

Progetto dell'Associazione Monti e Colline di Roma per lo Sviluppo Locale della zona Valle dell'Aniene

1 Analisi della situazione e delle potenzialità (Riferimento allegato A)

1.1 Descrizione di un territorio sottosviluppato alle porte di Roma

La zona a nord-ovest dell'A24 presenta un aumento della popolazione. Elementi favorevoli sono l'amenità e la ricchezza agricola del territorio oltre ad un agevole collegamento con Roma. Marcellina e Palombara hanno quasi raddoppiato i residenti diventando quasi macrocentri con vaste zone residenziali che li uniscono a Monterotondo e Guidonia Montecelio.

Il restante territorio non presenta grandi variazioni.

Centri con più di 4000 residenti: **Castel Madama, Marcellina, Olevano Romano, Palombara Sabina, Sant'angelo Romano, Subiaco e Vicovaro.**

Questi paesi presentano situazioni economiche diverse per le specifiche caratteristiche del territorio.

L'agricoltura è ricca a Olevano Romano (viticoltura), a Palombara Sabina, Marcellina e Sant'Angelo Romano (olivicoltura e frutta in genere). Subiaco ha una tradizione turistica (i Monasteri e Monte Livata) e rappresenta un importante riferimento per il territorio con scuole e servizi. Vicovaro occupa un posizione geografica interessante: è ben collegata con Roma Subiaco e Tivoli. Questo ha favorito un afflusso di risorse da lavoro dipendente che ha fatto crescere un terziario locale ma ha ridotto lo sviluppo di iniziative produttive primarie.

Paesi tra i 2000 e i 4000 residenti: **Bellegra, Poli, San Polo Dei Cavalieri San Vito Romano.**

Pur essendo dotati di una popolazione sufficiente a garantire un minimo di terziario autosostenuto, hanno una forte migrazione pendolare. San Polo dei Cavalieri confina con il territorio di Tivoli ed alcune sue frazioni appartengono in realtà all'economia di questo grosso centro. Bellegra è a ridosso di Olevano Romano e le due economie si completano tanto da rappresentare un unico distretto. Poli è caratterizzata da una vasta area residenziale proiettata sulla area economica di Roma e dei Castelli Romani. Un caso a parte è rappresentato da San Vito Romano che è ben dotato di strutture ricettive di lunga tradizione. Possiede caratteristiche paesaggistiche e storiche interessanti, ha una popolazione attiva nel settore edilizio, e un buon terziario ciò nonostante non si registra una variazione demografica.

Paesi tra i 1000 e i 2000 residenti: **Affile, Agosta, Arcinazzo Romano, Arsoli, Cerreto Laziale, Ciciliano, Gerano, Monteflavio, Montorio Romano, Nerola, Rocca Santo Stefano, Roviano e San Gregorio Da Sassola.**

Conservano forti tradizioni proprie che li rendono unici pur se molto simili tra loro. Sono comunità interessanti dal punto di vista sociologico. Le dimensioni sono tali che le individualità vengono riconosciute. Dal punto di vista economico sono deboli poiché non possono avere un terziario autosostenuto. Le attività imprenditoriali soffrono la orografia del territorio e le poco agevoli vie di comunicazione. Il radicamento profondo dei residenti è sostenuto in parte dalle proprietà dirette delle abitazioni e dalle tradizioni familiari che rendono a pieno il senso di comunità e identità proprie di questi contesti.

Paesi con meno di 1000 residenti: **Anticoli Corrado, Camerata Nuova, Canterano, Capranica Predestina, Casape, Castel San Pietro Romano,**

Cervara Di Roma, Cineto Romano, Jenne, Licenza, Mandela, Marano Equo, Percile, Pisoniano, Rifreddo, Rocca Canterano, Rocca Di Cave, Roccagiovine, Roiate, Sambuci, Saracinesca, Vallepietra, Vallinfreda e Vivaro Romano.

Non devono essere considerati “paesi in via di estinzione” . Oltre alle considerazioni sopra riportate per i paesi tra i 1000 e i 2000 residenti va rilevato che l’elevato patrimonio edilizio in rapporto agli abitanti è utilizzato, in gran parte, come seconde case.

