



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

Scuola di
Economia e Management

Corso di Laurea Magistrale in
SCIENZE DELL'ECONOMIA

Le aree protette come motore di sviluppo del settore turistico locale.

Caso di studio:

il Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna

Relatore

Prof. Giovanni Belletti

Candidato

Alberto Marioni

Anno Accademico 2016/2017

*Al Casentino,
la terra dove sono nato
e a cui apparterrò per sempre*

INDICE

ABSTRACT	p. 6
INTRODUZIONE	p. 7
CAPITOLO 1 – LE AREE PROTETTE	
1.1 Cenni storici	p. 11
1.2 Le aree protette in Italia	p. 12
1.3 Le aree protette: caratteristiche e funzioni	p. 16
1.4 L’evoluzione del concetto di tutela ambientale	p. 17
1.5 Il turismo nelle aree protette	p. 20
1.5.1 Evoluzione del settore turistico	p. 20
1.5.2 Tipologie	p. 23
1.6 Sostenibilità e turismo sostenibile	p. 28
1.7 La Carta Europea per il Turismo sostenibile	p. 34
1.8 Il turismo italiano nelle aree protette – Statistiche	p. 37
CAPITOLO 2 – GLI STUDI SUL TURISMO NELLE AREE PROTETTE	p. 44
2.1 Obiettivi, metodologie e criticità	p. 45
2.2 Protezione, fruizione e sviluppo locale: aree protette e turismo in Toscana (Irpel, Regione Toscana, a cura di S.Bimonte, R.Pagni)	p. 49
2.3 L’area protetta come <i>destination</i> : verso uno sviluppo turistico sostenibile (C.Conti, Università di Napoli)	p. 52
2.4 Obiettivi pubblici e privati nella gestione delle aree protette: il caso della riserva naturale delle “Cascate di Molina (VR)” (F.Marangon, T.Tempesta)	p. 55
2.5 La valutazione del potenziale turistico del Parco Nazionale del Pollino (S.Romano, V.Luongo)	p. 58
2.6 Turismo ed attività ricreative nel Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi (T.Tempesta, M.Thiene)	p. 61
2.7 Visitors’ visiting motivation: Bako National Park, Sarawak (T.Kamri, A.Radam)	p. 65
2.8 Tourism, protected areas and development in South Africa: views of visitors to Mkambati Nature Reserve (T.Kepe)	p. 67
2.9 Tourism pressure in protected areas: Butterflies Valley case (Z.R.B.Ardahanlioglu, E.Ozhanci)	p. 70
2.10 Tourism in protected areas - The Nepalese Himalaya (S.K.Nepal)	p. 73

- 2.11 Valuing marine parks in a developing country: a case study of the Seychelles (L.Mathieu, I.H.Langford, W.Kenyon) p. 76
- 2.12 Considerazioni conclusive sui casi analizzati p. 79

CAPITOLO 3 - IL MARCHIO DI QUALITA' PER LE IMPRESE

TURISTICHE NELLE AREE PROTETTE p. 84

- 3.1 Il marchio: introduzione e quadro normativo p. 84
- 3.2 Il “marchio di qualità” nelle aree protette: introduzione, funzioni e criticità p. 87
- 3.3 I Parchi italiani e la qualità: l'utilizzo dei Marchi nelle aree protette p. 90
- 3.3.1 Il Marchio: procedure di concessione e tipologie p. 90
- 3.3.2 Il Marchio del Parco a fini promozionali p. 92
- 3.3.3 Il Marchio associato a disciplinari di qualità e meccanismi di controllo p. 94
- 3.3.4 Le forme di certificazione ambientale: Ecolabel, ISO, EMAS p. 98
- 3.3.5 Il Marchio del Parco associato a sistemi di gestione p. 100
- 3.3.6 Marchi e certificazione nel turismo: considerazioni finali p. 102
- 3.4 Il processo di uniformazione dei Marchi nelle aree protette: il caso della Lombardia p. 106
- 3.4.1 Il Marchio nei parchi Lombardi p. 106
- 3.4.2 Caso di studio estero: il marchio “Parque Natural de Andalucía” p. 113
- 3.4.3 Analisi SWOT del Marchio del Parco p. 115
- 3.4.4 Prospettive per la Lombardia p. 116
- 3.5 Il progetto di Marchio del Parco Nazionale della Val Grande p. 117
- 3.5.1 Il progetto “Marchio d'appartenenza” del 2006 p. 118
- 3.5.2 Attualizzazione del progetto per il Marchio: proposte finali p. 120
- 3.6 Aree protette e turismo: conclusioni p. 122

CAPITOLO 4 – IL PARCO NAZIONALE DELLE FORESTE CASENTINESI, MONTE FALTERONA E CAMPIGNA

- 4.1 Descrizione e storia dell'area protetta p. 126
- 4.2 Struttura della superficie del Parco p. 131

4.3 I Comuni del Parco	p. 134
4.4 Camaldoli e La Verna	p. 144
4.5 L'Ente Parco	p. 146
4.6 Il Parco e la promozione del settore turistico	p. 149

CAPITOLO 5 – IL SETTORE TURISTICO NEI COMUNI DEL PARCO: ANALISI DEI DATI SU DOMANDA E OFFERTA

5.1 Introduzione e metodologia	p. 154
5.2 Analisi dati del versante toscano	p. 157
5.2.1 Presenze, arrivi e permanenza media	p. 157
5.2.2 Presenze e arrivi: confronto tra i Comuni della Provincia di Arezzo e di Firenze	p. 161
5.2.3 Italiani e stranieri	p. 164
5.2.4 Trend strutture ricettive	p. 166
5.2.5 Strutture ricettive: tipologie	p. 168
5.2.6 Analisi dei posti letto	p. 170
5.2.7 Conclusioni versante toscano	p. 173
5.3 Analisi dati del versante romagnolo	p. 174
5.3.1 Presenze, arrivi e permanenza media	p. 175
5.3.2 Italiani e stranieri	p. 180
5.3.3 Strutture ricettive: tipologie	p. 181
5.3.4 Analisi dei posti letto	p. 185
5.3.5 Conclusioni versante romagnolo	p. 191
5.4 Analisi dati dei Centri Visita e Punti Informativi	p. 191
5.4.1 Trend visitatori nei Centri Visita e P.I.	p. 193
5.4.2 Presenze scuole e gruppi e analisi della stagionalità	p. 195
5.4.3 Presenze nei singoli centri Visita e P.I.	p. 197
5.4.4 EcoMuseo del Casentino	p. 198
5.5 Dati aggregati e confronto tra i due versanti	p. 201
5.5.1 Presenze, arrivi e permanenza media	p. 201
5.5.2 Italiani e stranieri	p. 205
5.5.3 Trend strutture ricettive	p. 209
5.5.4 Strutture ricettive: tipologie	p. 213
5.5.5 Analisi dei posti letto	p. 214
5.6 Analisi finale dei risultati e considerazioni conclusive	p. 219

CAPITOLO 6 - IL RUOLO DEL PARCO NEL SETTORE TURISTICO LOCALE ED IL “MARCHIO DI QUALITÀ” DELL’AREA PROTETTA: LE INTERVISTE AGLI STAKEHOLDERS SUL TERRITORIO

6.1 Introduzione e metodologia scelta	p. 224
6.2 Descrizione del campione d’indagine e struttura delle interviste	p. 225
6.3 Prima sezione dell’intervista: il Parco ed il settore turistico nel suo territorio	p. 229
6.3.1 Il territorio del Parco: punti di forza e limiti	p. 230
6.3.2 Il ruolo del Parco nello sviluppo turistico	p. 233
6.3.3 Il Parco, i Comuni e le strutture ricettive: proposte per lo sviluppo turistico ed attuali collaborazioni	p. 236
6.4 Il Marchio del Parco	p. 240
6.4.1 La storia del Marchio del Parco: da “Esercizio consigliato” al Corso Workshop del 2011	p. 241
6.4.2 Il regolamento del Marchio del Parco	p. 246
6.4.3 Giudizi degli intervistati sul Marchio	p. 249
6.5 Considerazioni finali sulle interviste	p. 254
CONCLUSIONI	p. 256
APPENDICE	p. 262
BIBLIOGRAFIA	p. 270
SITOGRAFIA	p. 274
DOCUMENTI UFFICIALI	p. 275

ABSTRACT

Il crescente interesse turistico nei confronti delle aree protette evidenzia come queste possano costituire una grande opportunità di valorizzazione territoriale.

Tuttavia il ritorno economico derivante dall'afflusso di visitatori e la conservazione ambientale sembrano trovarsi in posizioni antitetiche e difficilmente conciliabili: il lavoro di ricerca individua come valido compromesso tra le due esigenze il *turismo sostenibile*, che si fonda sul rispetto della natura ed il coinvolgimento della comunità locale nel settore.

Lo studio inquadra dapprima lo stato dell'arte in materia, per poi esaminare il Marchio di qualità come strumento di promozione dell'area protetta.

Tutte le tematiche sono successivamente riprese ed affrontate nell'analisi di uno specifico caso concreto, il Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna.

La ricerca sul campo, effettuata dapprima attraverso la raccolta e l'elaborazione di dati e poi tramite una serie di interviste rivolte a stakeholders istituzionali e gestori di strutture ricettive, dimostra come il turismo stia assumendo nell'area protetta una rilevanza sempre maggiore. L'indagine inoltre suggerisce che l'introduzione di un Marchio del Parco potrebbe costituire un elemento in grado di conferire ulteriore visibilità ad un territorio che sta assumendo progressiva consapevolezza delle sue potenzialità straordinarie.

INTRODUZIONE

La tesi affronta la tematica del complesso rapporto tra conservazione ambientale e sviluppo turistico all'interno delle aree protette.

L'argomento sta progressivamente assumendo rilevanza, grazie al crescente interesse collettivo maturato nei confronti della tutela della natura e la conseguente ricerca di valorizzare le sue peculiarità senza danneggiarla. Lo stato dell'arte, infatti, presenta una moltitudine di pubblicazioni relative a questa problematica e sono numerose le ricerche sul campo effettuate in differenti tipologie di Parchi. Nella letteratura in materia è evidente come talvolta un afflusso di visitatori consistente possa compromettere la biodiversità di questi habitat, ma allo stesso tempo sia uno strumento che apre scenari concreti di rilancio economico.

A questo proposito, la domanda di ricerca del mio studio si pone l'obiettivo di comprendere se le aree protette siano in grado di essere uno strumento efficace per rilanciare, attraverso il turismo, l'economia locale, spesso costituita da realtà comunali periferiche e di dimensioni ridotte. In particolare, l'indagine ha avuto lo scopo di individuare le modalità di attuazione del turismo sostenibile. L'analisi si è focalizzata anche sullo strumento del Marchio di qualità, spesso utilizzato per incentivare le imprese al rispetto verso l'ambiente e promuovere l'attrattività dei Parchi.

Tutte le tematiche trattate nella prima parte del mio lavoro sono state riprese e hanno trovato applicazione nel caso di studio costituito dal Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna.

Durante la stesura della tesi ho avuto modo di conoscere direttamente la realtà tosco – romagnola in due momenti distinti: nel primo, tra Ottobre e Dicembre 2016, ho svolto un tirocinio presso l'Ente Parco, analizzando a livello statistico le dinamiche relative allo sviluppo turistico nell'area protetta, mentre nel secondo, tra Aprile e Giugno del 2017, ho effettuato un'indagine sul campo intervistando stakeholders istituzionali e soggetti legati a strutture ricettive locali. Il lavoro, suddiviso nelle analisi "desk" e "field", ha permesso di inquadrare il ruolo del Parco presente e prospettico nel settore, traendo spunto dagli studi reperiti ed esaminati in sede di raccolta bibliografica.

La ricerca ha prodotto un lavoro strutturato in sei capitoli, dei quali i primi tre costituiscono la parte generale che affronta il tema del turismo nelle aree protette.

Il primo capitolo, infatti, presenta la principale criticità legata all'argomento, ossia che questi luoghi, la cui biodiversità è tanto vasta quanto fragile, possono risultare in qualche modo incompatibili con l'afflusso di visitatori al loro interno. Emerge quindi la necessità di trovare un compromesso armonico tra la difesa della natura e la valorizzazione economica, e questo può essere raggiunto grazie al concetto di turismo sostenibile, cioè una forma di turismo in grado di preservare gli ecosistemi presenti in un'area protetta. In relazione a questo tema sono state analizzate anche le varie tipologie di turismo responsabile, ed in particolare l'ecoturismo, che presenta tassi di crescita straordinari e mostra una riscoperta da parte dei visitatori del legame uomo – ambiente.

Il secondo capitolo è costituito da un'indagine metodologica volta a valutare lo stato dell'arte degli studi legati al turismo sostenibile nelle aree protette. La ricerca ha interessato sia pubblicazioni scientifiche di autori italiani sia stranieri, per poter confrontare differenti approcci al problema, che può essere affrontato da diversi punti di vista. In questo modo è stato possibile disporre di strumenti di analisi nuovi e più articolati. Tra questi sono stati esaminati alcuni studi di fattibilità relativi all'utilizzo di un Marchio del Parco per promuovere la sostenibilità nell'area protetta, oggetto specifico del capitolo seguente.

Il terzo capitolo, infatti, si occupa della definizione e del funzionamento del segno di qualità, che può essere elemento distintivo sia per quanto riguarda il settore agroalimentare sia relativamente al turismo. Anche in questa sezione sono stati studiati casi applicativi concreti nella realtà italiana, che hanno potuto evidenziare da una parte i successi e dall'altra le difficoltà derivanti dall'uso del Marchio.

Questa prima parte del lavoro permette di avere sia una visione teorica sia dimostrazioni pratiche del turismo sostenibile all'interno di aree protette di differente tipologia, cercando di evidenziare che queste possono costituire un'opportunità per il rilancio economico di zone rurali e marginali, fermo restando il rispetto dell'ambiente e della sua comunità.

Dal quarto capitolo la trattazione si sofferma sul caso di studio, costituito, come già accennato, dal Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna. Inizialmente viene presentata l'area protetta dal punto di vista morfologico e storico, per poi affrontare da vicino i punti di interesse presenti in questo territorio ed infine descrivere l'Ente Parco e le sue iniziative a favore del turismo.

Il quinto capitolo invece effettua un'ampia analisi statistica sul settore turistico all'interno del Parco. Lo studio esamina prima separatamente e poi in modo aggregato i dati relativi ai due versanti dell'area protetta, toscano e romagnolo. L'indagine si concentra sia sulla domanda turistica, cioè gli arrivi, le presenze, la provenienza e la permanenza media dei visitatori, sia sull'offerta ricettiva con particolare attenzione al numero delle strutture alberghiere e complementari, ai posti letto totali ed alla loro media per esercizio. Questa sezione, che peraltro prende in considerazione anche i dati ufficiali forniti dai Centri Visita e dai punti informativi del Parco, si avvale dell'utilizzo di serie storiche e statistiche riferite ai singoli Comuni per avere un quadro più accurato possibile delle dinamiche turistiche presenti in ciascuna località dell'area protetta.

L'ultimo capitolo costituisce una ricerca sul campo attuata attraverso interviste rivolte a differenti stakeholders connessi alle dinamiche del Parco, tra cui il Presidente dell'Ente, altri titolari di cariche pubbliche, dipendenti del Parco, addetti dei Centri Visita e gestori di strutture ricettive di varia tipologia operanti in tutto il territorio analizzato. L'intervista è divisa in due sezioni. La prima si articola in una serie di domande volte a comprendere l'incidenza che ha avuto e che ha attualmente il Parco nello sviluppo del settore. A tal proposito, agli intervistati è chiesto di esprimere anche pareri e suggerimenti da fornire all'Ente per conferire maggior visibilità al territorio. La seconda è un vero e proprio studio di fattibilità di un Marchio di Qualità del Parco da assegnare alle strutture ricettive, progetto che era già stato avviato dall'Ente, ma non portato a termine. L'intervista cerca di raccogliere opinioni sulle possibili adesioni e sulle ricadute economiche derivanti dall'eventuale introduzione di questo segno.

L'idea di effettuare uno studio sul Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna è stata uno dei miei primi propositi fin dall'inizio del Corso di Laurea Magistrale in Scienze dell'Economia presso l'Università degli Studi di Firenze. Le motivazioni alla base di questa scelta sono di duplice natura: da una parte gli studi hanno alimentato in me un crescente interesse nei confronti dell'economia rurale e delle sue dinamiche, dall'altra, e questo forse è il principale fattore, ho sempre coltivato la volontà di restituire al luogo in cui sono nato e cresciuto un piccolo segno, un piccolo contributo sia per gratitudine sia per la fiducia che ripongo nelle sue potenzialità.

Un valido strumento d'analisi che il percorso di Laurea svolto poteva permettermi di intraprendere era proprio quello di un'indagine sul settore turistico. Ho così proposto questo progetto al Prof. Belletti, che, tra l'altro, si era occupato in passato del Parco, riscontrando da parte sua interesse ed approvazione.

