

## Analisi SWOT del territorio del SAC “ALTA MURGIA”

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consistente patrimonio di biodiversità, vegetale e animale, in campo agricolo e forestale ed assoluta specificità delle risorse naturalistiche presenti sul territorio murgiano; unico caso di pseudosteppa in Europa, habitat rupestre, gravine e lame su poco meno di seimila ettari (zona A);</li> <li>• Assoluta specificità delle risorse agro-silvo-pastorali, che caratterizzano la quasi totalità del paesaggio locale (tratturi della transumanza, masserie, iazzi, ampia varietà di prodotti agricoli e zootecnici legati all'andamento delle stagioni)</li> <li>• Presenza di numerosi prodotti agroalimentari tipici e di qualità, derivanti dalla ricca tradizione locale, come, per mero esempio:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ agnello murgiano,</li> <li>○ lenticchia,</li> <li>○ olio,</li> <li>○ vino,</li> <li>○ prodotti da forno in generale,</li> <li>○ prodotti caseari ;</li> </ul>             e presenza di numerose locande e trattorie che offrono pasti legati alla tradizione locale;           </li> <li>• Presenza del Parco dell'Alta Murgia quale soggetto in grado di tutelare ma anche di valorizzare e rendere fruibile le bellezze presenti nel Parco;</li> <li>• Presenza nei centri storici di manufatti funzionalmente legati alla produzione agricola del territorio;</li> <li>• Presenza di attrattive turistiche culturali di grande pregio, quali ad esempio:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Orme dei dinosauri,</li> <li>○ centri storici di Altamura e Santeramo,</li> <li>○ insediamenti rupestri,</li> <li>○ masserie storiche,</li> <li>○ l'Uomo di Altamura,</li> <li>○ tratturi e presenza della antica Via Appia,</li> <li>○ Claustru del centro storico di Altamura,</li> <li>○ musei statali,</li> <li>○ archivi privati,</li> <li>○ teatri storici</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Scarsa attitudine all'associazionismo.</li> <li>• Difficoltà di accesso ai mercati di approvvigionamento e di sbocco;</li> <li>• Scarsa valorizzazione del patrimonio naturalistico</li> <li>• Scarsa fruibilità del patrimonio naturalistico.</li> <li>• Scarsa presenza di segnaletica direzionale per i siti da visitare</li> <li>• Basso coordinamento delle istituzioni</li> <li>• Scarsa fruibilità del patrimonio storico-culturale e archeologico</li> <li>• Difficoltà di controllo e gestione del patrimonio diffuso</li> <li>• Abbandono delle strutture rurali</li> <li>• Mancanza di interventi finalizzati a diversificare i pacchetti di offerta turistica (turismo rurale, ambientale, culturale, naturalistico) e a promuoverli in modo coordinato, integrato e selettivo rispetto agli utenti ed ai mercati di riferimento</li> <li>• Scarsa rete ricettiva e di servizio</li> <li>• Mancanza di un sistema di promozione sistematico e coordinato tra gli enti locali</li> <li>• Insufficiente imprenditorialità e formazione professionale nel settore turistico</li> <li>• Prevalenza di un tessuto Imprenditoriale di piccole e medie dimensioni, frammentato, tranne alcune eccezioni</li> <li>• Bassa dotazione infrastrutturale del territorio</li> <li>• Fenomeni di disoccupazione giovanile e femminile, anche a seguito della crisi internazionale</li> </ul>
Opportunità	Minacce
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crescente attenzione dei consumatori verso la tipicità, la salubrità, la qualità e l'eticità dei prodotti alimentari e crescente ascesa del turismo enogastronomico e naturale. Questo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Scarsa managerialità e formazione degli imprenditori agricoli ed agroindustriali</li> <li>• Scarsa presenza dei giovani nelle attività primarie</li> </ul>

dato trova conferma nei recenti andamenti internazionali del settore del turismo natura, che secondo i dati di The International Economic Society (TIES 2008) ha assorbito circa il 50% del totale di arrivi turistici mondiali, pari a 410 milioni, ed ha ampiamente superato la metà del fatturato turistico mondiale (350 MLD di dollari su un totale di 600 MLD di fatturato turistico globale)

- Caratterizzazione del territorio rurale e consolidamento delle potenzialità locali in termini di identificazione
- Dedicare maggiore attenzione al mondo dei bambini, e dei diversamente abili, anche attraverso la fruizione del verde rurale
- Nuova filosofia di promozione del Territorio-prodotto
- Pane di Altamura DOP, che a tutt'oggi si rivela essere una grande opportunità di crescita ed elemento positivo per un elevato sviluppo del territorio, ma che non decolla definitivamente per problemi di organizzazione, di partecipazione e democrazia collettiva, per mancanza di un vero e proprio Piano Strategico condiviso da tutti gli operatori privati e pubblici interessati che finalmente trasformi la DOP del Pane in un punto di forza per il Territorio
- Integrazione e coerenza con il Piano strategico di Area vasta "La città Murgiana"
- Maggiore sensibilità della popolazione agli aspetti ambientali ed alla fruizione del territorio
- Elevata incidenza sul territorio di aree protette(SIC/ZPS) che diventino motivo di interesse e fruizione ambientale e non solo vincoli e limiti territoriali
- Crescente consapevolezza degli elementi identitari, della ricchezza del patrimonio naturale
- Creazione di reti ambientali
- Sviluppo del turismo minore in modo diffuso collegato ad ambiente, cultura e prodotti tipici
- Crescente consapevolezza degli elementi identitari, della ricchezza del patrimonio culturale e storico
- Possibilità di costruire un prodotto originale e competitivo puntando sull'identità e il paesaggio rurale
- Posizione baricentrica rispetto ai flussi turistici ed ai siti UNESCO (Sassi di Matera, Castel del Monte, Trulli di Alberobello)
- Espansione internazionale dei flussi turistici

- Scarsa propensione alle pratiche di riconversione e diversificazione produttiva da parte delle imprese agricole
- Perdita della peculiarità dei luoghi
- Perdita del patrimonio immobiliare rurale tradizionale
- Rischio di abbandono dei terreni agricoli meno produttivi con conseguente creazione di aree marginali degradate
- Perdita di competitività nei confronti dei paesi più attivi sul versante della valorizzazione dei circuiti turistici
- Isolamento del territorio
- Degrado estetico del paesaggio e diminuzione del presidio umano
- Identificazione delle Istituzioni Pubbliche come "serbatoi" di risorse finanziarie cui chiedere ed attingere, in una logica di egoismo, invece di identificarle come partner con cui condividere insieme delle scelte progettuali e strategiche, e creare una rete socio - economica