,97	1,80
	L'isolamento permette un'elevata qualità della vita	1,18	1,27
	I servizi del territorio come scuola, sanità, trasporti, posta, banche ed esercizi commerciali sono sufficientemente accessibili a tutte le fasce di popolazione	1,42	1,58
QUALITÀ VITA	Gli anziani stanno bene da queste parti anche se servizi come sanità, trasporti, posta, banche ed esercizi commerciali sono poco accessibili	1,82	1,69
	Le persone che vivono in campagna di solito sono più disponibili e aperte	1,64	1,49
	Lo scarso traffico di veicoli è garanzia di aria pura	1,91	2,16
	Consumare sul posto i prodotti locali di un determinato territorio è più sostenibile e soddisfacente	2,38	2,31
	Durante l'emergenza Coronavirus si è vissuto meglio in campagna che in città	2,78	2,62
	Le misure restrittive dovute all'emergenza Coronavirus hanno peggiorato l'accessibilità ai servizi (sanità, uffici pubblici, banche) per i residenti nelle aree rurali	2,08	1,96
TERRITORIO	In un mondo globalizzato come quello di oggi è necessario avere una visione più ampia dei problemi	2,39	2,24
	Chi vive in città di solito è più aperto e disponibile di chi vive in campagna	0,76	0,93
	Un'ampia visione dei problemi rischia di non cogliere caratteristiche ed esigenze locali molto particolari	1,30	1,11
	La scarsità di luoghi di socializzazione e centri culturali sul territorio rende difficile avere e mantenere rapporti umani	1,73	1,80
	Le tradizioni e la cultura locale non possono contribuire allo sviluppo economico	0,71	0,76
	La vicinanza della Riviera non porta alcun beneficio. I turisti che vanno in Riviera non vengono da queste parti	1,18	1,18
	Ogni Comune ha delle caratteristiche precise, quindi non si potrà mai valorizzare questo territorio nel suo complesso	0,82	0,58
PAESAGGIO	I paesaggi sono più belli quando ci sono ampie vedute	2,30	2,11
	L'ambiente naturale di questi luoghi può attrarre nuovi residenti	2,49	2,33
	Gli ambienti naturali non coltivati sono anche più vari e quindi più interessanti	1,67	1,47
	Gli ambienti coltivati sono più ordinati	1,99	1,96
	Il paesaggio è più bello quando si percepiscono particolari interessanti	2,44	2,38

Per esempio, l'item "La vicinanza della Riviera non porta alcun beneficio. I turisti che vanno in Riviera non vengono da queste parti", così come alcuni altri, mostra addirittura una concordanza nel punteggio medio di accordo con l'affermazione dell'item (1,18). Si potrebbe dire, in questo caso, che sia i residenti sia i non-residenti manifestano lo stesso scarso grado di accordo con l'affermazione dell'item, ed entrambe le categorie verosimilmente ritengono perciò che non sia vero che la vicinanza della Riviera non porti alcun beneficio.

Di seguito vengono riportati e commentati alcuni dei risultati ritenuti più significativi ai fini del presente elaborato e relativi a quattro assi tematici. Nell'asse tematico "Istituzioni" emerge netta la percezione da parte degli intervistati della necessità di una cooperazione tra i comuni dell'Alta Langa per lo sviluppo del territorio, con il 68,9% delle persone che si dicono molto d'accordo con tale affermazione. Critica invece è l'opinione che gli intervistati hanno del contributo dell'Unione europea allo sviluppo agricolo locale: solo il 38,9% e 37,2% degli intervistati si dice, rispettivamente, poco d'accordo e abbastanza d'accordo sull'affermazione "L'Europa assicura notevoli finanziamenti all'agricoltura di qualità" (Fig. 5).