Con la speranza che questo lavoro possa rendere giustizia all'inestimabile valore economico, culturale ed ambientale dell'area protetta in cui vivo tuttora ed ho avuto la fortuna di conoscere da vicino, in particolare nell'ultimo anno tramite gli studi effettuati, ringrazio il docente per aver condiviso l'idea del progetto di tesi, l'Ente Parco per il percorso formativo del tirocinio e per avermi supportato nella mia ricerca e tutti gli intervistati per la disponibilità, per la cortesia nei miei confronti e soprattutto per la fiducia verso questo territorio.

CAPITOLO I - LE AREE PROTETTE

1.1 – Cenni storici

Era il 1 Marzo 1872 quando fu istituito negli Stati Uniti d'America lo "Yellowstone National Park". Questo è storicamente il primo caso mondiale di Parco Nazionale, e sempre nel XIX secolo vennero alla luce altre aree protette nel resto del globo: risale al 1879 il primo Parco Nazionale australiano, noto come il "Royal National Park", mentre nel 1885 è stata la volta del parco canadese di Banff. Nel 1894 è avvenuta l'istituzione della prima area protetta in Nuova Zelanda e quattro anni dopo anche la Repubblica Sudafricana ebbe il suo primo Parco Nazionale.

L'Europa dovette attendere il secolo successivo per dare avvio alla tutela delle sue aree ambientali: nel 1909 la Svezia vide la proliferazione di ben 6 Parchi Nazionali, mentre in Germania, Francia e Spagna furono istituiti il Lüneburger Heide (1909), il Mont Pelvoux (1913) e i parchi di Ordesa e Covalonga (1918).

Nel 1922, invece, fu il turno dell'Italia, che si dotò dei suoi primi Parchi Nazionali, uno nelle Alpi, il Parco Nazionale del Gran Paradiso in Valle d' Aosta, e uno negli Appennini, il Parco Nazionale d'Abruzzo.

Il progressivo riconoscimento delle aree protette ha visto una crescita esponenziale nei decenni successivi sia nel territorio nazionale sia nel resto del mondo, tant'è che ad oggi in Italia sono presenti ben 25 Parchi Nazionali, un Parco Interregionale e 145 Parchi Regionali.

È opportuno illustrare i passaggi che hanno portato alla creazione di una così sostanziosa tutela ambientale nel nostro Paese, per comprendere le ragioni per cui le aree protette sono state istituite e ripercorrere storicamente un processo dalle origini antiche ma d'importanza attuale.

Fondamentale risulta analizzare il rapporto tra turismo e conservazione, due concetti in apparenza antinomici ma che nella sostanza possono coesistere.

1.2 – Le aree protette in Italia

La conformazione geografica dell'Italia è estremamente diversificata ed il patrimonio naturalistico presente al suo interno appare straordinario e dal valore inestimabile.

Tuttavia l'iter legislativo che ha portato al riconoscimento ed alla successiva tutela di ben 3.163.000 di ettari di superficie protetta a terra e di oltre 2.800.000 di ettari di superficie protetta a mare¹ è stato travagliato ed intermittente.

I primi progetti di legge per la difesa dell'ambiente sono da attribuire al politico fiorentino Giovanni Rosadi e risalgono al 1909 (legge 364) ed al 1910 (progetto n.496 A), ma questi provvedimenti rivolgono più attenzione alla conservazione del paesaggio piuttosto che alla preservazione dell'ambiente in quanto tale.

Anche la legge 778 del 1922 “per la tutela delle bellezze naturali e degli immobili di particolare interesse storico”, che porta il nome di Benedetto Croce, conserva l'impostazione dei due atti del precedente decennio, in coincidenza con l'istituzione dei già citati Parco Nazionale del Gran Paradiso e Parco Nazionale d'Abruzzo. Soltanto nel 1934 fu la volta del Parco del Circeo, seguito dal Parco dello Stelvio (1935)².

Tuttavia, l'origine delle prime quattro aree protette italiane è eterogenea: il Parco del Gran Paradiso deve la sua esistenza alla dismissione della storica riserva delle Alpi Graie e di altre terre del demanio da parte del re Vittorio Emanuele II, che fu indotto a tali rinunce dalle numerose richieste di circoli scientifici e culturali piemontesi, mentre gli altri tre Parchi furono frutto di un progetto del regime fascista, che intendeva creare grandi aree paesaggistiche a scopo ricreativo alla stregua degli esempi statunitensi (Yellowstone, Sequoia, Yosemite ecc.)³.

Risale al 1939 la legge 1497, che costituisce un ulteriore passo in avanti rispetto alla “Legge Croce” ma conserva il criterio della

¹ Fonte: wwf – ambiente – aree protette – parchi in Italia 2011.

² Vedi Silvestri 2004, p. 2.

³ Piccioni 2005, pp. 80-84; Silvestri 2004, pp. 2-3.

“pietrificazione” (Versteinerungstheorie)⁴. Infatti, l’articolo 1 della L.1497 riconosce la tutela ambientale alle seguenti bellezze naturali:

1) le cose immobili che hanno cospicui caratteri di bellezza naturale o di singolarità geologica;

2) le ville, i giardini e i parchi che, non contemplati dalle leggi per la tutela delle cose d'interesse artistico o storico, si distinguono per la loro non comune bellezza;

3) i complessi di cose immobili che compongono un caratteristico aspetto avente valore estetico e tradizionale;

4) le bellezze panoramiche considerate come quadri naturali e così pure quei punti di vista o di belvedere, accessibili al pubblico, dai quali si goda lo spettacolo di quelle bellezze.

In questo provvedimento legislativo, il paesaggio è ancora concepito come mera bellezza visiva, ed è assente qualsiasi riferimento a flora, fauna e territorio nella sua integrità.

La Costituzione del 1948 riprende la tematica legata all’ambiente nell’articolo 9, inserendo la tutela del paesaggio tra i principi fondamentali dello Stato e affidando alle regioni (istituite successivamente, nel 1970) la gestione territoriale.

Tuttavia l’Italia, per numerosi decenni, non riesce ad innescare un meccanismo di riconoscimento di aree protette significativo, e, mentre paesi Europei come Gran Bretagna e Francia avviano vere e proprie reti di Parchi Nazionali, nella Penisola viene istituito solamente il Parco Nazionale della Calabria tra il 1945 ed il 1987.

Tale immobilismo è da ricondurre inizialmente alle politiche del regime fascista, che nel 1933 sciolse gli enti autonomi di gestione dei Parchi Nazionali trasferendo l’onere dell’amministrazione degli stessi alla Milizia Forestale Nazionale. Successivamente, anche dopo la caduta del governo Mussolini, le classi dirigenti italiane mostrarono più interesse verso questioni non legate all’ambiente, e solamente dal 1971 si registra un’inversione di tendenza che vede la creazione di nuovi parchi, nuove

⁴ Per il concetto di Versteinerungstheorie si veda Caravita 2005, p. 37 nota 10 con bibliografia.

riserve e l'affermarsi di numerose iniziative da parte del settore pubblico e privato⁵.

Tra il 1971 ed il 1975 vengono istituite addirittura 71 riserve naturali, e nel 1988 è la volta di tre Parchi Nazionali (Pollino, Sibillini e Dolomiti Bellunesi). La crescita non si arresta ma al contrario tende ad accentuarsi negli anni successivi, e ciò è testimoniato dalla presenza di 21 Parchi Nazionali e 648 riserve naturali nel Gennaio 2001⁶.

Proprio in questo periodo, esattamente nel Dicembre 1991, avviene la promulgazione della prima vera e propria legge di regolamentazione delle aree protette, cioè la legge-quadro 394/1991.

Il testo, venuto alla luce con un ritardo di oltre dieci anni rispetto alla teorica scadenza per la messa in atto della legge fissata al 31 Dicembre 1979, afferma che l'istituzione della aree naturali protette ha quattro finalità:

a) conservazione di specie animali o vegetali, di associazioni vegetali o forestali, di singolarità geologiche, di formazioni paleontologiche, di comunità biologiche, di biotopi, di valori scenici e panoramici, di processi naturali, di equilibri idraulici e idrogeologici, di equilibri ecologici;

b) applicazione di metodi di gestione o di restauro ambientale idonei a realizzare una integrazione tra uomo e ambiente naturale, anche mediante la salvaguardia dei valori antropologici, archeologici, storici e architettonici e delle attività agro-silvo-pastorali e tradizionali;

c) promozione di attività di educazione, di formazione e di ricerca scientifica, anche interdisciplinare, nonché di attività ricreative compatibili;

d) difesa e ricostituzione degli equilibri idraulici e idrogeologici.

L'articolo 2 suddivide le aree protette e definisce i Parchi Nazionali, i quali sono costituiti da *aree terrestri, fluviali, lacuali o marine che contengono uno o più ecosistemi intatti o anche parzialmente alterati da interventi antropici, una o più formazioni fisiche, geologiche, geomorfologiche, biologiche, di rilievo internazionale o nazionale per valori naturalistici, scientifici, estetici, culturali, educativi e ricreativi tali*

⁵ Piccioni 2005, p. 82.

⁶ Piccioni 2005, pp. 83 – 84.

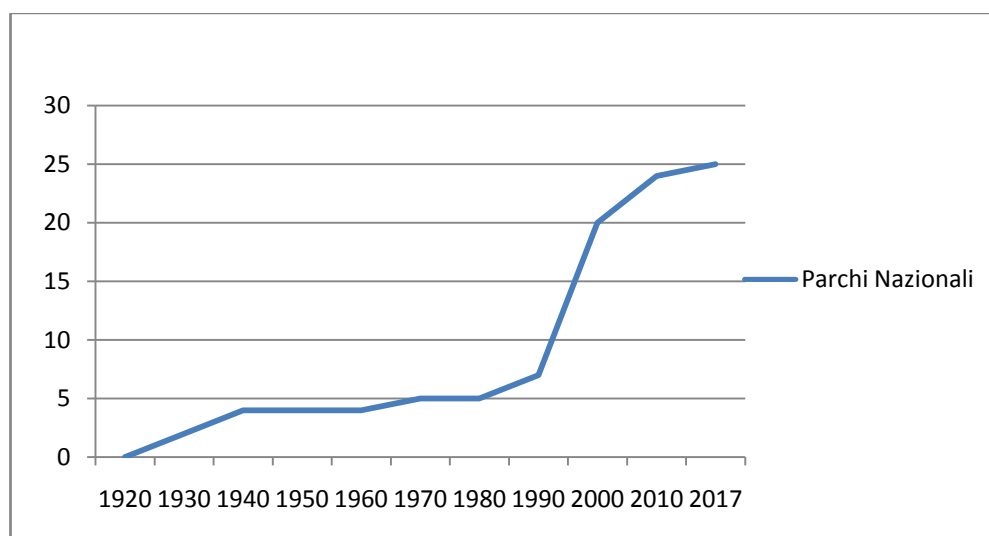
da richiedere l'intervento dello Stato ai fini della loro conservazione per le generazioni presenti e future.

Le aree protette sono così classificate:

- a) Parchi Nazionali
- b) Parchi naturali interregionali
- c) Parchi naturali regionali
- d) Riserve naturali statali
- e) Riserve naturali regionali
- f) Zone umide di interesse internazionale (ai sensi della Convenzione di Ramsar)
- g) Zone di protezione speciale (ZPS) ai sensi della direttiva comunitaria 79/409/CEE concernente la conservazione degli uccelli selvatici
- h) Le zone speciali di conservazione (ZSC) ai sensi della direttiva comunitaria 92/43/CEE relativa alla conservazione degli habitat naturali e seminaturali e della flora e della fauna selvatiche
- i) Le aree di reperimento terrestri e marine.

Le aree sottoposte a tutela ambientale appaiono in costante aumento, tanto che i Parchi Nazionali sono attualmente 25, i parchi regionali 145, le aree marine 30, le riserve statali 147 e le riserve regionali 423.

Fig. 1.1 – Evoluzione del numero dei Parchi Nazionali Italiani



Fonte: www.parks.it - elaborazione propria.

1.3 - Le aree protette: caratteristiche e funzioni

Attualmente l'Italia può vantare oltre mille aree protette (1.366 al 2016), che costituiscono più dell'11% del territorio nazionale.

Il primo dato che risalta è la forte eterogeneità di queste aree, che presentano caratteristiche molto differenti e di conseguenza ecosistemi diversi, ma di ognuno dei quali è riconosciuto il valore ambientale.

Anche a livello globale la situazione è simile, dal momento che attualmente il territorio tutelato nel mondo è superiore all'11% delle terre emerse⁷.

Le ragioni per cui un'area protetta merita di essere preservata sono molteplici:

a) la biodiversità presente all'interno di queste zone costituisce un patrimonio prezioso che deve essere difeso da attività umane dannose che rischierebbero di ridurre la varietà di specie.

b) la tutela della cultura e delle tradizioni locali è un ulteriore aspetto che necessita di essere garantito, allo scopo che sia le attività tipiche sia le produzioni locali (ad esempio agricole, alimentari, artigianali etc.) non vadano a scomparire

c) l'ambiente dev'essere conservato per evitare inquinamento, erosione, dissesti idrogeologici ed altre calamità naturali.

d) le risorse naturali sono di per sé limitate ed il loro utilizzo deve rispondere ai canoni della sostenibilità.

e) le attività umane praticate all'interno dell'area protetta rischiano di essere più nocive che altrove. Flora, fauna, paesaggio, natura e tradizioni del luogo possono subire alterazioni o addirittura essere distrutte. Per questa ragione è necessario che le istituzioni vigilino sul comportamento dell'uomo e favoriscano una pacifica convivenza tra l'essere umano stesso e l'ambiente.

⁷ Fonte: Legambiente – temi – natura – aree protette 2017.

1.4 - L'evoluzione del concetto di tutela ambientale

La tutela ambientale è un principio che nel tempo ha subito forti cambiamenti, come si può desumere dalle stesse leggi italiane sulle aree protette.

Nel 1872 il presidente degli Stati Uniti Ulysses Grant, quando istituì il Parco Nazionale di Yellowstone, utilizzò la celebre frase “for the benefit and the enjoyment of the people”, sottolineando quanto quello spazio fosse allora inteso più come un luogo di ricreazione per le famiglie che come un patrimonio naturalistico da preservare.

Non differente fu la natura dei primi Parchi italiani, che, come accennato precedentemente, furono costruiti sullo stesso modello delle grandi riserve americane.

Anche dal punto di vista legislativo, non esistono inizialmente norme dov'è esplicitamente indicato un obbligo di protezione della natura: la legge Croce e soprattutto la successiva L.1497 del 1939 conferiscono protezione a beni immobili, ville, giardini, bellezze panoramiche con l'intento di conservare il loro splendore estetico senza tenere in considerazione l'importanza di tutelare gli ecosistemi all'interno di un paesaggio.

Le tematiche ambientaliste cominciano a porsi all'attenzione della collettività a partire dal secondo dopoguerra, soprattutto a seguito di alcune pubblicazioni come “Primavera Silenziosa” della biologa e zoologa statunitense Rachel Carson ed a seguito del “rapporto sui limiti dello sviluppo” (1972) commissionato al MIT (Massachusetts Institute Technology) dal Club di Roma⁸. Quest'ultimo testo mette in luce i drammatici scenari che si sarebbero verificati entro un secolo se l'uomo non avesse drasticamente ridotto lo sfruttamento delle risorse. Pertanto la crescente attenzione all'ambiente presuppone anzitutto una maggiore consapevolezza da parte dei cittadini, nonché una regolamentazione che imponga in modo chiaro e deciso il rispetto della natura.

Sempre nel 1972 si è tenuta a Stoccolma la Prima Conferenza delle Nazioni Unite sull'Ambiente Umano, seguita poi dal rapporto “Our

⁸ Il Club di Roma è un'associazione non governativa, fondata nel 1968, con lo scopo di affrontare problematiche di natura globale in particolare relative all'ambiente.

Common Future”, noto anche come rapporto Brundtland, del 1987 elaborato dalla WCED (World Commission of Environment and Development).

In quest’ultimo documento viene diffuso per la prima volta in chiave mondiale il principio della “sostenibilità”, che trae origine dal concetto di “sviluppo sostenibile” introdotto da Herman Daly nel 1981. E’ difficile definire in modo esatto ciò che si intende per sviluppo sostenibile, dal momento che l’associazione di queste due parole pare quasi dar vita ad un ossimoro: lo sviluppo presuppone la modifica di un territorio, mentre la sostenibilità ne implica la conservazione.

Nel rapporto Brundtland il compromesso tra le due componenti è costituito da *uno sviluppo che soddisfi i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri*.

L’Italia ha introdotto a livello legislativo una tutela dell’ambiente improntata sulla sostenibilità a partire dagli anni ’80, dapprima con la “Legge Galasso” (1985), che ha predisposto l’introduzione di piani paesaggistici a difesa di aree montane, vulcaniche, marine, fluviali, di interesse archeologico, agrarie e boschive, e successivamente con la L. 394 del 1991.

