



L'antica Via Clodia: una smart road per il rilancio turistico del territorio

The ancient Via Clodia: a smart road for the revitalization of tourism in the territory

LUISA CARBONE

Università degli Studi della Tuscia, luisa.carbone@unitus.it

Riassunto

L'articolo prende in esame il ruolo dell'antica via Clodia nel connettere paesaggi e comunità. Un tracciato interessato da una serie di progettualità, criteri e tipologie di intervento politico. Influenzato dall'impiego delle tecnologie di comunicazione che ne narrano e configurano il frammentato percorso geo-storico, sociale ed economico sui Social Media, rilevando le potenzialità di una *smart road*. Un itinerario/prodotto che aumenta la competitività e l'attrattività del territorio con un'attenzione specifica alla coesione sociale, alla diffusione della conoscenza e alla fruibilità della qualità del paesaggio e della vita dei cittadini.

Parole chiave

Strada, Paesaggio, Sistemi turistici

Abstract

The article is meant to examine the role of the ancient via Clodia in connecting landscapes and local communities. A path affected by a series of planning, criteria and typologies of political intervention. Influenced by the use of communication technologies that narrate and configure the fragmented geo-historical, social and economic path on Social Media, highlighting the potential of a smart road. The route/product that increases the competitiveness and attractiveness of the territory with a specific focus on social cohesion, on the spread of knowledge and on the usability of the quality of the landscape and the citizens lives.

Keywords

Road, Landscape, Tourist Systems

1. La consistenza di un'antica via

Il termine *road* racchiude molteplici significati, che non possono essere svincolati dal paesaggio che viene attraversato, acquistando «ai nostri occhi una mobilità e un'unità che prima non aveva» (Saponaro, 1936). È altresì evidente il fondamentale ruolo della cartografia nel rappresentare una strada nelle sue componenti naturali e antropiche, sia come ausilio per migliorare la conoscenza delle configurazioni e delle implicazioni legate ad un asse stradale, delineando lo stretto rapporto tra l'organizzazione della rete infrastrutturale viaria e del paesaggio sia per indirizzare le politiche territoriali, «vederne la consistenza chilometrica» (Celant, 1990) e individuare i possibili percorsi di sviluppo.

Questo paesaggio che vede l'infrastruttura come connessione tra ambiente e reti diverse, genera delle possibilità e, allo stesso tempo, trasforma in un'occasione il riassetto insediativo, migliorando il livello di *comfort* ambientale e la capacità di adattamento dell'infrastruttura a possibili variazioni future. È grazie a questo rapporto, che il progetto di una strada come la Via Clodia – costruita dagli Etruschi, ripresa dai Romani, tra la via Cassia e la via Aurelia, innervata dall'Asse Orte-Civitavecchia, che attraversa due Regioni (Lazio e Toscana), tre ex Province (Roma, Viterbo e Grosseto) e in totale 27 comuni – si costituisce come intenzionale progetto di paesaggio.

Un tracciato etrusco, adibito dai Romani a via delle Terme, considerato da sempre via di interesse locale per le preziose località poste sulle sorgenti termali (Bagni di Stigliano, Terme di Vicarello, Canino) e per i centri dell'entroterra (Caere, Tarquinia). Una via che mostra tutta la sua complessità dal punto di vista geografico, in quanto favorita da una posizione privilegiata per il ricco patrimonio storico e naturalistico e per la sua collocazione che la mette in relazione con Roma e con i due litorali laziale e toscano; dal punto di vista infrastrutturale, seppur frammentata per i suoi 260 chilometri; e, infine, dal punto di vista cartografico, ricco di dibattiti per la ricostruzione e ipotesi del tracciato originario, dato che per alcuni studiosi collegava in epoca antica solo Roma a Saturnia, per altri, invece, proseguiva fino all'attuale Ansedonia, per altri ancora arrivava a Pisa e proseguiva trasformandosi nella Via Emilia. Un tracciato ammantato di leggende che ne fanno un percorso alle

volte immaginario, che nei secoli appare e scompare più volte dalle cartografie e in cui si perse nel 1537 il poeta Annibal Caro, come egli scrive in una lettera «entrammo poi in una foresta tale, che ci smarrimmo; tempo fu ch'io credetti di non avere mai più a capire in paese abitato, trovandone rinchiusi e aggirati per lochi dove l'astrolabio e 'l quadrante vostro non arebbono calcolato il sito de' burroni e gli abissi dei catraffossi in che ci eravamo ridotti» (Baffioni, 1967, p. 12).