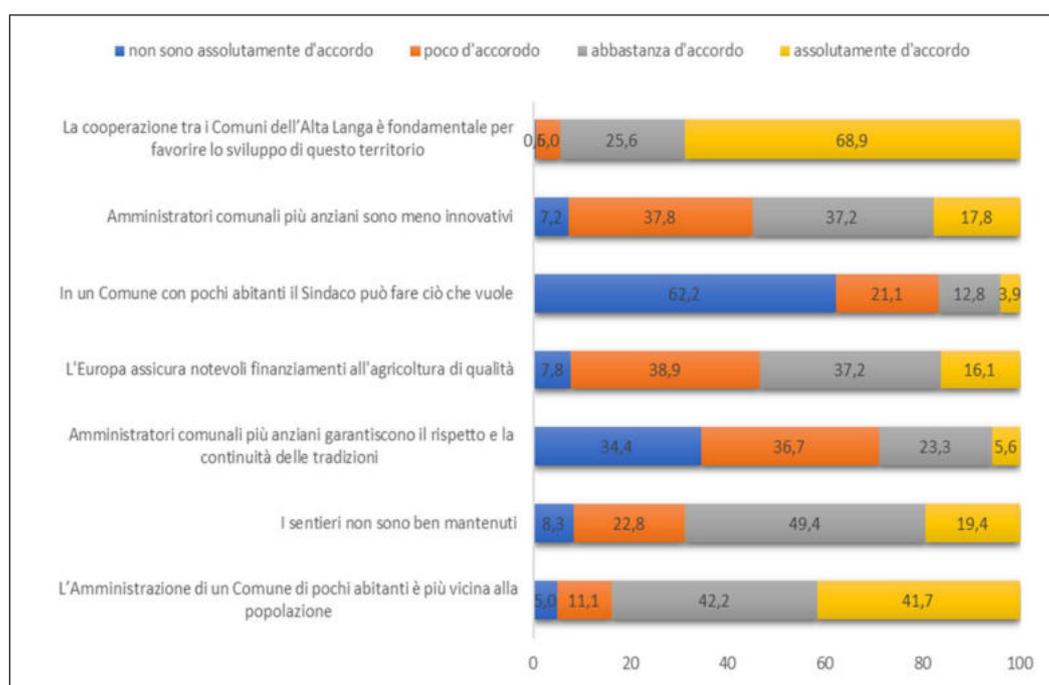


Fig. 5 - Le opinioni degli intervistati sull'asse tematico "Istituzioni"

Infine, il 42,2% e il 41,7% degli intervistati è, rispettivamente, abbastanza e molto d'accordo con l'affermazione "L'Amministrazione di un Comune di pochi abitanti è più vicina alla popolazione". Il secondo asse è relativo al turismo, un tema particolarmente importante anche alla luce dell'emergenza Covid-19 che ha portato ad un aumento del turismo di prossimità verso le aree interne italiane (Mangano, 2020). Negli ultimi anni si è assistito a circoscritti episodi di eccessiva pressione turistica in alcune aree dell'Alta Langa, tra cui ad esempio Sale delle Langhe, dove i visitatori si affollano nella stagione di fioritura dei campi di lavanda, con effetti benefici sul territorio ma anche con qualche criticità, derivante da un'eccessiva pressione su un territorio non adeguatamente attrezzato e non sufficientemente dotato di risorse (economiche e di capitale tecnico ed umano) adeguate a ricevere un elevatissimo numero di visitatori in un lasso di tempo assai concentrato (Fig. 6).

Il 46,1% degli intervistati è abbastanza d'accordo con la frase "A seguito dell'emergenza Coronavirus c'è stato un aumento dei turisti nelle aree rurali", tuttavia solo il 18,3% è molto d'accordo con questa affermazione. In genere si ritiene che le risorse da sfruttare siano quelle legate alla tradizione enogastronomica e alla cultura locale, tuttavia il fatto che il 56,7% degli intervistati sia molto d'accordo con l'affermazione "Con iniziative adeguate potrebbero arrivare molti più turisti", lascia intuire una certa qual insoddisfazione circa il grado di valorizzazione delle risorse turistiche fin qui attuata. Il fatto che gli intervistati ritengano che la presenza turistica sia inferiore alle potenzialità del territorio, e quindi in decisa discontinuità con quanto evidenziato nel caso di Sale San Giovanni, appare confermato dal fatto che ben il 56% degli intervistati è per nulla d'accordo con l'affermazione "Nel mio Comune vi è un'eccessiva presenza di turisti". Tra le cause di tale insufficiente