E’ importante sottolineare che la legge quadro indica tra le sue finalità sia la conservazione sia la promozione di varie attività (educazione, formazione, ricerca scientifica, attività ricreative) e pertanto si pone a favore di un modello di sviluppo sostenibile.

Dal 3 al 14 Giugno 1992 si svolge a Rio de Janeiro la Conferenza delle Nazioni Unite su Ambiente e Sviluppo – Vertice della terra, a cui partecipano 178 Paesi e oltre mille associazioni non governative.

In quest’occasione vengono sottoscritte due convenzioni a carattere globale e tre dichiarazioni di principi:

- la convenzione quadro sui cambiamenti climatici, volta a regolamentare la produzione di gas responsabili dell’effetto serra;
- la convenzione quadro sulla biodiversità, finalizzata a tutelare le specie nel loro ambiente naturale e limitare il processo di estinzione di alcune di esse;

- la dichiarazione dei principi per la gestione sostenibile delle foreste, che impone agli Stati di rispettare una serie di regole per la conservazione delle foreste ed evitare il rischio della deforestazione;
- l'Agenda 21, cioè il Programma d'Azione per il XXI secolo, che individua lo sviluppo sostenibile come obiettivo primario da perseguire da parte della comunità globale;
- la dichiarazione su Ambiente e Sviluppo, che sancisce nei famosi 27 principi i diritti e le responsabilità degli Stati nei confronti dello sviluppo sostenibile.

Le successive conferenze di carattere mondiale sono state, a cadenza decennale, nel 2002 a Johannesburg e nel 2012 sempre a Rio (Rio+20), in cui è avvenuto un confronto internazionale per comprendere quali fossero le politiche più adeguate per raggiungere gli obiettivi di protezione della natura.

Inoltre, sempre a partire dagli anni '70, numerosi sono stati i trattati internazionali relativi a particolari ecosistemi: ricordiamo ad esempio nel settore marino la Convenzione sulla prevenzione dell'inquinamento da scarico dei rifiuti e altre sostanze (Londra 1972), in materia di corsi d'acqua la convenzione di Helsinki del 1992, nel settore atmosferico la convenzione di Vienna sulla protezione dello strato di ozono (1985) ed i protocolli di Montreal (1987), nel settore dei beni naturali la Convenzione di Parigi del 1973, per quanto riguarda invece l'energia nucleare e le attività ultrapericolose sono da segnalare le convenzioni di Vienna per la prima (1986) e di Londra per la seconda (1996), ed infine riguardo al problema della desertificazione è da ricordare la conferenza di Parigi (1994).

La tutela delle specie e delle aree protette invece è stata trattata durante la convenzione di Washington del 1946 sulla caccia alla balena, la convenzione di Ramsar sulle zone umide del 1971, in una successiva Convenzione di Washington del 1973 sul commercio internazionale delle specie di fauna e flora selvagge in pericolo, nella Convenzione di Bonn del

1979 sulla conservazione delle specie migratrici e soprattutto nella già citata Convenzione di Rio sulla diversità biologica del 1992⁹.

Dopo aver descritto l'evoluzione normativa e concettuale dell'ambiente e della sua difesa, è necessario concentrarsi sulle funzioni delle aree protette, per comprendere le varie attività possibili al loro interno, focalizzando in particolar modo l'attenzione sul turismo.

1.5 - Il turismo nelle aree protette

Per le loro peculiarità è innegabile che le aree protette siano luoghi che hanno la capacità di attrarre visitatori di svariate tipologie: le statistiche nazionali mostrano che i flussi turistici in queste località sono in costante crescita.

Il turismo è un settore che storicamente ha visto l'Italia come una delle mete più ricercate dagli stranieri, ed anche per gli italiani i viaggi e gli spostamenti all'interno del Paese sono ormai fenomeno diffuso da più di mezzo secolo. Infatti, dal secondo dopoguerra, il turismo, che precedentemente era un'attività "d'élite", è divenuto "di massa". L'estensione del fenomeno alla collettività è dovuto all'aumento dei redditi medi, che ha permesso anche alle classi sociali meno abbienti di accedere ai servizi turistici.

Inizialmente le destinazioni più visitate sono state le grandi città d'arte, le località balneari ed i luoghi di maggior rilievo culturale, ma negli anni si sono sviluppate forme di turismo alternative, che hanno interessato aree rurali marginali e lontane dai centri urbani.

Occorre perciò analizzare il settore turistico nelle aree protette, per comprendere come possa essere un fattore di sviluppo in queste località, partendo da uno studio sulle varie tipologie di turismo all'interno di esse.

1.5.1 - Evoluzione del settore turistico

Il "XX rapporto sul turismo Italiano", curato dall'Iriss-Cnr e pubblicato nel 2016, ha evidenziato che il settore turistico nel 2015 ha avuto un'incidenza sul PIL Nazionale dell'11,8%: questo dato dimostra di per sé

⁹ Caravita 2005, pp. 66 – 69.

l'importanza che tale attività riveste nel nostro Paese. Infatti il turismo offre possibilità di occupazione e fonti di reddito significative, specialmente nel momento in cui le opportunità imprenditoriali vengono sfruttate in modo tempestivo ed adeguato.

Tuttavia, il turismo è un settore ampio e dalle numerose tipologie, sia perché ogni località ha caratteristiche proprie e di conseguenza attrae visitatori differenti, sia perché i turisti stessi sono sempre più diversificati nelle loro scelte.

Leiper, in una sua analisi del 1995, definisce il turista come “il motore del fenomeno turistico”, perciò è il turista stesso con il suo comportamento a plasmare le tipologie di offerta e a farle adattare alle sue esigenze. Ecco perché appare fondamentale comprendere anzitutto “i comportamenti, le motivazioni ed i bisogni dei turisti, nonché la loro evoluzione nel tempo”¹⁰.

Secondo la UNWTO¹¹, per turista s'intende “chiunque viaggi in paesi diversi da quello in cui ha la sua residenza abituale, al di fuori del proprio ambiente quotidiano, per un periodo di almeno una notte ma non superiore ad un anno e il cui scopo abituale sia diverso dall'esercizio di ogni attività remunerata all'interno del paese visitato. In questo termine sono inclusi coloro che viaggiano per svago, riposo e vacanza; per visitare amici e parenti; per motivi di affari e professionali, per motivi di salute, religiosi/pellegrinaggio e altro”.

Da questa definizione si possono cogliere le tre caratteristiche distintive del cliente turistico:

- 1) il luogo di destinazione, che dev'essere differente da quello del comune di residenza
- 2) il tempo di permanenza, compreso tra una notte ed un anno
- 3) la motivazione.

Per quanto riguarda l'aspetto motivazionale, esistono tre fattori di base del flusso turistico:

¹⁰ Conti 2007, p.111.

¹¹ “United Nations World Tourism Organization”, fondata nel 1975, è l'agenzia delle Nazioni Unite che si occupa della promozione di un turismo responsabile, sostenibile e accessibile a tutti. Il suo scopo è quello di promuovere il turismo come motore di crescita economica, che permetta la coesistenza dello sviluppo e della sostenibilità ambientale. Ha sede a Madrid (www.unwto.org).

- lo svago, ed in tal senso si parla di turismo – vacanza (leisure)
- il lavoro, cioè turismo business
- altre finalità di tipo turistico, come lo studio oppure motivi di salute.

Il turismo leisure è senza dubbio il prevalente all'interno delle aree protette, le quali beneficiano di altre tendenze del settore che si sono affermate negli ultimi decenni.

Dall'analisi di numerosi studi in materia si evince che i flussi turistici internazionali si sono evoluti seguendo direzioni ben precise¹²:

- dalla stabilità alla flessibilità: la domanda turistica, inizialmente generica, è divenuta sempre più personalizzata e lontana dalle destinazioni tradizionali;

- dalla disattenzione alla preoccupazione: la sensibilità nei confronti dell'ambiente è aumentata. Quest'aspetto interessa particolarmente le aree protette perché varie forme di turismo sostenibile si sono diffuse di recente nei parchi e nelle riserve naturali;

- dalla fuga all'approfondimento delle esperienze: la ricerca di nuove esperienze e di conoscenza dal contatto con altre persone (come ad esempio la comunità locale) è un fenomeno sempre più diffuso;

- dal sole alla natura: il contatto con la natura è sempre più profondo e rispettoso di quest'ultima.

- da passivo ad attivo: i turisti, anziché cercare il riposo, oggi tendono a concepire il viaggio in modo "attivo", nel senso che i momenti di ozio sono accantonati e sostituiti da varie attività e dalla conoscenza profonda della meta selezionata.

- da price-based ad image-based: il fattore determinante nella scelta della meta turistica non è più il prezzo, ma l'immagine che il luogo si è creato con il tempo. Sotto questo aspetto assume particolare rilevanza anche la creazione di un marchio di qualità, che può divenire elemento distintivo di un territorio.

- è sempre più diffusa l'opzione per gli *short break*, cioè i viaggi brevi, di non più di 4 giorni, spesso ripetuti più volte in un anno.

¹² Conti 2007, pp. 113 – 114.

- è in crescita il numero di turisti in età avanzata, grazie all'aumento medio dell'aspettativa di vita.

Tali cambiamenti strutturali della domanda turistica possono essere riassunti nella tabella sotto riportata.

Tab. 1.1 – Attitudini dei consumatori di ieri (anni '60-'90) e di oggi

I CONSUMATORI IERI	I CONSUMATORI OGGI
Turismo di massa e di nicchia	Turismo variegato, con esigenze di personalizzazione a tutti i livelli
Scarsa attenzione alla salute ed al benessere collettivo	Maggiore diffusione della sensibilità ambientale
Minore conoscenza ed esperienza	Maggiore conoscenza ed esperienza
Maggiore attenzione alle località balneari	Esigenze di cultura, enogastronomia, avvicinamento alla natura
Poche e lunghe vacanze annue	Numerose e più brevi vacanze nell'anno
Destinazione non particolarmente rilevante	Forte attenzione alla destinazione

Fonte: Conti 2007

Vediamo adesso le varie tipologie di turismo che possono essere presenti all'interno di un'area protetta.

1.5.2 - Tipologie

Le aree rurali o di grande rilevanza naturalistica hanno registrato una crescita costante di visitatori nel tempo, dovuta alle varie forme di turismo che si possono esercitare all'interno di esse. La finalità del turismo nelle aree protette ha subito forti modifiche negli ultimi cinquant'anni. Come evidenziato da Viganò¹³, l'approccio del turista nei confronti dell'ambiente è riassumibile in quattro fasi temporali:

- approccio estetico (anni 60): il turista ammira passivamente il paesaggio e non cerca di entrare dentro di esso a livello cognitivo;
- approccio culturale (anni 80): il turista cerca di conoscere le peculiarità dell'ambiente e di informarsi, anche se questa conoscenza è dettata più dalla curiosità che dalla volontà di tutelare la natura;

¹³ Conti 2007, p. 117.

- approccio emozionale (anni 90): il turista ha a cuore la salute dell'ambiente e intende viverlo applicando i principi della sostenibilità;

- approccio partecipato (dagli anni 2000): l'esigenza del turista di oggi non si limita al contatto uomo – ambiente, ma l'incontro tra l'uomo e l'ambiente diventa una vera e propria esperienza di vita. Il visitatore diventa parte integrante dell'area protetta a tal punto da instaurare un rapporto diretto con la comunità locale, le tradizioni, la storia e la cultura del luogo.

Le tipologie di turismo che possono interessare un'area protetta sono molteplici. Ciò è dovuto sia a peculiarità del patrimonio locale, sia a fattori legati all'offerta (strutture ricettive, eventi ecc.) e in parte alla domanda caratterizzata da una crescente diversificazione delle esigenze e delle scelte del turista. Pertanto si può procedere ad una macrosuddivisione di forme di turismo:

1) **Turismo naturalistico (o ambientale):** questa forma di turismo vede come motivazione principale l'osservazione ed il godimento di risorse naturali¹⁴. I siti scelti sono pregevoli dal punto di vista naturalistico, paesaggistico e presentano un'antropizzazione limitata.

Il turista ambientale cerca di conoscere l'ecosistema e può assumere comportamenti estremamente rispettosi nei confronti della natura che lo circonda, come la minimizzazione dell'uso dell'automobile a favore dello spostamento a piedi. Tuttavia, nel caso del turismo naturalistico, l'ambiente costituisce solamente la meta del viaggio ed il comportamento del visitatore non risponde sempre ai canoni della sostenibilità.

2) **Turismo verde:** è una forma simile alla precedente ma più estesa, poiché comprende anche l'interesse per le aree più popolate, che possono essere state modificate dall'uomo, in particolare attraverso l'attività agricola. I turisti appartenenti a questa tipologia sono più numerosi rispetto a quelli inclusi nella prima categoria.

3) **Turismo rurale:** il turista ricerca la "ruralità", che nelle aree urbane è stata accantonata a favore della modernizzazione e del progresso tecnologico. Il turismo rurale non si ferma tuttavia al recupero delle pratiche, degli usi e dei costumi tradizionali, ma comprende anche una componente relazionale che si esplica nell'interesse verso la cultura ed i

¹⁴ Bimonte, Pagni 2003, p. 42.

prodotti del luogo. E' importante distinguere il turismo rurale dal *turismo nelle aree rurali*¹⁵: il secondo termine ha una connotazione meramente ubicativa mentre il primo, definito anche "turismo rurale integrato", è vincolato e finalizzato all'utilizzo delle risorse rurali.

4) Turismo culturale: è il turismo che secondo la UNWTO è definibile come *movimento di persone generato da interessi culturali*, che possono essere di varia natura. Nelle aree protette l'interesse culturale può essere suscitato ad esempio dal patrimonio naturalistico, dalla storia dei luoghi, dai siti archeologici, da centri religiosi, da musei o altre attrattive simili.

5) Ecoturismo: l'ecoturismo è un sottoinsieme del turismo naturalistico di grande rilevanza ma di difficile definizione. Secondo Bimonte, Pagni¹⁶ *il concetto di ecoturismo, che a rigore dovrebbe essere quello che più si addice ai visitatori dei parchi, si è evoluto molto nel corso del tempo e tuttora è aperta la discussione su cosa debba veramente intendersi con tale termine*. Perché si possa parlare di ecoturismo, devono essere presenti quattro requisiti:

1) *deve trattarsi di un viaggio in cui sia prevalente l'aspetto educativo ed interpretativo.*

2) *deve essere organizzato, anche se non in forma esclusiva, da piccoli operatori e per piccoli gruppi.*

3) *deve cercare di minimizzare l'impatto sull'ambiente naturale e socioculturale*

4) *deve contribuire alla protezione ed al mantenimento delle aree naturali su cui si fonda generando benefici economici per le comunità locali e per le organizzazioni preposte alla loro salvaguardia, cercando nuove opportunità di lavoro e di reddito per le comunità locali e sensibilizzando i turisti e le comunità locali ai temi della conservazione.*

¹⁵ Belletti, Marescotti, Simoncini 2011, p. 30.

¹⁶ Bimonte, Pagni 2003, p. 42.

L'ecoturismo è definito a livello internazionale dalla dichiarazione di Quebec¹⁷ come *un tipo di turismo praticato in aree naturali relativamente indisturbate, con il principale scopo di goderne, di osservarle, di studiarne ed apprezzarne la natura ed ogni caratteristica culturale ad essa associata, al fine di promuoverne la tutela, minimizzare l'impatto sull'ambiente e fornire sostanziali benefici economici alle popolazioni locali.*

Gli ecoturisti si pongono a favore di un turismo sostenibile e possono essere a loro volta distinti in¹⁸:

1) *Casual Nature Tourists* (ecoturista casuale): il turista che svolge un'attività ecoturistica in maniera occasionale, senza averla programmata;

2) *Mainstream Nature Tourists* (ecoturista di siti naturali): il turista che visita i luoghi ecoturistici più significativi, in alternativa al viaggio tradizionale;

3) *Dedicated Nature Tourists* (ecoturista interessato): il turista che esclude a priori come meta le città o le località lontane dalla natura e che ricerca soltanto viaggi dove esiste un contatto con quest'ultima.

4) *Hard-Core Nature Tourists* (ecoturista totale): il turista che integra la ricerca di una destinazione ecoturistica con la conoscenza dell'ambiente, e collabora alla protezione della natura.

Secondo l'Associazione Ecoturismo Italia¹⁹, referente italiano dell'Ecotourism International Society, tale tipologia di turismo è definibile come *un modo di viaggiare responsabile in aree naturali, conservando l'ambiente in cui la comunità locale ospitante è direttamente coinvolta nel suo sviluppo e nella sua gestione, e in cui la maggior parte dei benefici restano alla comunità stessa.*

L'ecoturismo, quindi, si basa sul concetto di sostenibilità, dal momento che lo scopo del viaggio non è soltanto quello di stare a contatto con la natura ma anche di rispettarla e addirittura promuoverne la tutela.