La Clodia è una via che si contraddistingue per l'insediamento e i diverticoli che invadono il territorio circostante, ma è anche rappresentativa, in un certo senso, di una sintesi funzionale e parte integrante dei territori che attraversa. Territori caratterizzati da rilevanti beni culturali e ambientali (siti etruschi UNESCO, centri storici medievali e architetture farnese), complessi termali, aree naturalistiche, agroalimentare di qualità indicativi di un patrimonio di grande potenzialità. Si tratta di una vera e proprio *smart road* sia per il rapporto tra città e campagna sia per il mutato concetto di territorio e di paesaggio che da 'valore d'uso' per la città si trasforma in 'valore di scambio' nell'economia della competizione globale tra sistemi turistici.

In quest'ottica, il contributo ha l'intento di delineare l'antica via Clodia non solo come una infrastruttura stradale, ma come un vero e proprio progetto di *landscape literacy* (Castiglioni, 2015) per la sua caratteristica di relazionalità, dovendosi porre in stretto rapporto con il paesaggio circostante e, contemporaneamente, con i flussi del traffico; per quella di multifunzionalità, dovendo soddisfare diverse esigenze date dalle emergenti attività di sviluppo culturale e turistico nella Toscana. La Via Clodia «non è soltanto una deriva estetizzante di una società sazia, al contrario è il segno che l'uomo tende a riallacciare i suoi legami con la terra, che la modernità aveva dissolto» (Berque, 1993, p. 33). Un paesaggio che è frutto di una società liquida (Bauman, 2007), che ingloba al suo interno non solo frammenti senza forma, ma una serie di significati che ne rendono la definizione sempre più vasta e al contempo imprecisa, fino a farlo divenire «l'onnipaesaggio», elemento fondamentale per lo sviluppo dei territori e componente della loro competitività.

Una via che non è ai margini del turismo eco-sostenibile, ma diventa occasione per connettere e far comu-

nicare le persone e i paesaggi, per condividere le funzionalità e le prospettive, al fine di formulare metodi, criteri e tipologie di intervento politico efficaci. Direzioni che possono far parlare il territorio e valorizzare le aspettative di adeguamento e di ammodernamento delle comunità locali, con l'obiettivo di contribuire al miglioramento della qualità, dell'identità e delle potenzialità dei paesaggi attraversati.

2. *Smart&Green*: il nuovo paradigma turistico nella Tuscia

Nella Tuscia sono in atto profondi cambiamenti nell'ambito della pianificazione dei paesaggi rurali e urbani, delle risorse ambientali, economiche e sociali. Siamo di fronte ad uno scenario potenziale che coniuga due concetti fondamentali *green* e *smart*, perseguendo da un lato la conservazione e la rigenerazione dei valori culturali custoditi dal mondo rurale attraverso il riuso del patrimonio territoriale, sia dell'ambiente – orti sociali, parchi urbani – sia del *cultural heritage*, e dall'altro l'innovazione, per cui il territorio non può essere più considerato una *enclave* dai confini rigidi e impermeabili, ma come un sistema aperto e resiliente, sempre più legato al grado di fruizione che si riesce a conferirgli. Una fruizione rivoluzionata dalle tecnologie della comunicazione, flessibili e pervasive, non più relegate solo all'ambito lavorativo, ma impiegate nella quotidianità, nei momenti di svago e di intrattenimento. Una fruizione che cambia il nostro paesaggio e influisce sulla tutela della memoria e sull'identità di una comunità. Si è, infatti, alla continua ricerca di «luoghi la cui vista dia il senso di armonia, di vivacità o di singolarità [...], fuggiamo invece i luoghi la cui vista dia il senso di disordine, di piattezza, di prevedibilità. [...]». Le dissonanze e le varietà possono produrre un bel paesaggio, purché non siano banali e gratuite» (Barocchi, 2005, p. 21). Inoltre la valorizzazione di un territorio che vuole aprirsi a un nuovo modello di fruizione (e di produzione) culturale, è legata a doppio filo al ripensamento e alla riorganizzazione dei modelli di mobilità. È in gioco una nuova offerta di mobilità, dove il trasporto pubblico (e quello ferroviario in particolare) e la mobilità lenta, sostenibile assolvono un ruolo centrale