Ciò che ha accumulato per lungo tempo queste diverse realtà è il fenomeno dell’emigrazione che si è svolto con modalità diverse, ad esempio, da quelle rilevabili nel Frusinate e nell’Abruzzo. Qui non si andava lontano in Europa o addirittura in altri continenti si emigrava verso Roma e il suo interland. Di conseguenza gli originari hanno mantenuto vivo il rapporto con il proprio paese.

Questo ovviamente, se positivo per certi aspetti, ha provocato un maggiore isolamento perché ha privato questi territori dello sviluppo delle attività locali con la crescita cronica di un pendolarismo giornalieri verso Roma e di quello in senso inverso nei giorni festivi.

Questa analisi del territorio non può essere considerata per nessun verso esaustiva ma è solo la rappresentazione sommaria di osservazioni veloci sulle condizioni che hanno generato l’attuale situazione demografica.

1.2 Illustrazione delle condizioni economiche di sussistenza attuali

In questo contesto emerge chiaro che l’economia della zona è legata sostanzialmente al pendolarismo terziario verso Roma che espropria le maggior energie della popolazione della zona senza creare una reale ricchezza endogena; tutto ciò si alterna con la precarietà economica fatta anche di produzioni agricole a conduzioni famigliare tipiche di una economia di sussistenza.

1.3 Potenzialità del territorio e proposte per la crescita: quale modello di sviluppo ?

Nonostante questa descrizione riteniamo che ci siano le potenzialità e le energie per un riscatto economico legato ad un nuovo modello di sviluppo che non sia basato sulle grandi opere ma su un modello eco-sostenibile a misura d’uomo,

2 Per un diverso modello di Sviluppo economico eco-sostenibile ed a misura d'uomo

2.1 Sviluppo ed incremento dell'Agricoltura ed allevamento biologico

2.1.1 incentivi e facilitazioni fiscali

2.1.2 Misure per contrastare il frazionamento/abbandono delle terre agricole

2.1.3 Razionalizzazione del comparto

2.2 Valorizzazione del Territorio e Sviluppo turistico eco sostenibile

2.2.1 Incentivazione alla Creazione di strutture ricettive

2.2.1.1 Agriturismi, Bed & Breakfast, Alberghi Diffusi

2.2.1.2 Ristoranti

2.2.2 Rilancio dell'immagine della Zona e delle sulle bellezze paesaggistiche

2.2.2.1 Creazione siti web ed inserimento nei motori di ricerca mondiali

2.2.2.2 Creazione di una politica per il turismo

2.2.2.3 Marketing territoriale

2.2.3 Organizzazione di eventi globali che possano attirare l'attenzione di un pubblico selezionato

2.2.3.1 Organizzazione di eventi per far conoscere il Territorio

2.2.3.2 individuazione di eventi particolarmente rilevanti che possano far emergere una identità collettiva del territorio

2.2.4 Creazione di un marchio territoriale , di prodotti e servizi, da coordinare con i comuni circostanti. Tendere le aziende ed il territorio ad adottare marchi riconosciuti in termini internazionali come ISO 14001, Emas , EcoLabel

2.3 Manutenzione dei contesti Urbano & Ambientale

2.3.1 RiProgettazione/Variazione dei Piani regolatori per favorire la nascita degli alberghi diffusi e dare una identità urbanistiche ai paesi (studiare strumenti urbanistici/legislativi che

favoriscono questi obiettivi)

2.3.1.1 Stimolare la realizzazione di piani regolatori con la partecipazione democratica dei cittadini così come prevede la legge regionale del Lazio n. 38

2.3.1.2 Riqualficazione delle cubature necessarie ai fini dello sviluppo reale dei paesi

2.3.1.3 Recupero e riqualficazione dell'esistente

Dotare i comuni di strumenti contro il frazionamento della proprietà per evitare l'abbandono delle case che vanno agli eredi