¹⁷ Nel 2002 si è svolto a Quebec il vertice mondiale sull'ecoturismo, nel corso del quale è stata approvata una dichiarazione che ne definisce i principi basilari. Sempre durante il summit le Nazioni Unite hanno proclamato il 2002 Anno Internazionale dell'Ecoturismo, a riprova di quanto questa forma di turismo responsabile abbia assunto importanza negli anni.

¹⁸ Lindberg 1991, p. 3.

¹⁹ L'Associazione Ecoturismo Italia nasce a Brescia nel 2002, con lo scopo di promuovere l'ecoturismo come strumento di sviluppo sostenibile, di protezione dell'ambiente e di valorizzazione della cultura locale.

In tutte le tipologie di turismo descritte, esistono poi motivazioni specifiche che spingono i visitatori a selezionare l'area protetta come destinazione. Tra queste, possiamo citare:

- **educazione/istruzione ambientale:** le aree protette sono una meta privilegiata per scuole, gruppi giovanili (ad esempio scout) ed associazioni ambientaliste. La finalità educativa riguarda prevalentemente, anche se non esclusivamente, un'utenza di età non elevata.

- **relax:** l'area protetta, grazie alle sue caratteristiche estetiche, alla lontananza dai centri urbani, all'aria incontaminata e ad altre peculiarità, riesce a conferire riposo e benessere psicofisico ai suoi visitatori. Il turismo-relax è molto diffuso sia come turismo familiare sia come turismo della terza età.

- **escursionismo:** la ricchezza di percorsi ed itinerari permette ai turisti un'ampia esplorazione di strade e sentieri all'interno della riserva. A questo proposito, oltre alla tradizionale attività di trekking ricordiamo le possibili escursioni a cavallo, in mountain bike, in canoa o lo scialpinismo. L'escursionismo è spesso affiancato ad altre attività di stampo naturalistico come il birdwatching.

- **sport:** l'attività sportiva (come nel caso dell'escursionismo) può essere una componente importante nella scelta di visitare un'area protetta, e talvolta lo sport risulta essere la motivazione principale della decisione stessa. Nella pratica sportiva dovranno essere rispettate dai turisti alcune regole onde evitare possibili danni all'ambiente.

- **interesse scientifico:** le aree protette sono un patrimonio inestimabile per motivi di studio e di ricerca.

- **turismo sociale:** questa forma di turismo può avere differenti motivazioni a seconda dei soggetti interessati, cioè può essere rivolta a fasce deboli (anziani, portatori di handicap, persone con problemi familiari), oppure a gruppi e associazioni di vario genere.

Dopo aver descritto le tipologie di turismo presenti all'interno delle aree protette, è opportuno svolgere un'analisi approfondita sulla compatibilità tra il turismo stesso e la protezione della natura, esaminando nello specifico il significato teorico e pratico di turismo sostenibile.

1.6 – Sostenibilità e turismo sostenibile

L'area protetta costituisce un patrimonio da preservare ed allo stesso tempo un luogo ricco d'interesse. Il settore turistico, in questi siti, riveste un'importanza centrale, e ciò è testimoniato dai tassi di crescita registrati negli ultimi anni, in particolare per quanto riguarda l'ecoturismo.

Tuttavia è evidente come il turismo possa danneggiare facilmente l'ambiente e le sue componenti (acqua, aria, flora, fauna ecc.), a tal punto da essere considerato più un pericolo che un'opportunità per i territori tutelati.

La soluzione idonea per permettere una compatibilità tra incremento del settore turistico e rispetto della natura è integrare il turismo stesso con i principi della sostenibilità ambientale, attuando ciò che oggi è definito **turismo sostenibile**.

Questa dicitura trae origine dal termine sviluppo sostenibile, divenuto noto a livello internazionale a seguito del già citato rapporto "Our Common Future" del 1987. Partendo dal documento redatto dalla commissione Brundtland e seguendo l'evoluzione nel tempo del termine sviluppo sostenibile è possibile riassumerne le componenti nella seguente tabella:

Tab. 1.2 – Componenti dello sviluppo sostenibile

1	Stabilire limiti ecologici e standard più equi
2	Ridistribuzione dell'attività economica e riallocazione di risorse
3	Controllo demografico
4	Conservazione di risorse base
5	Accesso più equo alle risorse e maggior applicazione tecnologica per usarle in modo più efficace
6	Capacità di carico e produzione sostenibile
7	Ritenzione di risorse
8	Diversificazione delle specie
9	Minimizzazione di impatti ambientali avversi
10	Controllo della comunità (sulle decisioni di sviluppo che vanno a colpire gli ecosistemi locali)
11	Decisioni politiche nazionali/internazionali di ampio raggio sulla gestione della biosfera
12	Praticabilità economica (nel rispetto della sostenibilità)

13	Qualità ambientale
14	Bilancio ambientale
15	Triplice obiettivo (<i>Triple bottom line</i>): prosperità economica, qualità ambientale ed equità sociale

Fonte: Murphy, Price 2005, p.170 – Traduzione ed elaborazione propria.

Dalla tabella emergono alcuni concetti e principi estremamente significativi ai fini della comprensione del concetto di sostenibilità. I primi nove punti sono direttamente desumibili dal rapporto Brundtland, mentre i successivi mostrano come il concetto di sviluppo sostenibile si è evoluto negli anni, facendo emergere nuove esigenze e ulteriori obiettivi da raggiungere, con un maggiore coinvolgimento delle comunità locali.

In particolare è opportuno soffermarsi sul punto 15, che descrive la *triple bottom line*²⁰, cioè le tre finalità dello sviluppo sostenibile:

Fig. 1.2 – La *triple bottom line* dello sviluppo sostenibile



Fonte: www.sogesid.it

²⁰ Il concetto di *triple bottom line* è stato coniato nel 1994 da John Elkington, autore di numerosi articoli e libri sullo sviluppo sostenibile, analizzato nelle sue tre componenti imprescindibili (ambientale, economica e sociale) e nella sua evoluzione nel tempo. A lui si deve anche la versione dello stesso concetto nella formula delle 3P *People, Planet and Profits*.

Dall'immagine si può notare che la sostenibilità è data dall'intersezione tra tre ambiti:

1) ambientale, cioè la conservazione dell'ecosistema. Le funzioni che l'ambiente deve continuare a mantenere sono essenzialmente tre:

- fornitore di risorse
- ricettore di rifiuti
- fonte diretta di utilità.

Inoltre, deve essere garantita la tutela della biodiversità, del paesaggio, degli habitat delle specie, degli equilibri geologici. E' fondamentale che la comunità sviluppi consapevolezza del patrimonio naturalistico in cui vive, cosicché possa essere a conoscenza degli impatti ambientali a cui esso è sottoposto e applicare una serie di normative per favorire la compatibilità uomo-ecosistemi.

2) economica, cioè la capacità di generare una crescita costante degli indicatori economici. Ciò è possibile attraverso un aumento duraturo dei redditi della popolazione e tramite la creazione di posti di lavoro. Questi obiettivi devono essere raggiunti attraverso l'uso efficiente delle risorse, perseguendo un modello di sviluppo virtuoso.

3) sociale, cioè il coinvolgimento delle comunità locali e delle istituzioni nei progetti di conservazione ambientale.

Si parla di sviluppo sostenibile nel caso in cui tutti e tre gli obiettivi (sociale, economico ed ambientale) vengano perseguiti.

Tuttavia, il concetto di sostenibilità è complesso, così come risulta problematico definirne i confini applicativi. Sotto quest'aspetto emergono due filosofie distinte, delle quali la prima ritiene che sia possibile sostituire il capitale naturale con il capitale economico e sociale, mentre la seconda nega categoricamente tale eventualità. Si parla quindi di sostenibilità debole e sostenibilità forte²¹. E' evidente che le politiche di sviluppo sostenibile più forti sono anche le più lontane da compromessi e più orientate ad una tutela dell'ambiente incondizionata, mentre la sostenibilità debole garantisce risultati minori per quanto riguarda la protezione della natura.

²¹ Tinacci, Mossello 2008, pp. 75-76.

Nel 2002 Hunter riassume i possibili differenti gradi di sostenibilità, cioè *very weak*, *weak*, *strong* e *very strong*, indicando le caratteristiche peculiari di ognuno:

Tab. 1.3 – I gradi della sostenibilità

Sostenibilità	Caratteristiche
molto debole	<ul style="list-style-type: none"> • antropocentrica e utilitaristica • orientata alla crescita e sfruttatrice di risorse • utilizzo senza restrizioni di risorse naturali per soddisfare le scelte del singolo consumatore • possibile sostituzione illimitata tra capitale naturale e umano • benessere continuativo ed assicurato attraverso la crescita economica e l'innovazione tecnologica
debole	<ul style="list-style-type: none"> • antropocentrica e utilitaristica • conservatrice di risorse • la crescita è gestita e modificata • preoccupazione per la distribuzione dei costi e benefici dello sviluppo attraverso l'equità intra ed intergenerazionale • rifiuto dell'illimitata sostituzione tra capitale naturale e umano, • riconoscimento di alcuni aspetti del mondo naturale come "capitale critico" (per esempio lo strato di ozono, alcuni ecosistemi naturali) • capitale umano e naturale costanti o crescenti nel tempo • separazione degli impatti ambientali negativi dalla crescita economica
forte	<ul style="list-style-type: none"> • prospettiva (eco)sistemica • preservatrice di risorse • riconosce come valore primario il mantenimento della integrità funzionale degli ecosistemi mentre passa in secondo piano l'utilizzo delle risorse • gli interessi della collettività hanno più importanza delle preferenze del consumatore individuale • adesione all'equità intra ed intergenerazionale • separazione importante ma affiancata alla convinzione che un'economia allo stato stazionario è conseguenza del seguire la regola degli assets naturali costanti • zero crescita economica e demografica
molto forte	<ul style="list-style-type: none"> • bioetica ed eco-centrica, • a favore della minimizzazione dell'uso di risorse naturali • rispetto dei diritti degli organismi viventi non umani e anche di elementi abiotici secondo un'interpretazione letterale della teoria di Gaia²² • crescita anti-economica e per una popolazione umana ridotta

Fonte: Hunter, 2002, p.10 – Traduzione ed elaborazione propria.

²² La teoria di Gaia (Gaianism) è una filosofia, una visione etica del mondo che vede la Terra come un unico superorganismo vivente, che deve essere rispettato nella maniera più assoluta dall'uomo, che peraltro costituisce una parte integrante di questo sistema.

Il concetto di sostenibilità, pur con le sue difficoltà interpretative ed applicative, è centrale nelle politiche di tutela ambientale di tutto il pianeta.

Pertanto, è necessario comprendere come i principi esposti possano essere perseguiti nel settore turistico, sulla base di ciò che oggi è noto come **turismo sostenibile o responsabile**.

Già durante la Conferenza di Rio del 1992 il settore turistico fu identificato come una sorta di strumento in grado di promuovere lo sviluppo sostenibile su più fronti ed il capitolo 11 dell'Agenda 21 invita i governi a promuovere l'ecoturismo come soluzione per tutelare le foreste²³.

Tuttavia, a livello pratico, emerge una problematica di base: nel turismo, in particolar modo nelle aree protette, l'ambiente costituisce un vero e proprio prodotto, che viene consegnato ai visitatori a suo rischio e pericolo.

E' fondamentale quindi comprendere che, perché si possa parlare di turismo sostenibile, sono necessarie sia politiche di controllo da parte delle istituzioni sia comportamenti idonei da parte dei turisti in grado di preservare il patrimonio naturalistico presente.

Wight²⁴ descrive il turismo responsabile come il turismo il cui modello di sviluppo è appropriato e sostenibile nel tempo e dove l'abilità dell'ambiente di supportare altre attività e processi non è alterata, poiché il turismo non può essere isolato da altre attività di sfruttamento delle risorse. Nel cuore del turismo sostenibile vi è una serie di valori impliciti volti ad integrare gli obiettivi **economici, sociali e culturali**.

Perciò, alla stregua dello sviluppo sostenibile, la *triple bottom line* è valida e perseguita anche nel caso del turismo.

I benefici del turismo sostenibile sono molteplici, e tra questi possiamo elencare:

- tutela e rafforza il patrimonio naturalistico e culturale della destinazione
- tutela e migliora la qualità della vita e le opportunità economiche della popolazione
- soddisfa le esigenze di tutela ambientale del turista sul mercato

²³ Hardy 2002, p.480.

²⁴ Wight 1997. Traduzione ed elaborazione propria.

- è economicamente praticabile e garantisce un ritorno all'investimento per gli operatori turistici

- raggiunge l'equità nella distribuzione dei costi e benefici del turismo tra i differenti segmenti della comunità e tra le generazioni presenti e future. I risultati sono valutati non tanto nel breve termine quanto nel medio/lungo termine, perché deve essere garantita l'equità intra ed intergenerazionale.

Se gli obiettivi del turismo sostenibile appaiono chiari, è però difficile darne un'esatta definizione.

Esaminiamo quindi le definizioni più note²⁵ :

1) WTO (1993): soddisfa i bisogni dei viaggiatori e delle regioni ospitanti e allo stesso tempo protegge e migliora le opportunità per il futuro. Esso deve integrare la gestione di tutte le risorse in modo tale che le esigenze economiche, sociali ed estetiche possano essere soddisfatte, mantenendo allo stesso tempo l'integrità culturale, i processi ecologici essenziali, la diversità biologica e i sistemi viventi. I prodotti turistici sono quelli che agiscono in armonia con l'ambiente, la comunità e le culture locali.

2) Countryside Commission (1995): turismo che è in grado di sostenere le economie locali senza danneggiare l'ambiente dal quale dipende.

3) Eber (1992): il turismo sostenibile è il turismo, e le infrastrutture ad esso associate, che: sia oggi che nel futuro opera rispettando le capacità naturali di rigenerazione e futura produttività delle risorse naturali, individua il contributo che la popolazione e le comunità, le usanze e gli stili di vita danno all'esperienza turistica; riconosce che la popolazione locale e le comunità di queste aree naturali devono avere una quota equa di benefici economici.

4) Woodley(1993): il turismo sostenibile nei parchi (e in altre aree naturali) non può prescindere dalla sostenibilità in ogni singolo ecosistema.

5) Payne (1993): il turismo sostenibile deve essere capace di aggiungere opportunità economiche alle popolazioni locali senza pregiudicare la struttura dell'attività economica e senza interferire negativamente con le forme esistenti di organizzazione sociale. Infine, il turismo sostenibile deve rispettare i limiti imposti dalle comunità ecologiche.

²⁵ Butler, 1999, p.10 – traduzione ed elaborazione propria.

6) Bramwell et al. (1996): il turismo sostenibile è un turismo che si trasforma molto rapidamente, che rispetta l'ambiente e di conseguenza non favorisce il suo deperimento. Questo è importante soprattutto nelle aree inquinate. Il turismo sostenibile è un turismo responsabile.

Dalle definizioni analizzate è possibile notare la presenza contemporanea degli obiettivi sociali, economici ed ecologici esposti precedentemente: perché si possa parlare di sviluppo sostenibile, le tre finalità devono essere perseguite senza che una escluda le altre.

Condizione necessaria per non danneggiare l'ambiente è il rispetto dei limiti della *capacità di carico* (carrying capacity), cioè la capacità della biosfera di assorbire gli effetti inquinanti delle attività umane. Applicando il concetto al turismo, per capacità di carico turistico s'intende la massima portata di visitatori che un ecosistema è in grado di ospitare senza subire effetti negativi.

Il turismo sostenibile è praticabile e consigliato in tutte le località dov'è presente un ambiente da preservare, ed in particolare nelle aree protette, dal momento che un turismo non rispettoso ed esente da regole avrebbe conseguenze ancor più drammatiche, in quanto il patrimonio naturalistico sarebbe esposto a rischi enormi.

Allo stesso tempo, tuttavia, i parchi e le altre aree tutelate possono costituire un invito all'ecoturismo e ad una riconciliazione tra uomo e natura, sulla base del rispetto reciproco, della conoscenza e della sostenibilità. Uno strumento che può aiutare il raggiungimento di questi obiettivi è la Carta Europea per il Turismo Sostenibile.

1.7 - La Carta Europea per il Turismo Sostenibile

La Carta Europea per il Turismo Sostenibile (CETS) è stata elaborata dalla Federazione EUROPARC, sulla base delle raccomandazioni ambientali espresse nell'Agenda 21, dello studio di EUROPARC del 1993 intitolato "Loving them to death? Sustainable Tourism in Europe's Nature and National Parks" ed in particolare della Conferenza Mondiale sul Turismo Sostenibile, tenutasi ad Aprile del 1995 a Lanzarote.

Durante la Conferenza era emersa l'esigenza di affrontare il turismo con un *approccio globale*, dal momento che tale attività porta con sé sia

benefici, come il raggiungimento di obiettivi economici, sociali e culturali, ma anche problematiche come il degrado ambientale e la perdita di identità locale. Sulla base di queste considerazioni, i partecipanti elaborano un piano d'azione finalizzato a valutare il contributo del turismo alla sostenibilità globale, alla pianificazione ed al maggior coinvolgimento degli attori nel settore, e all'elaborazione di misure di sostegno alle zone più marginali e svantaggiate.