tanto nell'organizzare l'arrivo che gli spostamenti. È infatti necessaria una strategia di riorganizzazione della mobilità che si collochi su due versanti principali: il primo riguarda gli itinerari di viaggio, da riscoprire nei loro significati storici, ma soprattutto da attrezzare nella loro configurazione infrastrutturale e organizzativa, curandone in particolare l'integrazione efficiente con i principali luoghi di approdo (aeroporti, porti) dei flussi internazionali; il secondo riguarda il tema della accessibilità alla e nella rete urbana diffusa delle piccole città, che rappresentano l'armatura essenziale del territorio e che ne ospita le polarità di offerta, gli eventi, le funzioni di accoglienza, i momenti formativi ecc.

In questa direzione sono molti i Comuni attraversati dalla via Clodia che cercano di avviare una programmazione mirata e di attuare delle politiche di sviluppo che possano tutelare l'ambiente, il paesaggio e le tradizioni dell'area, rilanciando le terme e le attrazioni e i beni turistici, in modo da non considerare il patrimonio come un mero accumulo di monumenti, storici o ambientali, ma come un ambiente vitale per i suoi abitanti. La via Clodia d'altra parte è una progettualità che potrebbe ben rientrare nelle linee strategiche del Piano Territoriale Generale Provinciale (PTPG) della Provincia di Viterbo per promuovere una valorizzazione turistica del territorio.

In effetti si può parlare di azioni politiche territoriali che hanno ricevuto una spinta dal basso (*bottom up*) più che dall'alto (*top down*), per l'aumento del numero dei turisti stranieri e italiani, non solo romani. Perché oltre alle pregevoli caratteristiche ambientali, alla presenza di risorse di attrazione turistica che possono favorire la costruzione di una vera e propria rete, va considerata anche la vicinanza con la Toscana e l'Umbria come fattori che possono determinare uno sviluppo ecoturistico. In questa ottica sarebbe necessario far leva sui fattori culturali e ambientali, ma anche sulle stesse vie di comunicazione, strade che non possono prescindere dal paesaggio che viene attraversato: da quelle ad alta percorrenza – Cassia, Aurelia, Flaminia – ai percorsi europei come la Francigena e a una via antica meno conosciuta come la Clodia.

I documenti cartografici narrano la via Clodia come percorso di collegamento e di raccordo tra i numerosi centri minori dell'entroterra ceretano e tarquiniese che

FIGURA 1 – In giallo, viola e blu le tre ipotesi di collegamento e raccordo delle città attraversate dal tracciato originario della Via Clodia



FONTE: ns elaborazione su base cartografica della Regione Lazio

si snoda e a tratti si perde tra necropoli rupestri, borghi medievali o rinascimentali che oggi fanno parte del sistema museale dell'Etruria meridionale. Una via¹ che

¹ I frammenti della Via Clodia sono dispersi tra i Comuni di Bracciano, Manziana, Oriolo Romano, Veiano, Barbarano Romano, Blera, Grotta Porcina, Norchia, Rocca Respampani, Tuscania, Arlena di Castro, Tessenano, Canino, Vulci, Saturnia, Roselle, Cellere, Farnese, Ischia di Castro, Pitigliano, Sovana, Sorano.

«allaccia città a città, passando per pagi e aggregati minori, curando di non lasciarne nessuno al di fuori. La natura aspra dell'Etruria meridionale interna aveva già imposto agli ingegneri etruschi l'opera immane dello scavo di profonde trincee nel tufo per permettere l'attraversamento degli impervi valloni tufacei: queste opere rimangono a caratterizzare la strada romana e testimoniano, con il loro continuo approfondimento, la vivacità del traffico che la percorse» (Quilici, 1978).

Tuttavia ricostruire perfettamente l'itinerario, attraverso le fonti letterarie e cartografiche, che rappresentano nei secoli il tracciato, presenta una serie di problemi, perché a partire da quello della Tabula Peutingeriana, la Via Clodia subirà diverse trasformazioni, così come viene documentato nei secoli dalle varie fonti cartografiche che, a volte, riportano solo una parte del percorso, o ne fanno sparire le tracce. Nella carta topografica del territorio di Roma del 1674 di Innocenzo Mattei, l'antica Via Clodia attraversa a Nord-Est la Toscana e tocca i centri di Piansano e Valentano per poi disperdersi verso la località Casino del Duca. In *Il Patrimonio di S. Pietro* del 1696 di Giacomo Filippo Ameti sono ben visibili due strade, una ha inizio a Toscana e attraversa Arlena, Cellere, Ischia di Castro e poi dirama in direzione Valentano, l'altra attraversa Toscana, Canino, Piansano, Castro, per poi salire per Ponte S. Pietro e Pitigliano; quest'ultimo tratto scomparirà nelle carte successive. Infine nella *Regionum Italiae mediarum tabula geographica* di Guillaume de l'Isle del 1711, la Via Clodia attraversa Sovana, Lacus Statoniensis, Bisenzio e Blera, dove un altro diverticolo procede per Toscana, Maternum e Saturnia.