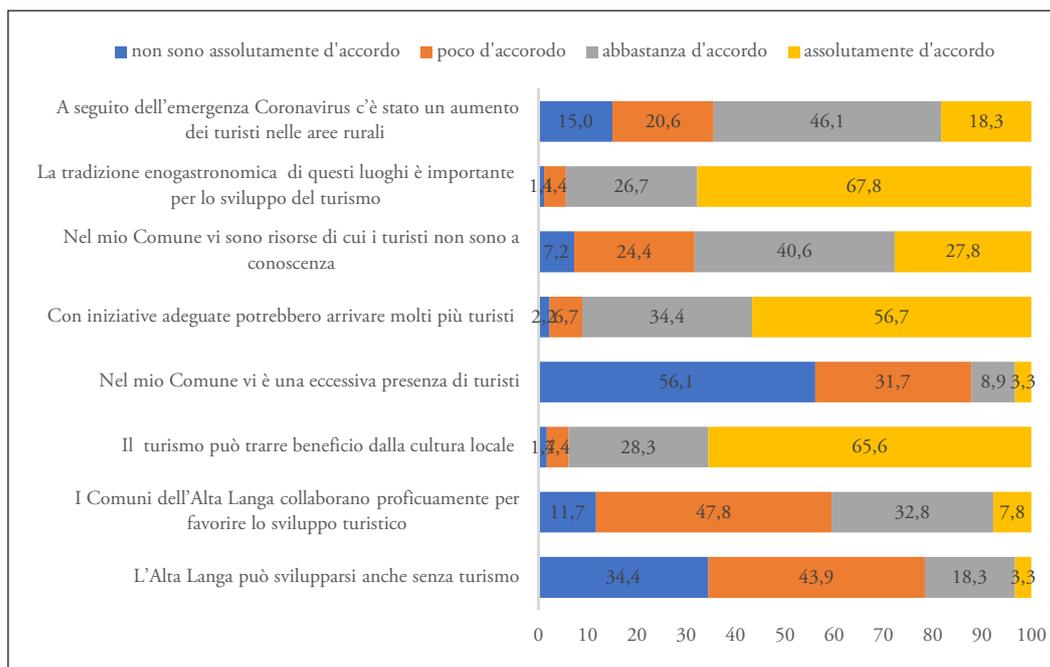


Fig. 6 - Le opinioni degli intervistati sull'asse tematico "Turismo"

valorizzazione viene individuata la mancanza di collaborazione tra i comuni dell'area, infatti ben il 47,8% è poco d'accordo con "I Comuni dell'Alta Langa collaborano proficuamente per favorire lo sviluppo turistico". Il dato è significativo se messo in relazione all'item dell'asse tematico "Rapporti tra istituzioni e cittadini" in cui emergeva la necessità di una più stretta collaborazione tra i Comuni. Una questione importante, quella della collaborazione tra i differenti attori presenti sulla scena locale, se si considera che i risultati dell'indagine pongono in evidenza che a detta della maggior parte degli intervistati il turismo potrebbe essere il principale "motore" dello sviluppo locale, con il 34,4 e 43,9% degli intervistati per nulla o poco d'accordo con l'affermazione "L'Alta Langa può svilupparsi anche senza turismo". L'asse tematico Servizi rivela opinioni abbastanza contrastanti rispetto all'accessibilità ai servizi di base del territorio (scuola, sanità, trasporti, posta, banche ed esercizi commerciali), con il 37,2 e 34,4% degli intervistati poco o abbastanza d'accordo con l'affermazione che questi siano sufficientemente accessibili a tutte le fasce di popolazione. Esiste ancora un'attenzione per i piccoli esercizi commerciali la cui sopravvivenza nelle aree interne italiane è messa in difficoltà dallo spopolamento rurale e dalla concorrenza con i grandi centri dei fondivalle. All'affermazione "preferisco servirmi nei negozi locali, anche se piccoli rispetto ai centri commerciali, perché sono più accessibili", il 46,7% degli intervistati si dichiara abbastanza d'accordo e il 25,6% molto d'accordo (Fig. 7). Al contrario, il 26,7% è per nulla d'accordo e il 41,7% poco d'accordo con la dichiarazione "Preferisco servirmi nei centri commerciali perché più forniti anche se meno accessibili". Infine, l'asse tematico "Paesaggio" risulta particolarmente rilevante in un territorio caratterizzato da un'ampia varietà paesaggistica che tuttavia sta subendo da un lato gli effetti dell'abbandono delle campagne (primo fra tutti l'aumento delle superfici a bosco) dall'altro dell'aumento delle monoculture a nocciolo e vigneto, soprattutto nella sua parte settentrionale (Fig. 8). I commenti degli *user* denotano un particolare valore attribuito ai paesaggi aperti e diversificati, tipici dell'agricoltura tradizionale, ormai sempre più obliterati dalla vegetazione spontanea che si insedia negli ex pascoli e coltivi, soprattutto nel settore medio-montano dell'Alta Langa. Il 52,8% degli intervistati, ad esempio, è molto d'accordo con l'affermazione secondo cui "Il paesaggio è più bello quando si percepiscono particolari interessanti". Il 36,7 e 33,3% degli intervistati è rispettivamente abbastanza o molto d'accordo con l'opinione secondo cui "Gli ambienti coltivati sono più ordinati". In continuità con le precedenti risposte, solo il 20,6% degli *user* è molto d'accordo con l'affermazione "Gli ambienti naturali non coltivati sono anche più vari e quindi più interessanti", mentre il 38,3% si dice poco d'accordo. Più della metà degli intervistati (55%) è molto d'accordo con l'affermazione "L'ambiente naturale di questi luoghi può attrarre nuovi residenti", mentre l'ultima affermazione "Il paesaggio è più bello quando ci sono ampie vedute" vede l'accordo del 47,8% degli intervistati. Ancora una volta, emerge netta la percezione degli spazi gestiti e mantenuti come di un qualcosa che può conferire valore aggiunto al paesaggio.