2.4 Sviluppo delle reti tecnologiche

2.4.1 Abolizione del "Digital Divide"

2.4.1.1 Sponsorizzazione del Digitale Terrestre

2.4.1.2 Sponsorizzazione, Introduzione ed incentivazione della Larga Banda con fibra ottica, Hyperlan, Wi-Max, e Wifi

trovare le facilitazioni economiche per permettere a tutti gli abitanti di usufruire del servizio di banda larga

2.4.2 Contro il pendolarismo, lo spopolamento e l'inquinamento Favorire le Politiche che incentivano il Telelavoro per chi gravita su Roma

2.4.2.1 Creazione di opportunità di lavoro tecnologicamente avanzato: per i giovani deterrente all'abbandono dei paesi, per i non Paesani polo di attrazione per un modo diverso di vivere

2.4.2.2 Creare dei poli tecnologici pilota

2.5 Recupero del rapporto fra cittadini ed istituzioni per favorire la partecipazione democratica e l'affermazione dei propri diritti di cittadino.

Sviluppo dell'eGovernment e l'eDemocracy per una reale partecipazione dei cittadini alle decisioni comuni ed al bilancio partecipato

2.5.1 creazione di sportelli x il cittadino su tutte le problematiche

2.5.1.1 informazione sui propri diritti e doveri

2.5.1.2 sportello per la semplificazione amministrativa dei lavori edili (e non) x facilitare il rapporto con gli uffici tecnici

2.5.2 Messa a norma di sicurezza degli atti pubblici, dematerializzazione per metterli a disposizione dei cittadini e delle imprese

2.5.3 creazione di luoghi di aggregazione in ogni paese come biblioteche comunali dotate di

Computer ed accesso di banda larga a disposizione di tutti i cittadini

3 Il ruolo dei piccoli imprenditori in Associazione

3.1 Gli imprenditori si danno i seguenti obiettivi per avere un ruolo propositivo e sociale :

- incentivare la crescita economica mediante la promozione di una offerta turistica integrata, costruita dal Marchio di qualità territoriale dei prodotti e servizi, con l'obiettivo di favorire lo sviluppo sociale, economico e culturale del Territorio dell'Aniene Tiburtino facente riferimento alla IX e X comunità montana, sviluppando un'idea di "distretto rurale, turistico e culturale
- recuperare le tradizioni economiche e sociali di aree montane depresse che nella recente storia antropica hanno subito l'abbandono e lo spopolamento in seguito a massicce migrazioni;
- salvaguardare e conservare il patrimonio naturalistico e demo-etno-antropologico del territorio interessato
- presentare, far conoscere e condividere questo patrimonio con i visitatori e con i pubblici interessati mediante l'impiego di efficaci forme di promozione, di comunicazione, di animazione sul territorio
- progettare e realizzare attività didattiche sia teoriche in aula che pratiche sul territorio, per l'insegnamento di materie a carattere naturalistico, sociologico, culturale, storico
- Creare una rete delle imprese per lo sviluppo di un turismo eco-sostenibile e socialmente utile nel Territorio dell'Aniene Tiburtino facente riferimento alla IX e X comunità montana;
- incentivare produzioni montane, caratteristiche di un'economia di sussistenza che vede nella riscoperta dei prodotti tipici una possibile ragion d'essere;
- valorizzare le produzioni vitivinicole, olivinicole, e quelle derivanti da agricoltura ed allevamento biologico;
- Valorizzare le attività agroalimentari finalizzate alla produzione, trasformazione e conservazione degli alimenti e di specialità eno-gastronomiche nel quadro di produzioni e servizi di una economia eco-compatibile
- incentivare collegamenti e collaborazioni con altre realtà e le imprese tematicamente affini, nell'ambito di relazioni e scambi più ampi
- permettere la fruizione turistica del territorio da parte di persone diversamente abili (con disabilità fisiche o psichiche) oppure particolarmente svantaggiate e bisognose di aiuto, come minori con difficoltà di inserimento, ideando attività appositamente studiate per questo "target";
- Ø definire gli standard minimi di qualità delle aziende e delle imprese aderenti dei diversi settori produttivi;
- promuovere lo sviluppo di una moderna imprenditorialità, capace e motivata, attraverso la formazione e l'aggiornamento professionale;
- garantire agli associati le informazioni di base sugli adempimenti prescritti dalle norme in vigore per l'esercizio della specifica attività e/o occorrenti per l'adeguamento agli standard di qualità
- esercitare una funzione di controllo diretta o indiretta, alla rispondenza delle situazioni aziendali e produttive agli standard
- diffondere l'immagine e la conoscenza delle imprese dell'Associazione attraverso iniziative promozionali, campagne di informazione, gestione centri di informazione, presenti sul territorio, creando reti di collegamento tra le varie strutture