La storia della via Clodia è ricca e multiforme e forse più che il prodotto della sua storia è quello di un territorio e dei suoi diverticoli che può leggersi attraverso il cammino degli Etruschi, l'arrivo dei Romani, la caduta dell'Impero Romano d'Occidente e il progressivo disfacimento della rete viaria romana, causato dal cambiamento del ruolo delle strade, ormai divenute un pericolo per la sicurezza delle città e dei castelli. Oltre ad andare in disuso, furono manomesse e a tratti demolite o interrotte nel Medioevo. Un'idea la si può ricavare dai tracciati del Catasto Gregoriano (1819): in sostanza un'epoca concentrata più sul restauro e conservazione di alcuni ponti, che fornivano una ottima fonte di introiti per i signori locali che esigevano il pagamento di pedaggi. Nel Rinascimento l'attenzione dei Pontefici fu rivolta più alla trasformazione urbanistica ed edilizia di Roma, che non alle necessità dei centri urbani e del contado. Un decisivo passo per la trasformazione e per una rivalutazione e potenziamento della rete stradale nel territorio della Tuscia si avrà tra la fine del XVIII e gli inizi del XIX secolo con le leggi agricole di Clemente XI e di Pio VII che incentivarono l'agricoltura e il commercio.

Nella *Carta dello Stato Pontificio*, realizzata dall'Istituto Geografico Militare di Vienna tra il 1841 e il 1843 con rilievi sul terreno e la riduzione delle carte catastali, pubblicata nel 1851, vengono riportati alcuni interessanti toponimi del territorio attraversato dalla Via Clodia (Pulcinelli, 2012).

Naturalmente lo *storytelling* cartografico della Via Clodia è davvero lungo e complesso, il suo percorso è frammentato, per lunghi tratti è oggi perso o confuso tra le edificazioni, diverse sono le interpretazioni del suo tracciato e dei suoi diverticoli, sopravvive però nell'immagine collettiva non tanto come infrastruttura stradale, ma come perno emozionale che favorisce il riposizionamento competitivo dei territori in relazione al set di risorse e alle opportunità di sviluppo. Un'immagine collettiva alimentata dalle cartografie dal basso è realizzata da quelli che possiamo definire *prosumer* (*producer+consumer*) dell'innovazione cartografia (Carbone, 2015) che, attraverso gruppi Facebook, condividono non solo la storia del tracciato della Via Clodia, ma lo restituiscono come itinerario a piedi, a cavallo e in bicicletta, e la considerano una *S.M.A.R.T. road* nel senso di Sostenibile, Mobile, Accessibile, Rinnovabile e Trasparente.

Un percorso che può condurre al rafforzamento dell'immagine dell'Alto Lazio semplicemente basandosi sulla fama reputazionale, dato che lungo i frammenti dell'itinerario sono sorte attività turistiche che la richiamano in quanto prodotto turistico e motore di un rapporto equilibrato tra bisogni sociali, attività economica e ambiente in grado di aumentare la competitività e l'attrattività turistica del territorio.

Una vera e proprio *smart road* dove «la lentezza diventa il paradigma di una fruizione emotiva dei luoghi, in cui paesaggio, arte, memorie storiche e religiose dell'antico interagiscono e possono suscitare risonanze interiori» (De Caprio, 2008, p. 37). Se si attua l'analisi del contesto territoriale per definire le opportunità di sviluppo attraverso la valorizzazione dei punti di forza e il contenimento dei punti di debolezza, alla luce delle opportunità e minacce, ricorrendo alla classica analisi SWOT si può notare come la Via Clodia si prefiguri come *landscape literacy*.