La Carta Europea per lo Sviluppo Sostenibile si ricollega a queste priorità, fornendo visibilità alle aree protette che non sempre sono note alla popolazione e divulgando i principi della tutela ambientale, anche attraverso la promozione di partenariati per il potenziamento e la pianificazione turistica.

La Carta è suddivisa in tre sezioni:

1) **Turismo sostenibile per l'area protetta**: dal momento che la Carta è programmata per operare su singole aree protette di qualsiasi tipologia, la prima sezione si pone l'obiettivo di individuare piani locali per rafforzare il turismo. L'area protetta, per ottenere il riconoscimento, deve accettare i principi dello sviluppo sostenibile enunciati sulla CETS, coinvolgere tutti gli operatori turistici locali nella gestione del territorio e definire una strategia a medio termine (5 anni) a favore di uno sviluppo turistico responsabile. Il programma di azione prevede una serie di finalità:

- protezione e valorizzazione del patrimonio naturale e culturale
- miglioramento della qualità dell'esperienza turistica
- sensibilizzazione del pubblico
- creazione di un'offerta turistica specifica
- maggior partecipazione di operatori turistici
- protezione e miglioramento della qualità della vita degli abitanti
- sviluppo economico e sociale
- controllo dell'affluenza e della tipologia turistica

Se l'area tutelata adempie ai requisiti necessari, può rivolgere domanda di riconoscimento alla federazione EUROPARC, che sarà seguita da una serie di verifiche svolte dalla Commissione Europea di Valutazione, affinché sia certificata la validità del piano d'azione.

Se l'esito delle valutazioni è positivo, l'area protetta riceve un certificato valido per 5 anni. Al riconoscimento seguirà un periodico monitoraggio, e al termine dei cinque anni la Commissione Europea di Valutazione dovrà ricevere un rapporto dettagliato sui risultati ottenuti. Il rinnovo dell'appartenenza alla Carta invece prevede la redazione di una nuova strategia e di un nuovo piano d'azione.

2) Turismo sostenibile per le imprese turistiche locali: l'impresa che aderisce alla CETS si impegna a lavorare in collaborazione con l'istituzione che gestisce l'area protetta e ad attuare tutte le pratiche necessarie per ridurre l'impatto ambientale della sua attività, conseguendo così i riconoscimenti previsti. L'impresa turistica deve :

- accettare i principi dello sviluppo sostenibile ed applicarli all'attività svolta

- elaborare una strategia a medio termine (3 anni) in stretto partenariato con l'istituzione che gestisce l'area protetta, al fine di contribuire a uno sviluppo turistico sostenibile sul territorio

- articolare la strategia in un programma di azioni volte alla difesa e valorizzazione del patrimonio naturale e culturale, al miglioramento della qualità dell'offerta turistica, alla sensibilizzazione del pubblico, alla creazione di un'offerta turistica specifica, alla formazione del personale, alla protezione e miglioramento della qualità della vita degli abitanti, allo sviluppo socio-economico e al controllo dell'affluenza e della tipologia turistica.

3) Turismo sostenibile per i tour operator: come per l'impresa ricettiva che aderisce alla Carta, anche gli organizzatori di viaggi verso e nelle aree protette si impegnano alla tutela dell'ambiente e delle culture locali nell'esercizio della loro attività.

Il programma di azione ha una validità più breve rispetto al caso precedente (un anno anziché tre) e l'impegno dell'organizzatore di viaggi si attua su quattro fronti principali:

- rispetto dell'ambiente
- sostegno allo sviluppo economico e sociale
- protezione della qualità della vita
- soddisfazione della clientela.

La descrizione del turismo sostenibile a livello teorico nonché a livello applicativo, è integrata con alcuni dati statistici quantitativi e qualitativi relativi al settore turistico nelle aree protette italiane negli ultimi anni.

1.8 - Il turismo italiano nelle aree protette – Statistiche

L'analisi svolta dimostra che le aree protette ed il settore turistico, soprattutto negli ultimi anni, hanno trovato molteplici punti d'incontro di differente natura e tipologia. Tuttavia risulta difficile riuscire a misurare i dati sul turismo in queste località per varie ragioni: innanzitutto i confini comunali non sempre coincidono con quelli dell'area protetta, inoltre è praticamente impossibile disporre di statistiche esatte sul pendolarismo turistico ed infine è possibile che alcune indagini non recenti siano andate perdute.

I rapporti Ecotur sul Turismo Natura, elaborati dall'Osservatorio Permanente sul Turismo Natura sulla base dei dati raccolti da Istat, Enit e l'Università degli Studi di L'Aquila, sono un'importante fonte statistica sulle aree protette.

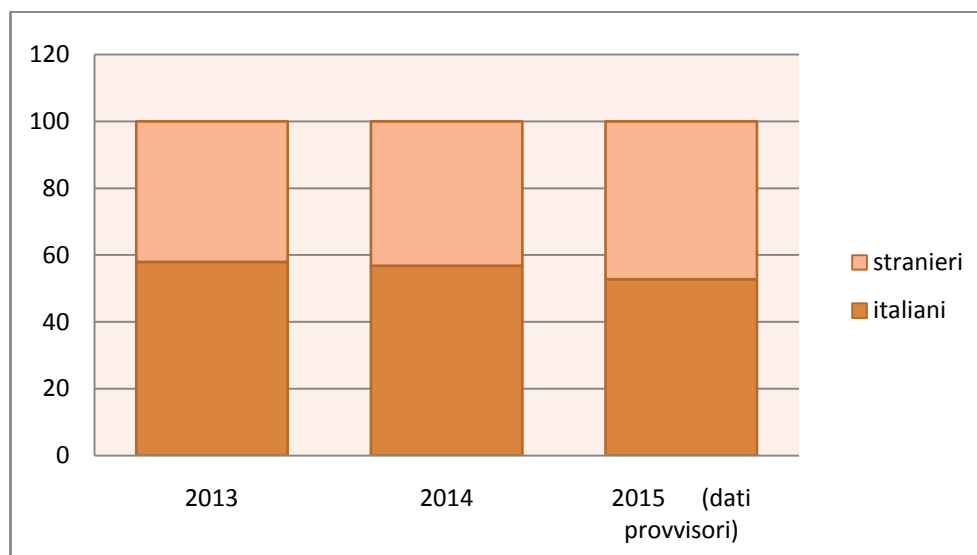
Attraverso questi rapporti possiamo avere un quadro d'insieme sui flussi turistici relativi al turismo-natura²⁶, analizzando le molteplici variabili utili alla comprensione del fenomeno:

- Le presenze nelle strutture ricettive delle aree protette hanno visto un costante aumento negli ultimi 10 anni: infatti, da un numero poco superiore a 94 milioni nel 2007, il dato nel 2014 ha superato per la prima volta i 102 milioni complessivi.

- L'indice di internazionalizzazione vede la presenza prevalente di turisti italiani rispetto agli stranieri, ma questi ultimi sono proporzionalmente aumentati negli ultimi tre anni.

²⁶ Si veda in generale il 13° rapporto Ecotur, 2016.

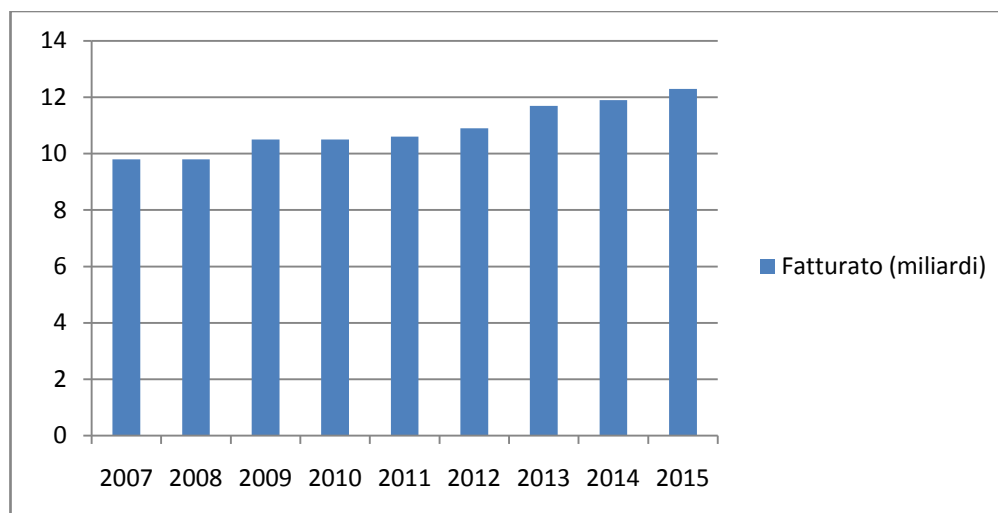
Fig. 1.3 – Percentuale di turisti italiani e stranieri nelle aree protette



Fonte: 13° rapporto Ecotur – Elaborazione propria

- Anche il fatturato ha avuto il medesimo trend: a fronte dei 9,8 miliardi di euro del 2006 e del 2007, il 2014 ha registrato ben 11,9 miliardi di ricavi.

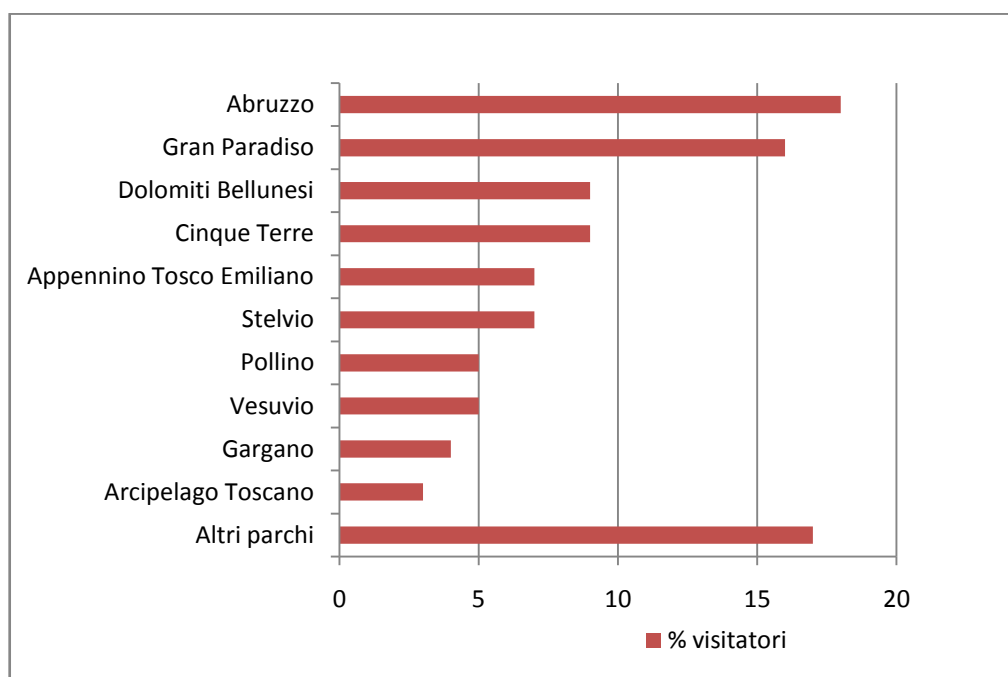
Fig. 1.4 – trend del fatturato (in miliardi di euro) nelle aree protette italiane



Fonte: Il Sole 24 ore e 13° rapporto Ecotur – Elaborazione propria

- I parchi più visitati risultano essere i due più antichi, cioè il Parco Nazionale d’Abruzzo (18%) e il Gran Paradiso (16%), seguono due parchi del Nord Italia, cioè le Cinque Terre e le Dolomiti Bellunesi, entrambi al 9%. Emerge comunque una importante affluenza in tutti i Parchi italiani, che possiamo dedurre dal fatto che la categoria “altri” ha un peso del 17% sul totale.

Fig.1.5 – Percentuale visitatori Parchi Nazionali italiani



Fonte: 13° rapporto Ecotur – Elaborazione propria

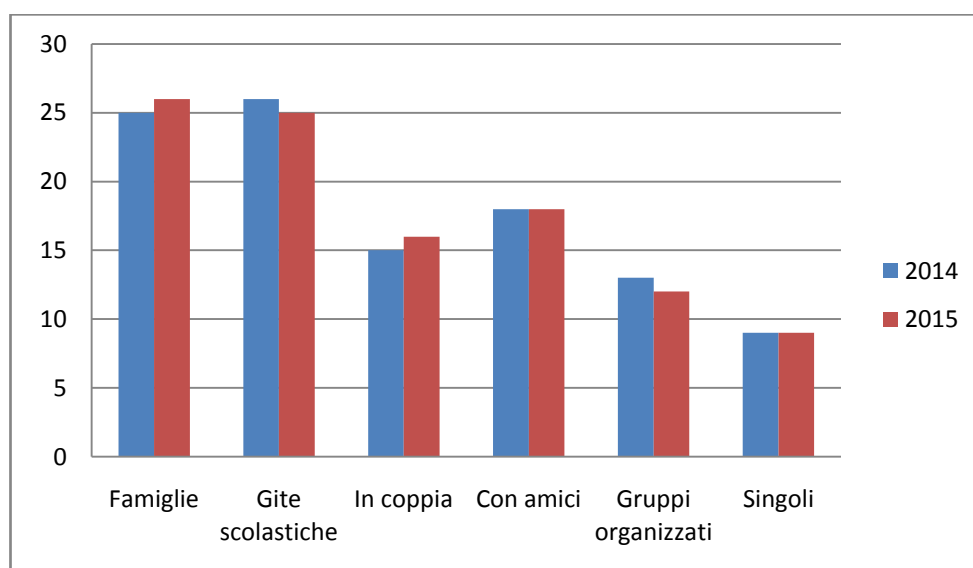
- Dal 2010 ad oggi, soltanto poco più del 50% dei turisti richiedono in modo esplicito il “prodotto parchi” pur visitandoli. Ciò testimonia una consapevolezza non sempre presente del visitatore verso la natura stessa e la conoscenza limitata delle aree protette nel territorio Italiano.

- Sulla base di un questionario proposto da Ecotur ai responsabili dei parchi nazionali, regionali, delle riserve naturali statali e delle aree marine protette, l’età media dei fruitori dei parchi è prevalentemente dai 31 ai 60 anni (40%), seguiti dai turisti fino a 15 anni (24%), i giovani dai 16 ai 30 anni (21%) ed infine gli over 60 (15%).

- Il titolo di studio dei visitatori dei parchi risulta essere un fattore positivo per la conoscenza e salvaguardia dell’ambiente. Infatti i visitatori del 2015 risultano essere per il 32% laureati, per il 44% con un diploma di scuola media superiore e soltanto il 24% sono privi di entrambi.

- A livello di tipologia, distinguendo i turisti in *famiglie, gite scolastiche, in coppia, con amici, gruppi organizzati* e *singoli*, si può notare che sono prevalenti i viaggi di famiglia e le gite d’istruzione. I dati del 2014 e 2015, riportati nel grafico, non denotano sostanziali variazioni tra i due anni.

Fig. 1.6 – Tipologie fruitori Parchi Nazionali Italiani (in percentuale)

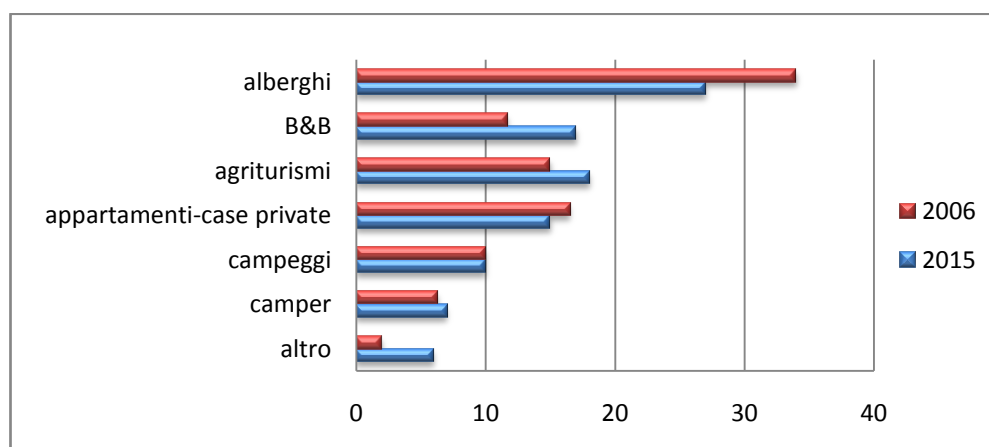


Fonte: 13° rapporto Ecotur – Elaborazione propria

- Il turismo nelle aree protette è prevalentemente di breve durata: nel 2015 i visitatori che restano in queste località soltanto per un giorno sono ben il 28%, e il 27% si trattiene soltanto per il weekend, il 22% invece opta per 3 giorni, il 15% una settimana e soltanto l'8% decide di pernottare per più di 7 notti.