3.2 Attività sociali:

3.2.1 promuovere e sostenere attività e iniziative di accoglienza per persone diversamente abili e/o socialmente bisognose

3.2.2 definire, progettare e realizzare iniziative concrete per la fruizione del territorio da parte di persone diversamente abili

3.3 Promozione e valorizzazione

- divulgare e valorizzare le particolari bellezze naturalistiche, storico-artistiche, ambientali e paesaggistiche del Territorio dell’Aniene Tiburtino facente riferimento alla IX e X comunità montana
- stipulare convenzioni con produttori e artigiani locali per la promozione e la vendita dei loro prodotti durante fiere e mostre, o presso locali gestiti dall’Associazione stessa o da altri organismi collegati ad essa, destinando il ricavato alle attività dell’associazione
- stipulare convenzioni con attività commerciali o turistiche (alberghi, ristoranti, b&b,...) per la promozione e la vendita dei loro prodotti e servizi durante fiere e mostre, o locali gestiti dall’Associazione stessa o da altri organismi collegati ad essa, destinando il ricavato alle attività dell’associazione
- organizzare e partecipare a fiere e mostre per conto degli associati con lo scopo di promuovere l’offerta turistica e dei prodotti locali
- definire strategie operative di marketing e di promozione al fine di ottimizzare la comunicazione verso potenziali mercati turistici ed al fine di promuovere e di commercializzare il prodotto “turismo”
- ideare, far produrre e commercializzare materiale promozionale finalizzato alla promozione turistica, destinando il ricavato alle finalità dell’associazione
- stimolare il miglioramento delle infrastrutture produttive agricole, della ricettività alberghiera ed extra alberghiera e della somministrazione di alimenti e bevande

3.4 Informazione e comunicazione

3.4.1 realizzare un sito internet al servizio degli associati e degli obiettivi dell’associazione, con le finalità illustrate precedentemente

3.4.2 distribuire materiale informativo per la valorizzazione dell’ambiente naturale, storico e culturale del Territorio dell’Aniene Tiburtino facente riferimento alla IX e X comunità montana, nonché del “distretto rurale, turistico e culturale” collegato;

3.4.3 sviluppare e gestire l’informazione turistica, in collaborazione con gli enti e uffici di informazione turistica della zona

3.4.4 progettare, realizzare e vendere pubblicazioni cartacee o digitali inerenti l’attività dell’associazione

3.4.5 effettuare la raccolta e la diffusione alle attività turistiche e commerciali locali, di tutte le notizie su materie inerenti il settore, utili allo svolgimento della loro attività a fini principalmente turistici e sociali

3.4.6 svolgere attività di distribuzione e commercializzazione di materiali informativi, divulgativi, promozionali

3.5 Ricerche, studi, didattica e formazione

3.5.1 realizzare ricerche di mercato e statistiche utili allo sviluppo economico e turistico della zona; svolgere attività di ricerca e studi storico sociali del territorio

3.5.2 organizzare convegni, dibattiti e seminari per una crescita sociale, culturale, economico di qualità

3.5.3 promuovere corsi di aggiornamento e di formazione per gli operatori turistici e attività connesse al turismo

3.5.4 studiare l'offerta turistica dell'area considerata, con particolare riferimento alla qualità dei servizi presenti ed alle iniziative utili per garantire lo sviluppo del turismo e del benessere economico dei residenti;