Un processo volto a costruire un reale coinvolgimento della popolazione sulla via Clodia e sul suo paesaggio, a partire dalla fase della sensibilizzazione e

TABELLA 1 - Analisi SWOT del progetto della Via Clodia

STRENGTHS	OPPORTUNITIES
imprenditorialità giovanile; risorse ambientali; tradizioni e beni culturali-archeologici; settore agroalimentare; presenza di poli d'eccellenza scientifico-tecnologici.	attività economiche rurali e legate alla risorsa mare e lago; vicinanza dello snodo Orte; sinergia con alcune località limitrofe; presenza di numerose associazioni culturali cicloamatori, amanti dei cavalli; offerta ricettiva agrituristica; disponibilità di politiche e strumenti; presenza di festival e eventi culturali.
WEAKNESSES	THREATS
carezza di strutture ricettive; difettosa governance territoriale delle amministrazioni; risorse ambientali e culturali non valorizzate; bassa valorizzazione del capitale sociale e delle risorse umane; scarsa attività di promozione e marketing territoriale.	insufficiente ricambio generazionale nel settore agrituristico; fragilità finanziaria e organizzativa delle imprese agrituristiche; congestione delle arterie viarie; inadeguatezza della ferrovia Viterbo-Roma; trasversale Terni-Orte-Viterbo-Civitavecchia incompleta; abusivismo; degrado urbano; inquinamento mare-laghi e territorio; perdita della ruralità e della produzione locale.

FONTE: ns elaborazione

dell'educazione ambientale per capire il territorio, valorizzandone le potenzialità in quanto spazio di vita.

Il *landscape literacy*, così come evidenziato dagli ultimi studi è un passaggio fondamentale per costruire una vera partecipazione, sulla base di una esplicitazione dei punti di vista e della loro eventuale conflittualità, per costruire strategie condivise. Il paesaggio diventa dunque un «capitale comunicativo», un mediatore, «imparare a vedere» è il presupposto per «imparare ad agire» (Turri, 1998, p. 24), ogni azione consapevole sul paesaggio deve partire da uno «sguardo consapevole», da un «occhio allenato», da un percorso di «landscape literacy» (Spirn, 2005, p. 400), di «alfabetizzazione» che parta dalla capacità di leggere il paesaggio per acquisire un senso di responsabilità nei suoi confronti (Castiglioni, 2012, p.55).

L'idea di base è che lo sviluppo eco-turistico della Via Clodia avvenga favorendo l'aggregazione attorno a iniziative di valorizzazione del patrimonio storico-culturale legato alle risorse naturali e alla produzione enogastronomica. Questo patrimonio deve essere però messo a sistema con altri territori simili, costituendo una rete consapevole. Tutto ciò può consentire una migliore

comprensione dei processi e delle dinamiche territoriali e, allo stesso tempo, può far acquisire una maggiore consapevolezza della conflittualità dovute alle diverse soggettività interessate. Una condivisione che potrebbe avviare la ri-progettazione del potenziale di un territorio *on the road*.

3. L'ipotesi di un itinerario/prodotto: la Via Clodia

Valorizzare la Via Clodia significa evidenziare il rapporto che il «nastro stradale instaura con il suolo e con gli spazi già conformati con cui entra in relazione» (Caravaggi, 2002, p.7), in altre parole significa considerare l'insieme di elementi presenti su un dato territorio tra loro strettamente integrati, non solo sul piano della filiera promozionale, ma anche in relazione ai singoli settori che compongono il prodotto, considerando l'interazione infra-settoriale degli effetti e la ricaduta finale sul territorio al fine di qualificare l'itinerario non solo in relazione al rapporto qualità, ma al rapporto valore-identità. Tutto ciò permetterebbe di aumentare la per-

cezione degli operatori locali riguardo il valore del proprio territorio e le opportunità, non solo economiche, in cui ciò si traduce. La progettazione e la pianificazione della Via Clodia sarebbe volta ad eliminare la frammentazione e le carenze organizzative che penalizzano il sistema locale. L'obiettivo è avviare un circuito virtuoso in grado di costruire un itinerario/prodotto turistico che si possa posizionare positivamente sul mercato e creare un indotto sui settori di riferimento e sullo sviluppo.