- Negli ultimi 10 anni la ricettività alberghiera ha diminuito il suo rilievo in percentuale, a favore di altre strutture ricettive. Nel successivo grafico vediamo infatti che gli alberghi sono passati dal 34% del 2006 al 27% del 2015, mentre è aumentata sensibilmente l'incidenza degli agriturismi e dei b&b, che insieme hanno raggiunto il 35% dell'offerta ricettiva totale (dal 27% del 2006).

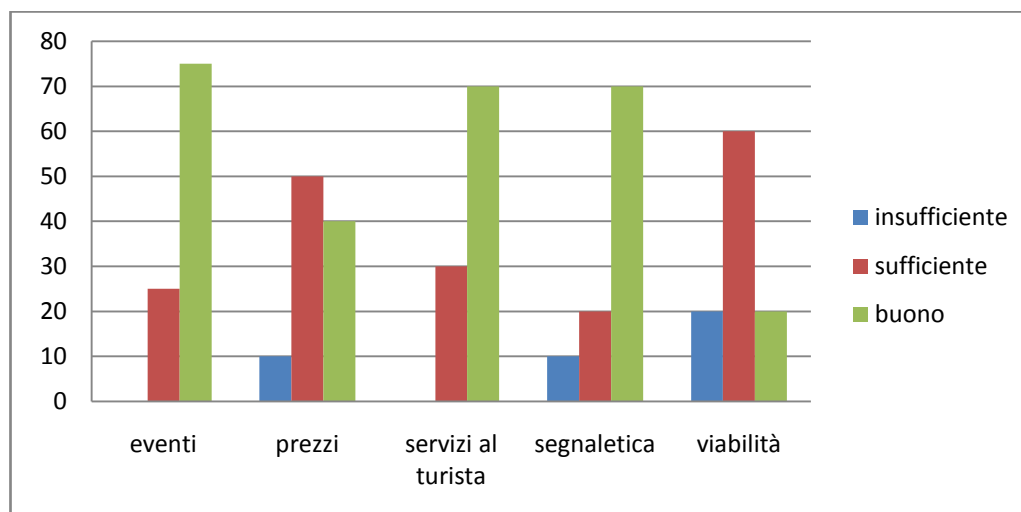
Fig. 1.7 – Variazione tipologie strutture ricettive nelle aree protette (in percentuale)



Fonte: 13° rapporto Ecotur – Elaborazione propria.

- Nel 2015 è stato chiesto ai gestori dei Parchi la loro opinione riguardo ad alcune variabili dell' offerta turistica e alle infrastrutture. Dai dati raccolti emerge un giudizio molto positivo in merito alla presenza di eventi e servizi al turista, mentre appare ancora non del tutto soddisfacente la situazione relativa ai prezzi, alla segnaletica e soprattutto alla viabilità.

Fig. 1.8 – Giudizi gestori Parchi sui servizi anno 2015 (in percentuale)



Fonte: 13° rapporto Ecotur – Elaborazione propria

Altri dati statistici sono disponibili da un documento redatto da Si.Camera (Sistema Camerale Servizi - Unioncamere) in occasione dell'EXPO 2015 di Milano²⁷. Anche da questi possiamo trarre informazioni rilevanti sul fenomeno turistico nelle aree protette:

- Il territorio dei Parchi Nazionali, che coinvolge più di 500 Comuni italiani su 8.101 (poco più del 6% sul totale) vede la presenza di circa 55.000 strutture ricettive (34,6% del totale) e quasi 2 milioni di posti letto (39,7%).

- Le strutture ricettive sono costituite da 12.000 alberghi (36,1% sul totale di strutture alberghiere nazionali) e 42.000 esercizi extra-alberghieri (38,7%).

- La ricettività risulta fortemente stagionale, in quanto la percentuale di vendita delle camere è oltre il 50% nel periodo tra Luglio e

²⁷ Il 9 settembre 2015, durante l'Expo di Milano, si è tenuta una Conferenza sul tema "La Carta Europea Turismo Sostenibile nelle aree protette. CETS, uno strumento e una certificazione per la tutela della natura, lo sviluppo del territorio e il dialogo tra parchi, imprese locali e tour operator". In quest'occasione è stato presentato il documento: "Il Turismo nei Parchi: Scelta o coincidenza?" elaborato da Si.Camera (Sistema Camerale Servizi – Unioncamere).

Agosto, mentre tra Gennaio - Marzo e Novembre - Dicembre la soglia è al di sotto del 30%.

- La motivazione principale per cui i turisti scelgono una località rilevante dal punto di vista naturalistico è costituita dalla natura stessa. Altri fattori importanti sono il rapporto qualità-prezzo, il desiderio di conoscenza e l'esigenza di ristoro. Invece, l'enogastronomia e lo sport risultano essere ancora motivazioni non molto diffuse.

Tab. 1.4 – Motivazioni della scelta da parte dei visitatori delle aree protette

Motivazione del soggiorno	Totale (%)
Natura	53,7
Rapporto qualità-prezzo	38,6
Patrimonio artistico-monumentale	33,1
Il desiderio di vedere un posto mai visto	33
Luogo ideale per riposarsi	31,3
Facilità di raggiungimento	24,3
Presenza di casa nella località scelta	21,5
Località esclusiva	20,9
Ospitalità di amici o parenti	19,5
Enogastronomia	13,9
Vicinanza rispetto all'origine del viaggio	13,6
Clients abituali della struttura ricettiva selezionata	12,5
Visita di luoghi/svolgimento di attività uniche	11,6
Luogo adatto per bambini piccoli	9
Divertimenti	8,3
Sport	7,8
Benessere e fitness	4
Eccellenze italiane	3,9

Fonte: elaborazione propria da dati Si.Camera

- Nel 2014, i turisti che dichiarano di aver dormito all'interno di un'area protetta sono circa 2,5 milioni, dei quali 1,5 milioni hanno scelto tale destinazione per motivazione di visita consapevole.

- I turisti che hanno visitato un parco naturale durante la loro vacanza sono stati ben il 23,8% del totale.

- La natura risulta essere una meta desiderata non solo da una parte consistente di italiani, ma anche di visitatori stranieri: il 29,2% di questi ultimi ha dichiarato che la natura stessa è la ragione per cui sono venuti in Italia. Infatti dai dati statistici relativi al turismo straniero in Italia, tra le motivazioni la natura occupa il quarto posto, dietro alla cultura, l'enogastronomia e la storia.

CAPITOLO 2 - GLI STUDI SUL TURISMO NELLE AREE PROTETTE

Il rapporto tra turismo e natura è complesso e ricco di sfaccettature e, per le difficoltà che presenta, può risultare difficile analizzarlo.

L'obiettivo di questo capitolo è comprendere innanzitutto quali sono le problematiche legate ad uno studio sul settore turistico in un'area protetta sottoponendo ad esame le tipologie di lavori effettuati in merito, con particolare attenzione alle metodologie utilizzate ed ai risultati ottenuti.

Per poter avere una visione concreta sullo stato dell'arte di tali indagini, sono state scelte e descritte sinteticamente 10 pubblicazioni, per metà italiane e per metà straniere.

La raccolta della documentazione è stata svolta prevalentemente online, attraverso una ricerca bibliografica su motori di ricerca scientifici (in particolare Google Scholar e Science Direct), sulla base di alcuni passaggi:

- La prima selezione è avvenuta attraverso l'utilizzo di parole chiave, come "tourism protected areas", "sustainable tourism", "tourism in National Parks".

- Successivamente gli studi reperiti durante la ricerca sono stati analizzati, escludendo tutti quelli che non si erano avvalsi di un lavoro sul campo.

- La terza ed ultima selezione è stata effettuata con l'obiettivo di rendere il campione di pubblicazioni il più diversificato possibile, sia in termini geografici, sia a livello d'approccio d'indagine.

La scelta di utilizzare anche alcune fonti estere è dovuta al fatto che le problematiche relative alla sostenibilità del turismo nelle aree protette sono, soprattutto negli ultimi decenni, di portata globale. I lavori esaminati sono di tipologie differenti (pubblicazioni scientifiche, tesi di dottorato, libri di testo, articoli): la decisione di raccogliere documenti di carattere eterogeneo è volta a comprendere quali possono essere le differenze metodologiche tra un genere di studio e l'altro, per avere un quadro più completo delle problematiche affrontate.

Dalla raccolta delle fonti è emersa una vasta presenza di documenti riguardanti la questione oggetto di studio, in particolare il turismo sostenibile.

2.1 – Obiettivi, metodologie e criticità

L'analisi del turismo nelle aree protette è certamente uno studio ricco di utilità a livello teorico e pratico. Riprendendo la già esposta *triple bottom line*, gli obiettivi di una ricerca dedicata al settore turistico in questi luoghi possono essere di carattere:

- ambientale, se il lavoro intende verificare gli impatti che i flussi turistici possono provocare sugli ecosistemi.
- economico, se lo scopo dello studio è analizzare come il turismo possa rilanciare l'economia delle località all'interno delle aree protette
- sociale, se l'indagine è finalizzata a comprendere come coinvolgere il maggior numero di stakeholders e la comunità stessa nei progetti legati al turismo.

Solitamente le pubblicazioni in materia vedono la compresenza di tutte e tre le finalità descritte, come del resto il turismo sostenibile non può prescindere da nessuna di queste componenti.

In ogni caso, l'analisi degli effetti del turismo sulle aree protette deve avere un approccio sistemico, dal momento che tale settore va ad interessare una serie di ambiti collegati tra loro, e pertanto ognuno di essi dev'essere studiato non in modo separato dagli altri ma tenendo conto delle possibili interrelazioni.

La scelta delle metodologie è un elemento essenziale in tali tipi di indagine: la decisione di avvalersi di un metodo piuttosto che un altro influenzerà inevitabilmente gli esiti della ricerca.

Sulla base delle pubblicazioni poi descritte singolarmente, i principali strumenti di indagine utilizzati sono:

- le statistiche su domanda e offerta turistica: i dati numerici sono fondamentali per avere un'idea generale sui flussi turistici. Attraverso gli indicatori di arrivi, presenze e permanenza media è possibile valutare il trend del settore nell'area protetta, ed osservare se la durata della vacanza si

è allungata oppure contratta. Allo stesso tempo è importante conoscere le dinamiche relative alla stagionalità. La costruzione di tabelle, grafici e soprattutto serie storiche è utile e semplifica la lettura dei fenomeni sopracitati. Oltre ai fattori legati alla domanda turistica, è centrale analizzare anche il lato dell'offerta, per conoscere il quantitativo di strutture ricettive, i servizi da esse offerti, le loro caratteristiche e tipologie. Altre statistiche d'interesse sono i dati di centri visita, musei, mostre su temi ambientali situate sul territorio. I metodi per disporre di questi riferimenti sono la ricerca ed elaborazione di informazioni fornite da organismi e istituzioni come gli Osservatori Turistici provinciali e regionali, alcuni Enti pubblici, Camere di Commercio.

- dati sui visitatori: valutare le caratteristiche dei villeggianti (età, professione, titolo di studio, provenienza, ecc.) può essere un'importante chiave di lettura per comprendere le tipologie di turismo presenti nell'area protetta. Allo stesso tempo è interessante avere informazioni sulle modalità di organizzazione dei turisti stessi, come ad esempio l'eventuale consapevolezza di questi di trovarsi all'interno di un parco naturale, oppure sulle motivazioni del viaggio o sul modo di prenotazione utilizzato. Per avere questo genere di dati, lo strumento di rilevazione più diffuso è il questionario cartaceo o l'intervista diretta, che possono essere rivolti in primis ai visitatori oppure ad altri soggetti come titolari di strutture o operatori turistici.

- dati ambientali: l'impatto ambientale del turismo nelle aree protette è argomento di ricerca presente in numerose pubblicazioni, specialmente quelle in cui è studiato in termini di turismo sostenibile. Esistono vari metodi per misurare i differenti effetti sugli ecosistemi: ad esempio l'uso di appositi indicatori di pressione può dare risposte attendibili sui risvolti turistici riguardanti la biodiversità, il paesaggio, l'inquinamento delle acque ecc.

- dati demografici e territoriali: l'analisi dell'area protetta non può prescindere dalla conoscenza della realtà demografica e morfologica del territorio, che implicano differenti conseguenze del turismo sull'area in questione.

- domanda di ricerca e teoria economica: ogni pubblicazione si pone un obiettivo, o alcuni obiettivi ben precisi, e la metodologia scelta dev'essere attinente al raggiungimento di questi. Di solito sono selezionati teorie economiche di riferimento (come vedremo, ad esempio, il concetto di esternalità per il testo di Bimonte e Pagni o le teorie di Porter per la tesi di Conti) o modelli di analisi specifici (in particolare la valutazione contingente attuata tramite la verifica della disponibilità a pagare) che accompagnano la trattazione dell'argomento. Soprattutto nelle riviste scientifiche è comune il riferimento ad altre pubblicazioni che trattano la stessa tematica.

La molteplicità di obiettivi e metodologie applicative comporta sicuramente dei vantaggi, tra cui la possibilità di affrontare la questione legata al turismo nelle aree protette da tante angolazioni diverse. Infatti è evidente come alcune fonti affrontino maggiormente le problematiche di carattere ambientalistico mentre altre decidano al contrario di soffermarsi sull'aspetto sociale o meramente economico. Tuttavia esistono limiti che possono condizionare negativamente gli studi effettuati, compromettendone in parte gli esiti. Tra questi, i principali sono :

- difficoltà di reperimento dei dati: le statistiche sul turismo nelle aree protette non sempre sono a disposizione, e, laddove sono presenti, necessitano in ogni caso di numerose rielaborazioni. Le difficoltà di raccolta dei dati riguardano riferimenti numerici remoti nel tempo, spesso andati perduti o il cui ritrovamento è arduo, oppure di compilazione recente ma non ancora consultabili, poiché le pubblicazioni di molteplici documenti annuali, a causa della loro complessità, sono messi a disposizione non nell'immediato ma con un ritardo, che può andare da pochi mesi ad oltre un anno.

- selezione del campionamento: l'utilizzo di un campionamento statistico, per interviste e questionari, è necessario perché altrimenti questi metodi d'indagine non sarebbero materialmente possibili. I campionamenti non sono casuali bensì a scelta ragionata o probabilistici. Nonostante l'oculatezza della selezione, ogni qual volta che viene esclusa una parte della "popolazione" in esame, è inevitabile che si verifichi un margine d'errore che comporta alcune inesattezze.

- fastidio statistico: con questo termine, coniato dall'Istat, s'intende il disturbo provocato ai campioni scelti nel momento in cui ad essi viene chiesto di essere sottoposti ad un'indagine. Nelle interviste e soprattutto nei questionari può avvenire che i campioni rinuncino a rispondere alle domande oppure partecipino senza l'impegno auspicabile ed in modo sbrigativo. Questi comportamenti finiscono per distorcere i risultati ottenuti.

Tenendo conto di queste premesse, viene affrontata la trattazione dei seguenti 10 testi selezionati:

- 1) BIMONTE S., PAGNI R. (a cura di) [2003], *Protezione, fruizione e sviluppo locale: aree protette e turismo in Toscana*, IRPET – Regione Toscana, Firenze.
- 2) CONTI C. [2007], *L'area protetta come destination: verso uno sviluppo turistico sostenibile*, Tesi di Dottorato, Dipartimento di Economia Aziendale, Università di Napoli.
- 3) MARANGON F., TEMPESTA T. [1999], "Obiettivi pubblici e private nella gestione delle aree protette. Il caso della Riserva Naturale delle Cascate di Molina (VR)", *Aestimum* 38, pp. 107 – 133.
- 4) ROMANO S., LUONGO V. [2003], "La valutazione del potenziale turistico del Parco Nazionale del Pollino", *Aestimum* 43, pp. 55 – 98.
- 5) TEMPESTA T., THIENE M. [1999], *Turismo ed attività ricreative nel Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi*, Padova.
- 6) KAMRI T., RADAM A. [2013], "Visitors' Visiting Motivation: Bako National Park, Sarawak", *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 101, 2013, pp. 495 – 505.
- 7) KEPE T. [2001], "Tourism, protected areas and development in South Africa: views of visitors to Mkambati Nature Reserve", *South African Journal of Wildlife Research* 31 (3&4), pp.155 – 159.
- 8) ARDAHANLIOĞLU Z.R.B, ÖZHANCI E. [2014], "Tourism pressure in protected areas; Butterflies Valley case", *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 120, pp. 386 – 393
- 9) NEPAL S.K. [2000], "Tourism in protected areas. The Nepalese Himalaya", *Annals of Tourism Research* 27 (3), pp. 661 – 681.

- 10) MATHIEU L.F., LANGFORD I.H., KENYON W. [2003], “Valuing marine parks in a developing country: a case study of the Seychelles”, *Environment and Development Economics* 8 (2), pp. 373 – 390.

Vengono analizzate dapprima le pubblicazioni in lingua italiana e successivamente quelle in inglese; segue una valutazione conclusiva su tutti i documenti esaminati.