3.5.5 progettare, realizzare e promuovere l'attività didattica delle aree tematiche oggetto delle finalità dell'associazione

3.6 Attività sul territorio

3.6.1 promuovere ed organizzare attività di manutenzione, recupero, attrezzatura (segnaletica, tempi di percorrenza, quadri di orientamento, posti tappa) e ripristino dei sentieri, di vie di arrampicata e di tutto quanto può permettere di godere attivamente dell'ambiente naturale in generale

3.6.2 definire, progettare e realizzare iniziative concrete di salvaguardia del territorio; progettare servizi che favoriscano il ripopolamento di zone montane depresse, quali ad esempio servizi trasporto e nidi familiari

3.6.3 realizzare, eventualmente mediante attività od enti e/o associazioni esterne, servizi turistici legati alla fruizione del territorio ed al tempo libero (visite guidate, trekking con guide, equitazione, etc.)

3.6.4 promuovere e organizzare, anche in collaborazione con gli Enti Pubblici e/o privati, iniziative (convegni, mostre, escursioni, spettacoli pubblici, festeggiamenti, manifestazioni sportive ed enogastronomiche, nonché iniziative di solidarietà sociale, recupero ambientale, restauro e gestione di monumenti, ecc.) che servano ad attirare e rendere più gradito il soggiorno dei turisti visitatori e dei residenti;

3.6.5 possedere e gestire, sotto ogni forma, strutture ricettive e beni materiali, mobili od immobili, anche se sempre e solo per il raggiungimento dei propri fini istituzionali

3.7 Varie ed ulteriori iniziative:

3.7.1 promuovere e sostenere qualsiasi altra iniziativa, non compresa nei punti sopra dettagliati, purché finalizzata allo sviluppo turistico e culturale del Territorio dell'Aniene Tiburtino facente riferimento alla IX e X comunità montana e del distretto rurale collegato

4 Le proposte della Associazione Monti e Colline di Roma

4.1 Rafforzare il ruolo dell'Associazionismo e creare un network operativo di aziende

E' l'essenza stessa della nostra associazione; ma non solo. Benvengano altre associazioni e/o consorsi (come ad esempio il COPAN) che si pongono i medesimi obiettivi e li perseguono in modo serio.

Agendo di concerto si potrà coinvolgere il territorio in modo più pervasivo e con maggiore articolazione.

4.2 Rafforzare la sinergia fra pubblico e privato per fare sistema nel territorio

Rendere alla portata di tutti le istituzioni già presenti (GAL, Comunità Montana ecc) per esempio con lo strumento del bilancio partecipato e allargamento della partecipazione dei cittadini.

Creare una paritaria sinergia con le imprese significa fare quel salto di qualità che può rilanciare il territorio.

4.3 Organizzazione di un Percorso Formativo per favorire l'adozione di marchi di qualità per gli Imprenditori e per il territorio

Tutti gli obiettivi non possono prescindere da un innalzamento dell'offerta in termini di qualità.

Pertanto gli imprenditori debbono sposare il concetto della formazione continua per un continuo miglioramento dell'offerta di prodotti e servizi.

In questo contesto l'Associazione si farà carico di organizzare corsi di formazioni sui sistemi di qualità che debbono avere un approccio molto pratico e meno teorico in modo tale che la qualità non diventi lo stravolgimento delle attuali organizzazioni aziendali ma graduale ed armonioso processo di crescita delle piccole e medie aziende del territorio.

4.4 Organizzazione di un percorso formativo per favorire l'utilizzo delle nuove tecnologie informatiche per combattere il digital divide in tutte le sue forme strutturali e culturali

Su questo tema siamo in sintonia con l'Associazione Per la Banda Larga che ha elaborato le linee guida per un uso consapevole e lo sviluppo delle nuove tecnologie che debbono essere messe alla portata di tutti.

Digital Divide non è solo mancanza di accesso ad internet ma anche la possibilità di sapere usare l'ICT.