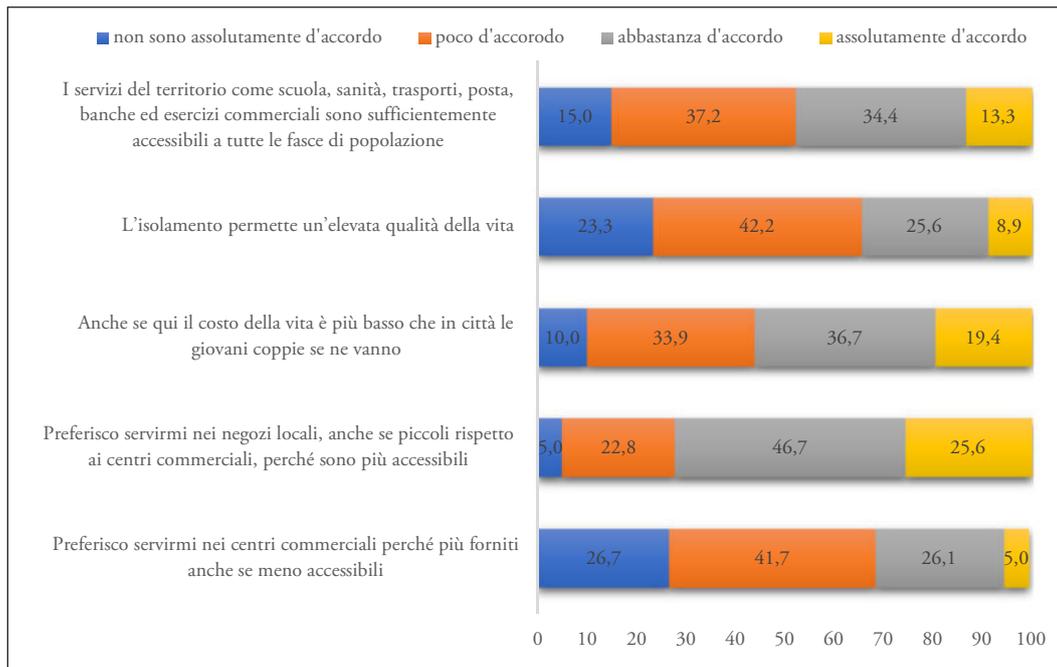


Fig. 7 - Le opinioni degli intervistati sull'asse tematico "Servizi"