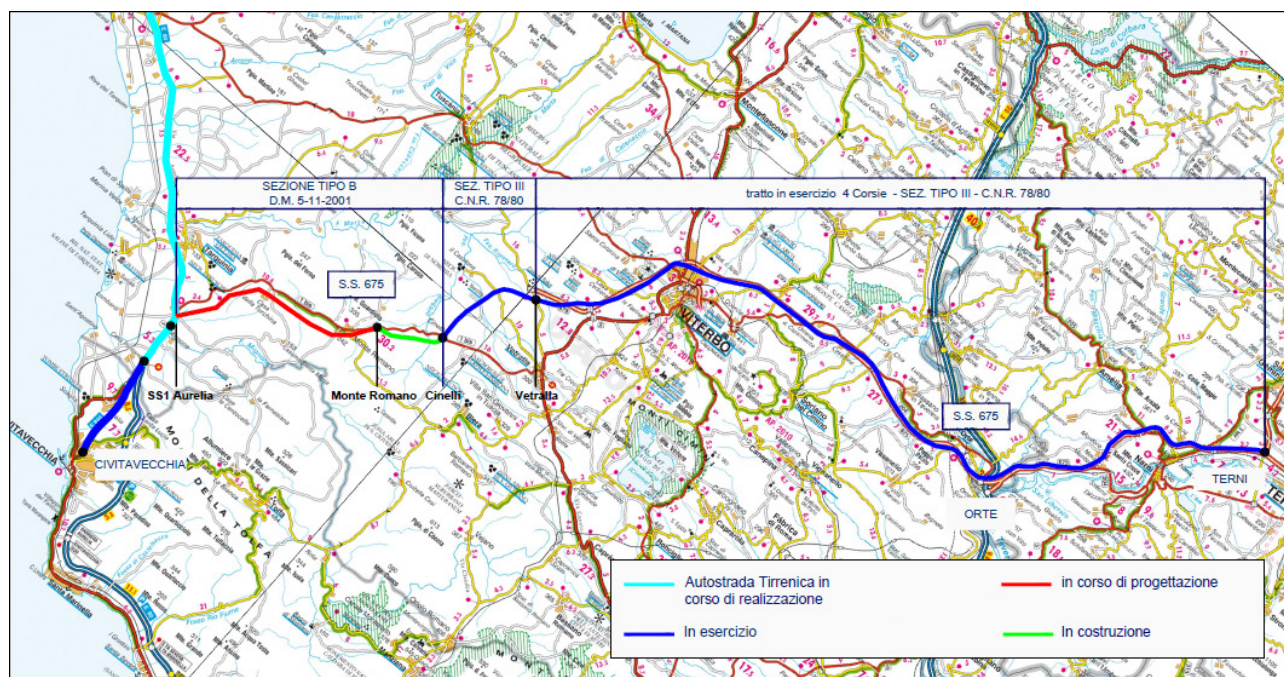
Elementi che prevedono di intervenire sul territorio attraversato dalla Via Clodia con specifiche azioni, che possano trovare interconnessioni fra i soggetti attivi su turismo e cultura nell'area, compresi i servizi al turismo (balneari, sportivi, escursionistici, guide turistiche, ecc.) e gli attrattori (musei, aree protette, complessi termali, ecc.). Dove emergeranno maglie mancanti nella filiera, si potrà, dunque, stimolare la creazione di nuove imprese per garantire un'offerta turistica realmente competitiva,

TABELLA 2 – Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi della Provincia di Viterbo Anno 2015-2016

ATECO 2007	Provincia di Viterbo											
	Alberghi e strutture simili, alloggi per vacanze e altre strutture per brevi soggiorni, aree di campeggio e aree attrezzate per camper e roulotte Provincia di Viterbo											
Periodo	2015						2016					
Paese di residenza dei clienti	Mondo		Paesi esteri		Italia		Mondo		Paesi esteri		Italia	
Indicatori	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
Tipologia di esercizio												
totale esercizi ricettivi	226443	874051	47153	154909	179290	719142	277476	1095909	58766	203786	218710	892123
esercizi alberghieri	145884	303377	29340	57264	116544	246113	184984	426346	36004	74281	148980	352065
alberghi di 4 stelle	76387	153690	16476	31608	59911	122082	98589	228075	19803	40491	78786	187584
alberghi di 3 stelle e residenze turistico alberghiere	64457	140096	11759	24003	52698	116093	81699	190720	15140	32265	66559	158455
alberghi di 2 stelle e alberghi di 1 stella	5040	9591	1105	1653	3935	7938	4696	7551	1061	1525	3635	6026
esercizi extra-alberghieri	80559	570674	17813	97645	62746	473029	92492	669563	22762	129505	69730	540058
campeggi e villaggi turistici	40667	464068	7798	67832	32869	396236	45869	557851	11213	97429	34656	460422
alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale	3015	6902	807	1672	2208	5230	3866	7167	851	1605	3015	5562
agriturismi	18757	50125	6425	20174	12332	29951	20849	52854	6316	19921	14533	32933
bed and breakfast	7556	13940	1180	2291	6376	11649	9429	19913	1519	2926	7910	16987
altri esercizi ricettivi	10564	35639	1603	5676	8961	29963	12479	31778	2863	7624	9616	24154