2.2 – Protezione, fruizione e sviluppo locale: aree protette e turismo in Toscana (IRPET, Regione Toscana, a cura di Salvatore Bimonte e Roberto Pagni)

Il lavoro di Bimonte e Pagni è un testo di dimensioni significative (oltre 200 pagine), ed è stato pubblicato dall’IRPET (Istituto Regionale Programmazione Economica Toscana) e dal dipartimento delle Politiche territoriali ed ambientali della Regione Toscana.

Il saggio si apre con tre capitoli introduttivi: il primo presenta il concetto di sviluppo sostenibile, il secondo sposta l’attenzione sui beni pubblici, di cui i Parchi Nazionali fanno parte, e sulle esternalità ad essi legati, mentre il terzo descrive le tipologie di turismo che si esplicano nelle aree protette, focalizzandosi soprattutto sull’ecoturismo.

Al termine della parte iniziale viene affrontato il primo caso di studio, una comparazione tra il turismo naturalistico (o, riprendendo la dicitura del testo, “naturalistico”) ed il normale turismo balneare all’interno del Parco Naturale della Maremma.

La distinzione tra una tipologia e l’altra di visitatori è stata attuata attraverso la creazione di due distinti campioni rappresentativi, il primo costituito dai turisti naturalisti che hanno visitato il Parco pagando un regolare biglietto di ingresso, il secondo formato dai turisti balneari che si sono limitati a visitare la zona costiera.

Sulla base di questa suddivisione è stato sottoposto il medesimo questionario ad entrambe le categorie, per evidenziare eventuali differenze tra l’uno e l’altro gruppo. Gli esiti sottolineano che:

- i turisti natura sono prevalentemente imprenditori o liberi professionisti, mentre fra i turisti balneari prevalgono gli studenti e gli impiegati;

- il turismo balneare registra una maggiore presenza di under 25, mentre l'età media dei turisti natura è più elevata;

- l'86% dei visitatori del Parco intervistati dichiara di avere un reddito familiare superiore ai 35.000 euro, mentre il 59% dei turisti balneari si posiziona nello scaglione tra i 5.000 e i 15.000 euro. Di conseguenza i primi hanno una spesa media giornaliera più elevata rispetto agli altri;

- i turisti natura sono per il 53% italiani (64% del Nord Italia e 34% del Centro Italia), mentre i turisti balneari sono per il 76% italiani, di cui il 78% provenienti dal Centro Italia, cioè dalle aree più vicine;

- poco più del 30% dei turisti di entrambe le tipologie pernotta in albergo. I turisti natura hanno una preferenza per gli agriturismi (30%), mentre i turisti balneari per il campeggio (31%);

- entrambe le categorie si assestano su una durata media del soggiorno di circa 15 giorni e la vacanza è per la maggior parte auto-organizzata. Quasi tutti i turisti intervistati si dichiarano propensi a tornare in Maremma e si sentono di consigliare la visita dell'area.

Il testo prosegue con ulteriori indagini su altri parchi della Regione Toscana: il Parco Nazionale dell'arcipelago Toscano; il Parco Regionale di Migliarino, San Rossore, Massaciuccoli; infine la Riserva naturale regionale di Sasso Simone.

La metodologia di studio è pressoché la stessa per le prime due aree protette considerate, e prevede:

- caratteristiche generali dei Comuni dell'area protetta (territorio, popolazione, occupazione) e confronto con le medie regionali

- analisi delle strutture ricettive (quantità esercizi, posti letto, tipologie)

- analisi dei flussi turistici, in particolare presenze ed arrivi

- identikit del turista (età, titolo di studio, professione, provenienza, tipo di compagnia)

- altre informazioni sul soggiorno (consapevolezza di trovarsi in un'area protetta o meno, modalità di organizzazione della visita, modalità di

conoscenza dell'area protetta, tipologia della struttura scelta, mezzo di trasporto utilizzato, giornate di presenza e durata della visita, spesa giornaliera, attività svolte)

- considerazioni conclusive

Inoltre sono state effettuate altre indagini nelle singole aree:

- sono descritte le modalità di utilizzo del marchio di qualità del Parco Nazionale dell'arcipelago Toscano

- allo stesso modo, il Parco di Migliarino, San Rossore e Massaciuccoli ha optato per l'istituzione del marchio di qualità per le produzioni biologiche ed ha avviato il processo per la registrazione ambientale EMAS.

Lo studio sulla riserva di Sasso Simone, invece, si limita ad analizzare le varie tipologie di soggetti coinvolti nelle attività turistiche e le modalità di gestione dell'area protetta, esaminando i punti di forza e debolezza della località.

La terza ed ultima parte del lavoro di Bimonte e Pagni si occupa di tre tematiche: la prima descrive gli indicatori di pressione atti a valutare l'impatto ambientale delle attività antropiche sul paesaggio, sulla biodiversità, sulle acque ed altri ecosistemi, spiegando al contempo le modalità di monitoraggio e le attività di programmazione in tal senso; la seconda esamina in breve il mercato immobiliare nel Parco della Maremma mentre il capitolo conclusivo riassume i risultati dello studio aggregando i dati raccolti e mostrando che i Parchi toscani analizzati sono luoghi dove i turisti praticano passeggiate, visite di borghi e visite guidate negli ambienti naturali in percentuale superiore alla media nazionale riferita ai Parchi. Tuttavia emerge ancora una parte di visitatori (circa il 20%) che, pur trovandosi all'interno di un'area protetta, non ne ha la consapevolezza.

Il testo dell'IRPET risulta essere molto dettagliato ed i suoi principali pregi sono la trattazione meticolosa di numerose aree protette, l'utilizzo appropriato di statistiche e, ove possibile, serie storiche, la raccolta di informazioni tramite questionari ben strutturati.

Gli unici limiti sono costituiti dall'inevitabile obsolescenza dei risultati (la pubblicazione risale al 2003 e rispetto ad allora il settore turistico nelle aree protette ha senza dubbio avuto una sua evoluzione) e

dalla non sempre presente uniformità d'indagine dei singoli casi di studio, visibile soprattutto nell'analisi della Riserva di Sasso Simone, dove i dati quantitativi su domanda ed offerta turistica non sono riportati, a differenza di quanto risulta per gli altri Parchi esaminati.

2.3 - L'area protetta come *destination*: verso uno sviluppo turistico sostenibile (Tesi di dottorato di Claudia Conti, Università di Napoli)

La Tesi di dottorato di Claudia Conti è, tra i dieci lavori presi in esame, il più voluminoso (275 pagine, bibliografia esclusa).

Il progetto di ricerca è espresso nel titolo e soprattutto nell'introduzione: attraverso un approccio sistemico, lo studio si pone l'obiettivo di comprendere come lo sviluppo turistico dell'area protetta possa essere attuato *ponendo al centro il sistema territoriale, ossia la destination*²⁸.

L'organizzazione Mondiale del Turismo definisce il *Destination Management Organization (DMO)* come la *Gestione coordinata di tutti gli elementi che compongono una Destinazione (attrazioni, accesso, marketing, risorse umane, immagine e prezzi)*. Esso adotta un approccio strategico per collegare tra loro entità molto diverse per una migliore *Gestione della Destinazione*²⁹. Questo modello rappresenta la base della metodologia del lavoro, che si riallaccia a noti studi della teoria manageriale tra cui i Sistemi Locali di Offerta Turistica (SLOT), il concetto di "cluster" sviluppato da Porter, la Resource-Based Theory (RBT), la teoria degli stakeholders e la Corporate Social Responsibility.

Il testo è suddiviso in quattro macro capitoli:

1) **Le aree naturali protette tra turismo e sviluppo sostenibile:** la prima parte della tesi introduce la nozione di sviluppo sostenibile (Daly 1981), focalizzandosi sull'evoluzione del concetto negli anni, sulla differenza tra sviluppo sostenibile forte e debole e descrivendo la *triple bottom line* di Elkington. Segue una breve descrizione storica delle aree protette in America, Europa ed infine in Italia, con riferimenti alla legge-

²⁸ Conti 2007, p. 6.

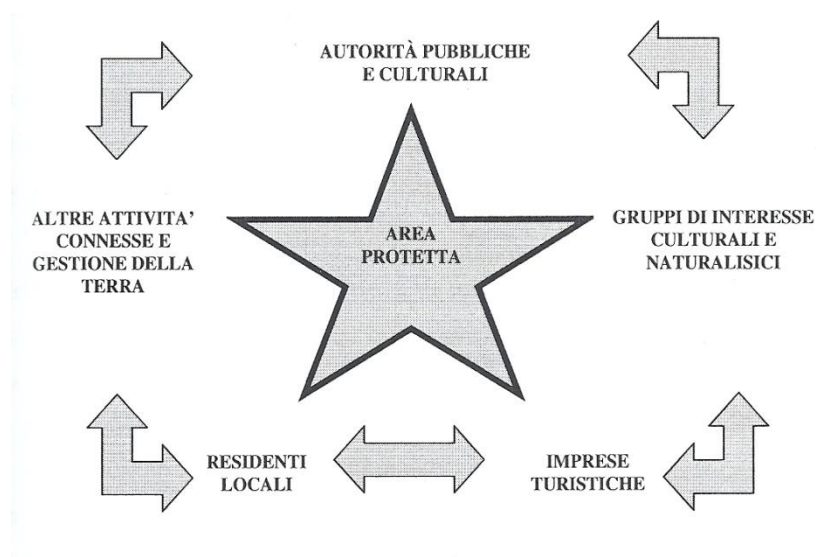
²⁹ www.stmedproject.eu

quadro del 1991. L'ultima parte del capitolo riguarda il rapporto tra sostenibilità e turismo, descritto in termini di peculiarità, di obiettivi ed impatti ambientali.

2) Domanda ed offerta di turismo nei parchi italiani: il secondo capitolo si ricollega al precedente introducendo innanzitutto il concetto di “turismo sostenibile” e soffermandosi sulle possibili tipologie di quest'ultimo, in particolar modo l'ecoturismo. Successivamente, lo studio si concentra sui Parchi, dei quali sono esaminate le caratteristiche della domanda turistica (tipologia organizzativa, età dei visitatori, provenienza, strutture utilizzate, permanenza media, attività preferite, motivazioni del viaggio, preferenze per regione), dell'offerta (strutture ricettive e posti letto) e dell'impatto economico (analisi del fatturato), con una stesura conclusiva di limiti e criticità del settore nelle aree protette.

3) Valorizzare le aree protette: progettazione di un sistema di offerta turistica: in questa parte del testo l'autrice riprendendo la domanda di ricerca analizza l'area protetta come “tourism destination”, con numerosi riferimenti alla letteratura relativa all'argomento. Particolarmente interessanti sono le sezioni dedicate al marchio del parco e alle tipologie di stakeholders coinvolti nella valorizzazione dell'area.

Fig. 2.1 – l'area protetta e i suoi stakeholders



Fonte: Conti 2007, p. 187

La conclusione del capitolo riguarda i sistemi di monitoraggio atti a controllare lo sviluppo della *destination* area protetta e sono riportati vari

indicatori di prestazioni, indicatori ambientali e sociali che permettono la misurazione di numerose variabili.

4) L'indagine empirica: proposte e best practice per un turismo di qualità: l'ultimo capitolo effettua una serie di osservazioni empiriche tramite il *case study method*³⁰, ovvero l'analisi comparata di alcune realtà. La metodologia di indagine comprende l'uso di:

- documenti
- interviste
- osservazione diretta.

I parchi studiati sono in tutto 13 (12 italiani, uno finlandese) e le tematiche affrontate sono molteplici (valorizzazione delle risorse strategiche, costruzione di partnership, gestione della qualità dei servizi, creazione dei marchi di qualità, costruzione di reti).

La conclusione della tesi sottolinea come l'Italia abbia, all'interno dei suoi Parchi naturali, non solo un patrimonio naturalistico inestimabile, ma anche un prodotto turistico poliedrico che con successo può integrarsi con l'arte, la cultura, l'enogastronomia e le tradizioni locali³¹. Inoltre anche i turisti sono sempre più propensi a ricercare la natura, non solo per la sua bellezza ma anche per la capacità di accoglienza che il territorio e la sua comunità sono in grado di offrire. Tuttavia le potenzialità delle aree protette non sono ancora sfruttate appieno e persistono problematiche gestionali ed ambientali che l'uomo potrà risolvere se attuerà politiche di valorizzazione del territorio che abbiano a cuore anche la sostenibilità degli ecosistemi.

La pubblicazione di Conti, per la completezza degli argomenti e per una strutturazione rigorosa e tecnica ma allo stesso tempo di semplice lettura, si configura come un lavoro che riesce a dare un quadro generale soddisfacente sia del turismo sostenibile in generale sia del settore nelle aree protette, privilegiando l'analisi qualitativa (definizioni, concetti, spiegazioni) a scapito, talvolta, dell'uso di dati numerici e statistiche.

³⁰ Conti 2007, p. 214.

³¹ Conti 2007, p.268

2.4 – Obiettivi pubblici e privati nella gestione delle aree protette. Il caso della Riserva Naturale delle “Cascate di Molina” (VR). (Francesco Marangon, Tiziano Tempesta)

Questo articolo del 1999 esamina un caso di studio singolo, cioè la Riserva Naturale delle Cascate di Molina, situate nell'omonima località, frazione di Fumane in provincia di Verona. E' un'area di dimensioni ristrette (15 ettari) e conta solamente 150 abitanti, ma possiede un elevato valore naturalistico: la sua peculiarità principale è la presenza di alcune cascate di varia altezza, in un dislivello complessivo di 190 metri.

L'indagine ha l'obiettivo di comprendere quali possono essere le politiche ideali per valorizzare l'area protetta, che è gestita interamente da una società privata del Triveneto, “Vivere Molina S.r.l.”. A questo proposito, la domanda di ricerca dell'articolo consiste nel valutare se quest'azienda, fondata nel 1993, sia in grado di perseguire allo stesso tempo finalità pubbliche (soprattutto la conservazione ambientale, soddisfazione della comunità e dei visitatori, sostegno economico all'area montana considerata) e private.

Lo studio dapprima sottolinea che la società che gestisce le Cascate di Molina, a causa dei costi che deve sostenere, ha deciso di applicare un biglietto d'ingresso del costo di 4.000 lire intero e 3.000 lire ridotto. A questo proposito, attraverso un questionario sottoposto a 952 turisti tra il mese di Marzo e Settembre del 1997, sono state chieste ai visitatori tre categorie di informazioni:

- dati relativi alla gita (partecipanti, km percorsi, durata, permanenza nella riserva naturale, costi sostenuti, ecc.)
- il ‘mercato ipotetico’, cioè la disponibilità a pagare da parte dei turisti in termini di prezzo d'ingresso
- caratteristiche socio-economiche del rispondente (età, reddito, occupazione, luogo di residenza etc.)

Lo spazio maggiore è dedicato allo studio del mercato ipotetico, che è svolto tramite due differenti approcci: il primo è il metodo della scelta dicotomica, cioè viene chiesto all'intervistato se questi sia disponibile o meno a pagare un prezzo stabilito (sono stati fissati 56 differenti valori, dei

quali il più basso ammonta a 4.500 lire ed il più alto a 32.000.); il secondo è una stima delle disponibilità a pagare (WTP)³²

I risultati mostrano che il bacino d'utenza dell'area protetta in esame si estende per un raggio di circa 200km³³, anche se l'85% degli intervistati proviene da una località distante meno di 100km dal Comune di Fumane. Il titolo di studio dei turisti risulta elevato, il reddito nella media e la fascia d'età prevalente è quella tra i 20 ed i 50 anni. Nella maggior parte dei casi (circa il 90%) la visita alle Cascate di Molina rappresenta l'unica meta della gita, per una durata complessiva che non va oltre la mezza giornata. I valori ottenuti dalla stima WTP mostrano che il 'visitatore mediano' ha una disponibilità a pagare di 7.883 lire/gita, e ciò implica un surplus del consumatore³⁴ di quasi 4.000 lire per quanto riguarda il prezzo intero. Anche l'indagine tramite la scelta dicotomica indica un surplus netto compreso tra 3.900 lire e 5.800, perciò le due metodologie danno esiti che sembrano essere sulla stessa lunghezza d'onda. Circa il 92% delle persone sottoposte al questionario dichiara una WTP superiore al biglietto, mentre soltanto in 74 si rivelano non disponibili all'acquisto.

Un altro aspetto interessante su cui l'articolo si sofferma è l'analisi del trend delle presenze annue; eccezion fatta per il 1993, dov'è stata avviata la gestione societaria dell'area protetta, il totale di biglietti venduti si è assestato intorno alle 33.000 – 34.000 unità, anche se il numero degli ingressi interi è diminuito, al contrario di quelli ridotti.