Pertanto serve organizzare dei corsi di formazione di primo livello (per chi non ha mai utilizzato un computer) e di secondo livello per insegnare l'uso produttivo di un PC e delle tecnologie annesse.

In realtà queste sono le basi per poter pensare ad una nuova generazione di persone che possono sperare di essere inserite in un discorso di terziario avanzato (favorite dalle tecnologie di comunicazione veloce) per la nostra zona.

Infatti si potrebbe pensare di creare un polo tecnologico di produzione di servizi informatici nella nostra zona in modo tale che queste professionalità non debbano essere costrette ad emigrare o a fare i pendolari con Roma; a tutto vantaggio della qualità della vita e dell'ambiente.

4.5 Realizzazione di un Portale Web per favorire l'utilizzo e la vendita dei prodotti e servizi locali sul luogo; così come proposto nel progetto punti vendita collettivi web

Riproponiamo il progetto presentato pubblicamente (vedi allegato presentato in un altro documento).

4.6 Creare un forte Marketing territoriale per promuovere il territorio

Questa zona non ha una sua identità e quindi non si riesce a vendere dal punto di vista turistico.

Associazione Monti e Colline di Roma – Località Grotelle snc – 00020 Camerata Nuova (RM)

Anche negli eventi turistici organizzati dalla regione Lazio in nostro territorio è un puntino senza evidenza nonostante che sono presenti i più grandi parchi naturali regionali come quelli dei monti Simbruini e dei Monti Lucretili.

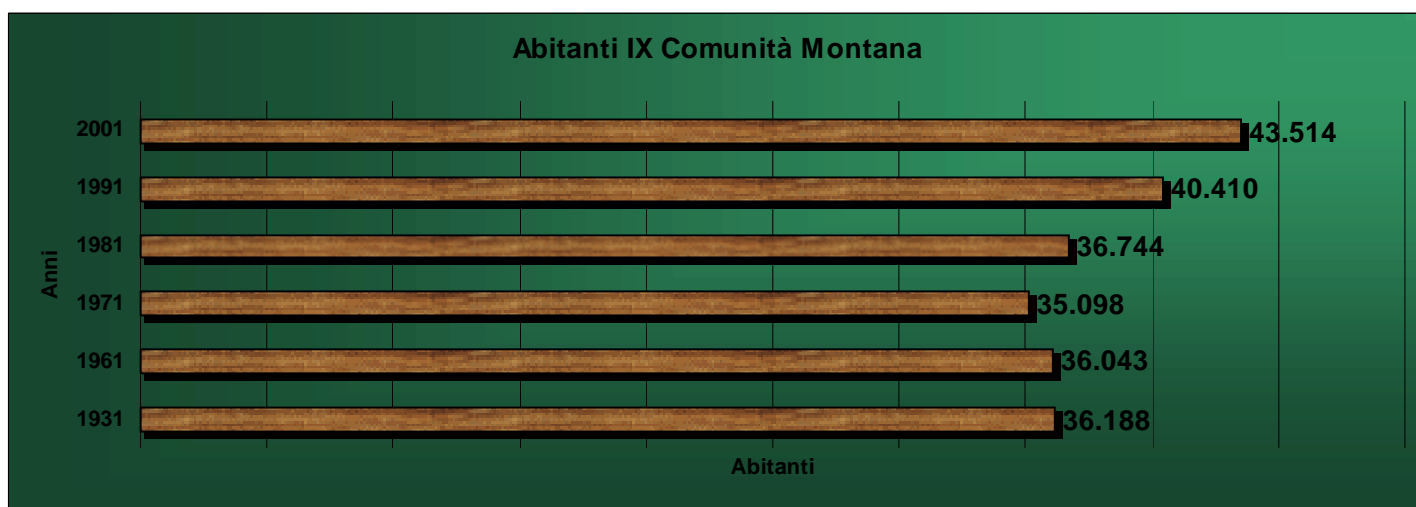
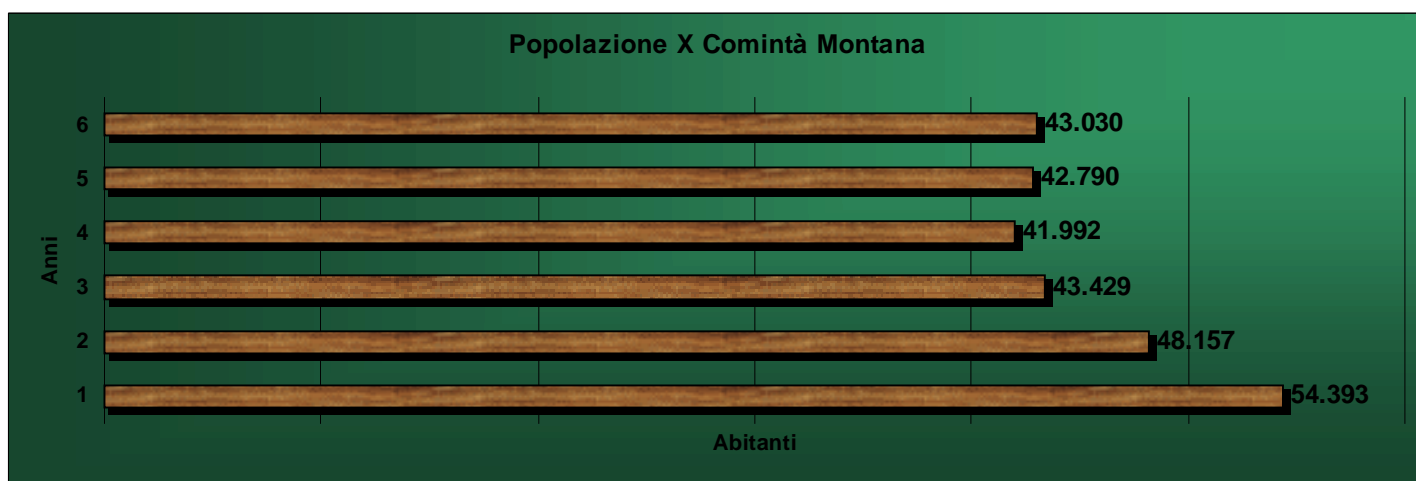
Queste bellezze non vengono sfruttate e non hanno nulla da invidiare alle zone più blasonate del nostro paese, ma tant'è che se nessuno le conosce e/o le fa conoscere, rimarranno degli splendidi scrigni pieni di gioielli che nessuno potrà ammirare.