FONTE: Ufficio Statistico della Camera di Commercio di Viterbo

FIGURA 2 - Il progetto Orte-Civitavecchia (S.S. n. 675)



FONTE: <http://www.stradeanas.it>

credibile e attraente. Un'azione che deve essere affiancata da una forma di *governance* locale che strutturi e gestisca l'offerta turistico-culturale e la coordini, garantendo la massima inclusività, valorizzando le differenze fra i soggetti aderenti e assicurando qualità complessiva e sostenibilità ambientale. È naturalmente necessario, così come per ogni pianificazione, oltre al coinvolgimento delle aziende del territorio (in particolare *start-up*), comunicare l'offerta aggregata con strumenti digitali. Un ambito nel quale sperimentare sia le innovazioni tecnologiche cartografiche in grado di ricomporre e restituire l'antico tracciato sia una *road map* per aumentare la competitività e l'attrattività del territorio.

La via Clodia può dunque rappresentare un itinerario/prodotto, ovvero un potente strumento di valorizzazione del contesto territoriale e di inclusione sociale, in coerenza con le politiche europee, consolidando il turismo integrato in linea con le progettualità presenti sul territorio come quello di *Tuscia Welcome* della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura

(CCIAA) di Viterbo. Va, infatti, considerato che l'itinerario/prodotto distribuisce potenziali effetti a una pluralità di attori e nel farlo genera un moltiplicatore economico interessante. In effetti, secondo le stime della CCIAA di Viterbo relative all'anno 2016, il turismo in questo territorio contribuisce alla formazione del Pil con il 3,4% totale, rappresenta il 3,85% delle imprese e il 5,04% degli addetti. Ma si tratta di un turismo che pur contribuendo alla crescita dell'economia locale, non ha espresso tutte le sue potenzialità dato che resta scoperta la nicchia ad elevata qualità della ricettività alberghiera.

I recenti rapporti (2015 e 2016) sull'economia della Tuscia della CCIAA di Viterbo denotano la mancanza di strutture alberghiere di pregio; ad esempio in tutta la ex provincia di Viterbo non esiste un albergo a 5 stelle. Inoltre, se si prende in esame la stagione turistica corta, si è in presenza di una forte stagionalità delle presenze alberghiere con un anno turistico concentrato in pochi mesi (aprile-settembre) dell'anno e il 62% degli arrivi è concentrato in sei mesi.

Vi è poi un sottoutilizzo delle potenzialità delle strutture ricettive e un evidente squilibrio tra gli arrivi (molti) e le presenze (ridotte) negli esercizi alberghieri; ciò significa che la permanenza media è molto limitata. Inoltre, va sottolineata la bassa presenza di turisti extra europei nelle strutture alberghiere. Di fatto, secondo i dati del 2016 più dell'80% del turismo straniero nell'ex provincia di Viterbo è europeo contro solo l'1,9% di giapponesi con un 'effetto Roma' che in questo caso non è di trascinamento. A tutto questo si aggiunge la difficoltà a proporre un pacchetto turistico integrato con il marchio Tuscia: sarebbe infatti necessario presentare un prodotto turistico della ex provincia in termini integrati, cultura-terme-enogastronomia-natura-sport con un marchio che ne caratterizzi le qualità, ne renda immediata la riconoscibilità e ne faciliti la comunicazione.

Una progettualità legata alla Clodia sarebbe, inoltre, in linea con il progetto delle autostrade del mare², pensate come nuovo sistema, più economico e poco inquinante,

per il trasporto via mare della produzione locale, e che per la Tuscia potrebbe rappresentare un possibile incentivo adatto a potenziare sia il porto di Civitavecchia sia i territori circostanti, influenzandone l'assetto organizzativo, i metodi di approvvigionamento navale, il turismo ambientale, storico e di conoscenza delle piccole realtà urbane, incrementando il collegamento tra i paesi del Mediterraneo.