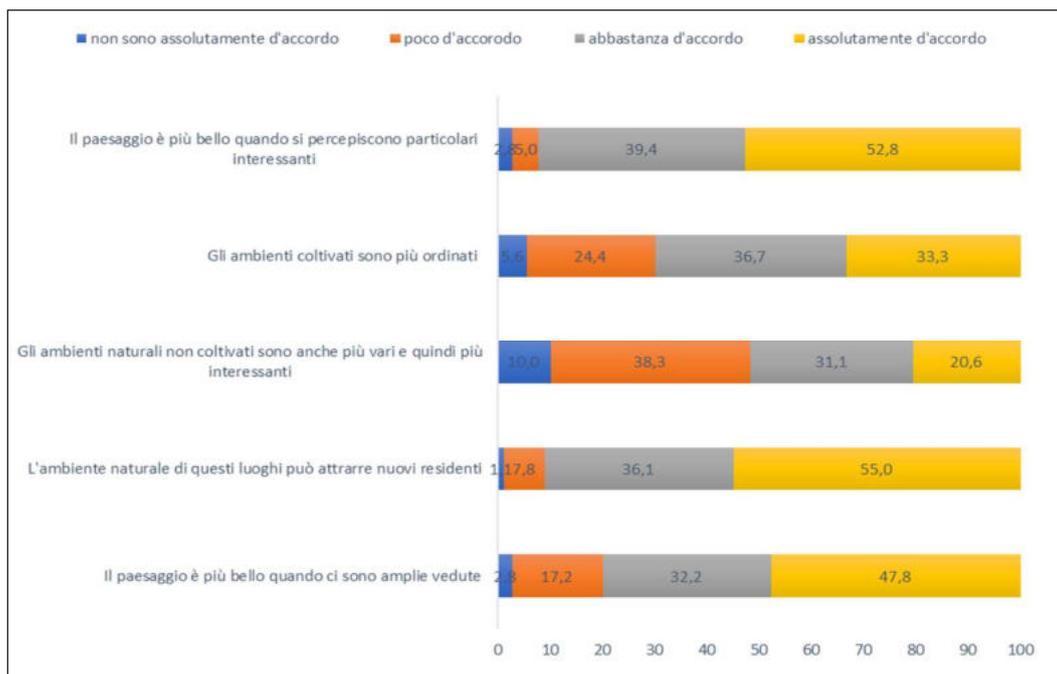


Fig. 8 - Le opinioni degli intervistati sull'asse tematico "Paesaggio"

4. CONCLUSIONI. – Da zona montana soggetta a spopolamento e a declino socio-economico, processi comuni a tante aree dell'Italia interna, l'Alta Langa negli ultimi anni ha mostrato alcuni, seppur embrionali, segni di sviluppo dati dall'apporto di vecchi e nuovi abitanti e dei tanti suoi frequentatori. Scopo del presente lavoro era investigare la percezione dell'Alta Langa da parte di due gruppi di *user* – riconducibili alle categorie di *insider* ed *outsider* (Cosgrove, 1990) tramite un questionario che enfatizzasse le problematiche e i possibili fattori di sviluppo del territorio. In particolare, il fulcro della ricerca era finalizzato a verificare se e in che misura esistessero differenze nelle opinioni di residenti e non residenti. La percezione del territorio dell'Alta Langa da parte dei suoi *user* come è emersa dall'analisi statistica dei questionari mostra significative differenze – e quindi potenziali comportamenti – tra di due sottogruppi con riferimento ad alcuni item degli assi tematici. In particolare, gli *outsider* risultano essere maggiormente propensi, rispetto agli *insider*, all'opportunità di politiche di

sostegno alle attività tradizionali e che favoriscano il consumo di prodotti del territorio e nel territorio. Mentre al contrario gli *outsider* mostrano un minor apprezzamento nei confronti dell'operato delle istituzioni locali in materia di valorizzazione del territorio di quello espresso dagli *insider*. Per il resto, l'indagine ha evidenziato, senza differenze statisticamente significative tra i due gruppi, come a fronte di un diffuso senso di "vicinanza" delle amministrazioni locali emerga l'esigenza di una maggiore cooperazione tra le istituzioni, ed in specie tra i comuni, anche ai fini di una valorizzazione turistica dell'area. Una valutazione che risulta fondarsi, tra l'altro, sulla convinzione condivisa da entrambi i sottogruppi analizzati che se le aree rurali sono oggetto di costante attività di gestione e cura possono contribuire ad attribuire al paesaggio uno specifico "valore aggiunto". Più in generale, si può ritenere che i risultati dell'indagine offrano spunti di riflessione per avviare pratiche e politiche di sviluppo sostenibile del territorio che da un lato siano congruenti con le esigenze e le opinioni degli *insider* che lo vivono e lo frequentano quotidianamente, e dall'altra con le attese degli *outsider*.