Allegato A:

Totale complessivo delle 2 comunità

	600	102,25	1.009	90.581	84.200	78.527	78.736	83.200	86.544
--	-----	--------	-------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

Grafici riepilogati degli anni 1931-2001



Popolazione IX Comunità Montana Comune per comune

		abitanti	altitudine	ab/km	km2	1931	1961	1971	1981	1991	2001
Capranica Prenestina	IX	347	915	17	20	1.322	810	464	336	307	334
Casape	IX	777	475	146	5	1.138	1.253	1.029	864	812	746
Castel Madama	IX	7.312	454	257	28	4.173	4.509	5.071	5.656	6.407	6.415
Castel San Pietro Romano	IX	834	752	55	15	674	688	636	631	698	743
Ciciliano	IX	1.387	619	73	19	1.792	1.172	1.033	1.028	1.073	1.133
Marcellina	IX	6.643	285	435	15	2.651	3.858	4.145	4.643	5.175	5.508
Monteflavio	IX	1.400	800	81	17	1.153	1.371	1.317	1.398	1.376	1.372
Montorio Romano	IX	1.945	575	84	23	1.918	1.811	1.742	1.737	1.847	1.829
Nerola	IX	1.640	453	88	19	1.618	1.289	1.352	1.299	1.380	1.419
Palombara Sabina	IX	12.084	372	161	75	5.668	6.282	6.703	7.649	8.726	10.659
Pisoniano	IX	745	532	56	13	1.985	1.511	996	780	810	734
Poli	IX	2.391	435	112	21	1.800	1.894	1.888	1.939	2.025	2.163
Rocca Di Cave	IX	385	933	11	35	915	594	400	379	357	358
San Gregorio Da Sassola	IX	1.506	420	43	35	1.790	1.768	1.514	1.361	1.499	1.444
San Polo Dei Cavalieri	IX	2.310	651	55	42	1.787	1.460	1.372	1.688	2.125	2.310
San Vito Romano	IX	3.455	655	272	13	4.258	3.895	3.524	3.180	3.268	3.269
Sant'angelo Romano	IX	4.028	400	188	21	1.546	1.878	1.912	2.176	2.525	3.078
Totale IX		49.189	572	126	4\18	36.188	36.043	35.098	36.744	40.410	43.514