Di fatto l'itinerario/prodotto potrebbe inserirsi anche nel previsto potenziamento regionale del collegamento Civitavecchia-Viterbo con lo snodo di Orte, recuperando una via storica e restituendo la vocazione turistica rurale-termale e l'identità al tessuto produttivo. Una rete tra i beni geografici del territorio e gli attori locali, attraversata dalla via Clodia, che unendo la Toscana con l'Alto Lazio (Civitavecchia-Viterbo) e l'Umbria (Trasversale Orte-Terni), potrebbe distinguersi dagli effetti di Roma e favorire l'indotto e lo sviluppo territoriale locale: da via degli Etruschi a via di turismo lento di qualità.

2 Il programma europeo delle autostrade del mare è una derivazione del "Progetto 21 Motorways of the Sea", approvato dal Consiglio Europeo nell'ambito delle Reti Transeuropee TEN-T. Ha l'obiettivo di collegare i vari porti del Mediterraneo, sostituendo al costoso e inquinante trasporto di merci su gomma quello per mare. La navigazione a cabotaggio si adatterebbe perfettamente alla configurazione della nostra penisola.

Bibliografia

- Baffioni G. (1967), *Annibal Caro e la Città di Castro*, Tip. Nardini, Roma.
- Barocchi R. (2005), "La tutela del paesaggio", in: *Progetto di piano territoriale regionale generale*, Regione autonoma Friuli Venezia Giulia, Direzione Regionale della pianificazione territoriale, IV, pp. 15-25.
- Bauman Z. (2007), *Modernità Liquida*, Laterza, Roma-Bari.
- Berque A. (1993), "L'ecumene", *Spazio e società*, 64, pp. 32-43
- Caravaggi L. (2002), "Paesaggi e risorse paesistiche - l'epoca moderna", in: Carandini A., Cambi F. (a cura di), *Paesaggi d'Etruria*, Edizioni di Storia e Letteratura, Roma.
- Carbone L. (2016), "La cartografia ai tempi del prosumer (producer + consumer)", in: Scanu G. (a cura di), *Conoscere per rappresentare. Temi di cartografia e approcci metodologici*, Pàtron, Bologna, pp. 313-320.
- Castiglioni B. (2015), "La *landscape literacy* per un paesaggio condiviso", in: Maggioli M., Arbore C. (a cura di), *Pianificare la configuratività territoriale: literacy, conflitto, partecipazione*, Geotema, Pàtron, Bologna, pp.28-38.
- Castiglioni B. (2012), "Il paesaggio come strumento educativo", *Educación y Futuro*, 27, pp. 51-65
- Celant A. (1990), *I fondamenti della Geografia Economica*, Kappa, Roma.
- De Caprio V. (2008), "Fra Francigena e Cassia nel Viterbese. Spunti di riflessione sul viaggiare lento", in: De Caprio V. (a cura di), *Francigena e Cassia nella Tuscia*, Edizioni Settecittà, Viterbo, pp. 35-55.
- De Ruyt F. (1978), "La Cava di Castro, route étrusque et tronçon probable de la Via Clodia à l'ouest du Lac de Bolsena", in: Lambrechts R. (a cura di), *Mélanges d'étruscologie*, Louvain-la-neuve, pp. 32-59.
- Gambino R. (2008), "Il paesaggio come creazione di valore: tre domande chiave", in: Scanu G. (a cura di), *Paesaggi e sviluppo turistico*, Carocci, Roma, pp. 37-46.
- Pulcinelli L. (2012), "Storia degli studi", in: Frazzoni L. (a cura di), "Carta archeologica del Comune di Farnese", *Quaderni del Sistema museale del lago di Bolsena*, n. 15, Simulabo, Bolsena, pp. 11-18
- Quilici V. (1978), *La via Clodia nel territorio di Blera*, Bulzoni, Roma.
- Saponaro M. (1936), "Evoluzione del paesaggio", *Le vie d'Italia*, T.C.I., Milano.
- Spirn A.W. (2005), "Restoring Mill Creek: landscape literacy environmental justice and city planning and design", in *Landscape Research* 30, 3, pp. 395-413.
- Turri E. (1998), *Il paesaggio come teatro. Dal territorio vissuto al territorio rappresentato*, Marsilio, Venezia.