BIBLIOGRAFIA

- Banca d'Italia (2019). *Economie regionali: l'economia del Piemonte*. Torino: Banca d'Italia.
- Bernardi R., Salgaro S., Sniraglia C. (1994). *L'evoluzione della montagna italiana fra tradizione e modernità*. Bologna: Pàtron.
- Bichi R. (2011). *La conduzione delle interviste nella ricerca sociale*. Roma: Carocci.
- Cardano M. (2012). *Tecniche di ricerca qualitativa. Percorsi di ricerca nelle scienze sociali*. Roma: Carocci
- Cosgrove D. (1990). *Realtà sociali e paesaggio simbolico*. Milano: Unicopli.
- Dansero E. (2013). Individui e gruppi: alla ricerca degli attori nello sviluppo territoriale. *ESO Travaux et documents*, 35: 11-19.
- Frosini B.V., Montinaro M., Nicolini G. (1994). *Campionamenti da popolazioni finite: metodi e applicazioni*. Torino: UTET.
- Gumuchian H. (1991). *Représentations et aménagement du territoire*. Paris: Anthropos.
- IRES Piemonte (2016). *Piemonte economico e sociale*. Torino: Regione Piemonte.
- Mangano S. (2020). *Il turismo di prossimità per (ri)scoprire il territorio italiano in tempi di crisi*. Roma: Aracne.
- Pettenati G. (2019). *I paesaggi culturali UNESCO in Italia*. Milano: FrancoAngeli.
- Piana P., Spotorno M. (2020). Indagini geostoriche per una caratterizzazione dei paesaggi dell'Alta Langa. In: Gallia A., a cura di, *Territorio: rischio/risorsa. Dalla Mappa al GIS*. Roma: Labgeo Caraci.
- Prezioso M., a cura di (2018). *Quale Territorial Impact Assessment della coesione territoriale nelle regioni italiane*. Bologna: Pàtron.
- Renzi M.F., Cappelli L., Mattia G., Vicard P., Merli R., Guglielmetti R., Musella F. (2008). *Ricerca congiunta nel settore della misura della soddisfazione degli utenti dei siti e dei servizi on-line delle amministrazioni e per la predisposizione di uno strumento di rilevazione della customer satisfaction: analisi affidabilità scale*. Accordo di collaborazione tra il C.n.i.p.a. (Centro Nazionale per l'Informatica nella Pubblica Amministrazione) e il Dipartimento di Scienze Aziendali e Economico-Giuridiche dell'Università degli Studi Roma Tre.
- Spotorno M. (2012). *La carta è più interessante del territorio? Antinomie geografiche*. Genova: Genova University Press.
- Id. (2019). In bilico tra collasso e sviluppo: il caso della dinamica territoriale dei comuni dell'Alta Langa tra Bormida e Tanaro. In Tribak A., a cura di, *Les montagnes de la Méditerranée Occidentale: Potentialités, risques et aménagements*. Paris: L'Harmattan.

RIASSUNTO: La stabilizzazione di "neorurali" in aree montane marginali contribuisce ad aumentare il capitale sociale di questi territori ed al contempo stimola la riflessione sulle loro capacità di recepire e consolidare tali apporti. L'Alta Langa, nonostante la buona accessibilità, presenta i segni distintivi della marginalità demografica ed economica, tra i quali un accentuato spopolamento ed una riduzione delle aree agricole produttive. Non mancano tuttavia modesti segni in controtendenza, in alcuni casi riconducibili alla presenza di neorurali o di "rurali di ritorno". Il lavoro intende indagare come alcuni dei fattori che possono incidere sulle possibilità di sviluppo di questo territorio (istituzioni, struttura economica, servizi e paesaggi) siano percepiti da residenti e da non residenti che frequentano l'area.

SUMMARY: *Italian mountains between abandonment and development: the case of the Alta Langa.* New inhabitants in mountain, marginal areas contribute to increase social capital, at the same time stimulating reflexions on their real capacity to receive and consolidate such contributions. Despite being generally accessible, the Alta Langa shows distinctive signs of economic and demographic marginality, including significant depopulation and reduction of productive agricultural areas. There are, however, some very preliminary but encouraging cases of "neo-rurals" who have recently established in the area. This work aims at investigating how factors that can potentially contribute to the development of this area (institutions, economy, services and landscapes) are perceived by residents and non-residents.

Parole chiave: Alta Langa, aree interne, percezione

Keywords: Alta Langa, internal areas, perception

*Dipartimento di Scienze Politiche, Università di Genova; stefania.mangano@unige.it; paolo.parciaese@gmail.com; pietro.piana@edu.unige.it; spot@unige.it