In rosso i comuni che hanno subito una sostanziale perdita di abitanti

Associazione Monti e Colline di Roma – Località Grotelle snc – 00020 Camerata Nuova (RM)


		abitanti	altitudine	ab/km	km2	1931	1961	1971	1981	1991	2001
Affile	X	1.594	684	106	15	2.083	2.001	1.644	1.564	1.639	1.644
Agosta	X	1.710	382	180	9	1.927	1.579	1.280	1.217	1.450	1.617
Anticoli Corrado	X	926	508	57	16	1.469	1.109	996	931	940	910
Arcinazzo Romano	X	1.474	831	52	28	1.861	1.706	1.556	1.479	1.379	1.334
Arsoli	X	1.657	470	137	12	1.978	1.731	1.597	1.572	1.582	1.537
Bellegra	X	3.038	815	162	19	2.998	3.400	3.059	3.003	3.134	3.029
Camerata Nuova	X	482	810	12	40	1.104	767	557	497	486	476
Canterano	X	353	602	48	7	713	590	424	357	401	372
Cerreto Laziale	X	1.147	520	97	12	1.187	1.076	1.019	1.007	1.077	1.057
Cervara Di Roma	X	487	1.053	15	32	1.108	743	578	502	495	471
Cineto Romano	X	662	519	63	11	821	700	614	570	537	612
Gerano	X	1.213	502	120	10	1.708	1.134	1.221	1.134	1.133	1.201
Jenne	X	433	834	14	32	2.018	1.011	712	584	553	497
Licenza	X	980	475	55	18	1.656	1.272	1.109	964	955	957
Mandela	X	900	487	67	13	653	662	557	559	639	771
Marano Equo	X	795	450	104	8	1.126	918	763	758	782	768
Olevano Romano	X	6.798	571	260	26	6.576	6.281	6.114	5.898	6.001	6.354
Percile	X	215	575	12	18	835	499	356	295	271	216
Riofreddo	X	760	705	61	12	1.015	828	677	673	713	764
Rocca Canterano	X	221	745	14	16	813	580	388	310	279	251
Rocca Santo Stefano	X	1.005	664	104	10	1.622	1.486	1.291	1.086	1.014	1.009
Roccagiovine	X	294	520	33	9	450	310	253	230	272	297
Roiate	X	777	697	75	10	1.073	1.151	942	831	840	798
Roviano	X	1.421	523	170	8	1.375	1.460	1.390	1.396	1.470	1.386
Sambuci	X	947	434	115	8	863	696	742	696	819	891
Saracinesco	X	172	908	16	11	505	180	179	132	176	178
Subiaco	X	9.332	408	147	63	8.888	8.595	8.431	8.897	9.004	9.030
Vallepietra	X	329	825	6	52	1.236	916	657	488	398	376
Vallinfreda	X	297	874	18	17	953	591	319	288	290	290
Vicovaro	X	4.031	300	112	36	2.796	3.567	3.607	3.757	3.819	3.714
Vivaro Romano	X	198	757	16	13	983	618	397	317	242	223
Totale X		44.648	627	79	591	54.393	48.157	43.429	41.992	42.790	43.030


Popolazione X Comunità Montana Comune per comune

(In rosso i comuni che hanno subito una sostanziale perdita di abitanti)



Mappa geografica della popolazione residente con indicazione delle variazioni (dal 1961 al 2007)

 Residenti in aumento

 Residenti in diminuzione