Tab. 2.1 – Trend biglietti venduti Riserva Naturale Cascate di Molina

Periodo	Biglietti interi	Biglietti ridotti	Totale
1993	10.470	1.636	12.106
1994	28.051	6.336	34.387
1995	27.300	6.847	34.147
1996	24.568	8.978	34.027

Fonte: Marangon, Tempesta 1999, p. 119

³² Il metodo della WTP (Willingness To Pay) viene utilizzato per individuare il massimo prezzo che il consumatore è disposto a pagare per un'unità del prodotto, costituito in questo caso dal biglietto di ingresso.

³³ Marangon, Tempesta 1999, p.115.

³⁴ Il surplus del consumatore è la differenza tra la sua massima disponibilità a pagare e l'importo effettivamente pagato.

Gli introiti appaiono aumentati (75,5 milioni nel 1993, 109,4 nel 1996) ed emerge che la società di gestione ha investito gli utili a favore della Riserva. Lo studio mostra come, in assenza di biglietti, le visite annue potrebbero arrivare a circa 43000 (con 11000 ingressi ridotti), ed il surplus sociale³⁵ potrebbe aumentare del 7%. Tuttavia, la riduzione del surplus del consumatore dovuta ai biglietti, che ammonta a 137 milioni di Lire, è costituita per 120 milioni da trasferimenti che ripagano i servizi erogati dalla società per la conservazione dell'ambiente ed il suo miglioramento. Ciò testimonia che in questo caso il biglietto non è da ricondurre ad una logica di profitto, ma prevalentemente ad esigenze di amministrazione ottimale dell'area protetta.

In conclusione, la ricerca di Marangon e Tempesta dimostra che la presenza di una tariffa d'ingresso non riduce significativamente il benessere dei visitatori, anzi contribuisce a creare posti di lavoro per le comunità locali. Pertanto, la gestione privata di un'area di interesse pubblico come la Riserva Naturale delle Cascate di Molina riesce nell'intento di perseguire politiche di sviluppo economico ed al contempo tutela ambientale. Gli autori ribadiscono che l'esame di questo caso particolare non implica che in generale i privati siano sempre in grado di realizzare obiettivi di carattere pubblico, perché la condizione necessaria del successo di tale paradigma è l'attenzione verso la sostenibilità, che può essere raggiunta più facilmente con l'ausilio di analisi economiche oculate ed adeguate tecniche di valutazione.

L'articolo ha il pregio di affrontare, pur nella sua *brevitas*, in modo esaustivo ed approfondito un argomento ricco d'interesse e spunti di riflessione. Questa pubblicazione si avvale di numerosi concetti di economia politica e statistica, che necessitano una preparazione in tal senso al fine di cogliere appieno il quadro descritto. Il Parco di Molina è ancora oggi una riserva naturale nota ed apprezzata a livello regionale e nazionale.

³⁵ Il surplus sociale è costituito dalla somma tra il surplus del consumatore ed i ricavi dell'ente gestore.

2.5- La valutazione del potenziale turistico del Parco Nazionale del Pollino (Severino Romano e Vitantonio Luongo)

Il caso di studio trattato nell'articolo da Romano e Luongo è una delle aree protette più note del Sud Italia, cioè il Parco Nazionale del Pollino, istituito nel 1988. Dopo una breve introduzione in cui gli autori evidenziano la recente crescita esponenziale del turismo naturalistico e dell'ecoturismo, l'attenzione si sposta fin dalle prime pagine sui risultati del settore nella regione Basilicata, che, pur avendo registrato aumenti di presenze ed arrivi nel ventennio 1980-1999, si presenta ancora come un'area con un numero esiguo di strutture ricettive e con un afflusso di visitatori stranieri al di sotto della media nazionale.

In relazione a queste problematiche, l'articolo effettua uno studio solamente sulla parte lucana del Parco del Pollino³⁶, per verificare quali possano essere le politiche per valorizzare appieno il turismo all'interno dell'area.

La metodologia scelta consiste in un'analisi SWOT, cioè l'identificazione di punti di forza (Strengths), punti di debolezza (Weaknesses), opportunità (Opportunities) e minacce (Threats). Lo studio si articola in due fasi:

- costruzione del quadro conoscitivo, volto ad esaminare le condizioni generali interne del micro-ambiente (risorse presenti, offerta turistica) ed esterne del macro-ambiente (domanda turistica, concorrenza e tendenze in atto)³⁷

- diagnosi dei risultati ottenuti, per poter costruire il quadro SWOT dell'area.

La prima fase si serve di una molteplicità di statistiche, reperite dall'ISTAT, ed il testo, per facilitare la comprensione dei dati, si avvale di numerosi grafici, serie storiche, carte geografiche e tabelle. Per quanto riguarda lo studio delle strutture ricettive, l'indagine ha coperto un campione costituito dal 35% di tutti gli esercizi, mentre, per comprendere le

³⁶ Il Parco Nazionale del Pollino si estende su due regioni, Calabria e Basilicata, ed interessa tre Province, Cosenza, Potenza e Matera, per una superficie totale di circa 192.000 ettari

³⁷ Romano, Luongo 2003, p. 63.

peculiarità della domanda, ai turisti sono stati sottoposti dei questionari differenziati a seconda della tipologia di visitatori.

Dall'analisi territoriale svolta nell'articolo, il Parco del Pollino si presenta costituito per lo più da Comuni al di sotto dei 4.000 abitanti (52 su 56) e dalla bassa densità demografica. Il patrimonio naturalistico invece risulta estremamente ricco e ben conservato. Il legame tra la popolazione e la terra è forte, e ciò è testimoniato sia dalle numerose produzioni tipiche sia dalle attività artigianali. Emergono invece delle problematiche non trascurabili dal lato dell'offerta ricettiva: le strutture alberghiere ed extra-alberghiere sono limitate dal punto di vista numerico e, nonostante un'apprezzabile diversificazione nelle tipologie d'esercizio, talvolta sono assenti importanti servizi destinati ai clienti come internet e la possibilità di pagamento tramite carta di credito. L'affluenza appare caratterizzata notevolmente dalla stagionalità ed i turisti intervistati provengono per più del 50% dei casi dal Mezzogiorno, con una permanenza media nell'area di breve durata, spesso al di sotto dei 3 giorni.

Una parte del testo si occupa dell' *analisi della concorrenza*³⁸ e mostra che il Parco potrebbe beneficiare di eventuali politiche che instaurassero una sorta di rete ecoturistica comprendente l'area studiata, Matera (che dal 1972 è patrimonio dell'UNESCO), le zone balneari limitrofe (Parco marittimo di Maratea e la costa metapontina) e gli altri parchi della regione (Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano, Parco Nazionale dell'Appennino Lucano Val d'Agri e Lagonegrese, Parco regionale Gallipoli - Cognato), senza dimenticare la non eccessiva distanza da Napoli, Pompei e Paestum: tali interrelazioni non porterebbero ad una guerra fratricida tra una località e l'altra ma al contrario, secondo Romano e Luongo, darebbero vita ad un *completamento dell'offerta complessiva*.

Gli esiti dell'analisi SWOT sono riportati su una tabella sintetica ma allo stesso tempo esaustiva.

³⁸ Romano, Luongo 2003, p.87.

Tab. 2.2 – Analisi SWOT territorio lucano nel Parco del Pollino

<p>punti di forza</p>	<ul style="list-style-type: none"> • risorse naturali e paesaggistiche uniche • patrimonio storico artistico e culturale • risorse etnografiche albanesi • produzioni alimentari di nicchia ed elevata genuinità • artigianato tipico • buona diversificazione e qualità dell'offerta ricettiva • assenza di criminalità • posizione geografica favorevole
<p>punti di debolezza</p>	<ul style="list-style-type: none"> • marcata stagionalità del flusso turistico • scarso impatto sul mercato estero • carenza di servizi • bassa caratterizzazione e qualità di manifestazioni • manifestazioni concentrate quasi totalmente nella stagione estiva • carenze manageriali degli operatori • scarsa cooperazione nell'implementazione di pacchetti turistici organizzati • scarsa diversificazione dell'attività ricreativa • scarso collegamento con le grandi direttrici turistiche • forte concorrenza da parte di altri Parchi (Sila, Cilento, Abruzzo)
<p>Opportunità</p>	<ul style="list-style-type: none"> • diffusione della cultura ambientale e della biodiversità • crescente domanda di turismo naturalistico • creazione di occupazione legata alla fruizione sostenibile delle risorse • rilancio di attività artigianali, agricole e zootecniche, valorizzando la tipicità e la qualità
<p>Rischi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • depauperamento del capitale umano ed ambientale • scomparsa di attività tradizionali e tradizioni popolari • formazione di valore aggiunto solo al di fuori del parco in seguito alla fragilità del sistema economico • sviluppo non omogeneo tra le diverse aree del Parco • incertezze negli investimenti legate alla prolungata presenza di vincoli

Fonte: Romano, Luongo 2003, p.89 – Elaborazione propria

Le conclusioni evidenziano che le straordinarie peculiarità naturalistiche del Parco Nazionale del Pollino sono in grado di attrarre numerosi turisti ed i recenti tassi di crescita dell'ecoturismo non possono che essere un ulteriore punto a favore in tal senso.

In ogni caso, affinché si possano attuare miglioramenti nel settore, è necessaria un'implementazione di politiche di sviluppo locale e valorizzazione territoriale, in modo da ovviare alla carenza di servizi.

La pubblicazione riesce a dare molteplici informazioni ed al contempo interessanti proposte pratiche per rafforzare il potenziale turistico dell'area protetta.

Nonostante la massiccia presenza di grafici, serie storiche e dati quantitativi il testo è scorrevole e privo di tecnicismi. La SWOT analysis si presenta uno strumento efficace per studiare il settore turistico locale.

2.6 – Turismo ed attività ricreative nel Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi (Tiziano Tempesta e Mara Thiene)

La pubblicazione in esame si pone l'obiettivo di misurare ed analizzare il turismo nell'area del Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi, esteso circa 32.000 ettari, situato nel Veneto settentrionale ed istituito nel 1990.

Dopo una breve premessa introduttiva dove sono descritti i costi e i benefici diretti ed indiretti del settore nelle aree protette, gli autori presentano la metodologia d'indagine utilizzata, che si sviluppa in due fasi:

1) Il conteggio dei visitatori, avvenuto tra Maggio ed Ottobre del 1998, per rilevare numericamente il peso che questi ricoprono. I turisti sono stati suddivisi in tre tipologie: visitatori del fondovalle, escursionisti che non pernottano in quota ed infine escursionisti che pernottano in rifugi o bivacchi, effettuando rilevazioni distinte per ogni categoria.

2) L'utilizzo di questionari per comprendere le caratteristiche della domanda e stimare benefici ricreativi ed indotto economico. Anche in questo caso, sono stati sottoposti due questionari differenti: il primo è effettuato tramite intervista diretta ai visitatori del fondovalle, mentre il secondo è autocompilato dagli escursionisti nei rifugi ed i bivacchi.

Particolare attenzione merita l'analisi dei benefici ricreativi, che è stata svolta attraverso una pluralità di approcci. Gli strumenti utilizzati sono stati il tradizionale metodo del costo di viaggio (*travel cost*)³⁹, la valutazione contingente (mercato ipotetico, *willingness to pay* o WTP) in formato *open ended* e dicotomico⁴⁰ ed il metodo della disponibilità a viaggiare (*Willingness To Travel* o WTT). Quest'ultimo, raramente impiegato in indagini passate, consiste nel domandare all'intervistato quanti chilometri di strada questi sarebbe stato disposto a percorrere, in aggiunta a quelli già attraversati per arrivare a destinazione, pur di visitare il luogo. Le interviste dirette sono state in tutto 228 ed i questionari autocompilati 540.

Dopo aver descritto l'area di studio a livello morfologico del territorio ed aver evidenziato le principali varietà faunistiche e della flora, il testo riporta in modo esteso i risultati del lavoro, che in sintesi sono i seguenti:

- Le visite, nei mesi tra Maggio ed Ottobre del 1998, sono circa 40.000, delle quali il 58% tra Giugno e Luglio. Pertanto la stagionalità del fenomeno turistico appare significativa.

- L'età media degli intervistati è più elevata nei frequentatori del fondovalle che negli escursionisti. Ciò è dovuto al maggior dispendio fisico che un'escursione comporta rispetto ad una canonica gita.

- Il numero di turisti in possesso di diploma è superiore rispetto alla media nazionale e questo testimonia che il grado di istruzione può implicare maggior rispetto verso l'ambiente.

- Più del 50% degli intervistati è costituito da lavoratori dipendenti. La maggior parte dei visitatori del fondovalle si trova nell'area protetta con

³⁹ Il metodo dei costi di viaggio ha l'obiettivo di quantificare il patrimonio ambientale, naturalistico di un luogo che costituisce di fatto un valore di non uso, che quindi esula dal contesto del prezzo di mercato. Tale metodo, una volta applicato, permette la costruzione di una vera e propria funzione di domanda, basata su informazioni ottenute dai turisti su una serie di variabili, tra cui il costo del viaggio per raggiungere la meta selezionata.

⁴⁰ L'*open ended method* consiste nel chiedere agli intervistati la spesa massima in termini monetari che sarebbero disposti a pagare per il bene. Invece il metodo delle scelte dicotomiche propone una serie di offerte di un importo stabilito chiedendo al rispondente di accettare o rifiutare il prezzo di ognuna. Al termine dell'indagine viene calcolata la frequenza relativa delle preferenze, ricavandone la curva di domanda del turista medio. In genere il metodo delle scelte dicotomiche permette risultati più verosimili rispetto al precedente.

la famiglia, mentre gli escursionisti prediligono visite con gruppi organizzati o in coppia.

- L'area di provenienza dei visitatori è prevalentemente regionale (40% dalla provincia di Treviso, 24% dalla Provincia di Belluno) ma ben il 28% di questi provengono da fuori regione e vi è una rilevante presenza di milanesi.

- Il mezzo di trasporto più utilizzato per raggiungere la destinazione è l'automobile (94% dei casi).

- L'attività ricreativa prediletta dai turisti è il picnic, seguita dal desiderio di effettuare una passeggiata e soltanto al terzo posto gli intervistati indicano come fattore di scelta l'interesse per gli aspetti naturalistici.

- Gran parte dei frequentatori del fondovalle ha raggiunto il Parco delle Dolomiti Bellunesi per la prima volta (55%), ma un terzo dei visitatori (33%) vi ha compiuto almeno due gite. La durata della gita, per la maggior parte dei turisti, è tra le 9 e le 12 ore complessive.

- Il 40% dei visitatori si dichiara contrario all'imposizione di divieti e regolamentazioni dell'uso della valle

- Circa il 40% dei turisti si dichiara disponibile a pagare un servizio di bus navetta.

- Gli escursionisti intervistati, per più della metà dei casi, hanno almeno 5 anni di esperienza in tale attività, e più dell'80% effettua almeno 5 escursioni l'anno. Più del 90% dichiara di essere già stato all'interno del Parco nell'ultimo quinquennio.

- Le aree limitrofe più frequentate dagli escursionisti sono le Dolomiti della Val Belluna e del Basso Cordevole (47,6%), le Dolomiti Zoldane (29,2%) e le Dolomiti Agordine e del medio alto Cordevole (22,2%).

- Le escursioni sono mediamente di durata breve. Più del 75% dei rispondenti non si trattiene per più di 2 giorni. I partecipanti, per più dell'80% dei casi, sono almeno 3 per gruppo.

- Circa il 20% degli escursionisti dichiara che la segnaletica nei sentieri è inadeguata. Tra i suggerimenti per migliorare il percorso, in molti consigliano una manutenzione dei sentieri più accurata.

- Le stime effettuate con il metodo dei costi di viaggio indicano un apprezzabile surplus del consumatore per i frequentatori del fondo valle, che è in linea con altri risultati in territori simili, mentre per gli escursionisti il surplus risulta molto più elevato. Ciò è imputabile all'alto valore paesaggistico che questi ultimi riescono a vivere appieno durante la loro visita.

- Le stime ottenute tramite la valutazione contingente (CVM), la disponibilità a pagare (WTP) e la disponibilità a viaggiare (WTT) danno esiti con alcune divergenze tra loro, ma concordano nel valutare che il beneficio medio netto per i turisti del fondovalle è tra le 8.000 e le 12.000 lire, mentre per gli escursionisti si aggira attorno alle 18.000 lire.

La parte conclusiva dello studio indica che sul Parco delle Dolomiti Bellunesi sono presenti due differenti domande: una che risponde alla necessità di un semplice *turismo-relax* e si verifica soprattutto nel fondovalle ed un'altra che è legata intrinsecamente all'ambiente ed al paesaggio dell'area protetta. Il turismo sul fondovalle, a causa della concentrazione dei visitatori, può comportare impatti ambientali pericolosi e per questo motivo l'Ente Parco ha il compito di attuare misure di controllo per salvaguardare gli ecosistemi.

Dato l'elevato afflusso di turisti, non appare necessario avviare politiche per incrementare le presenze ma sarebbe più auspicabile un'azione informativa per esortare la clientela a non danneggiare la natura. Infine, gli autori sottolineano la funzione ricreativa svolta dal Parco negli ultimi anni, che ha permesso alla popolazione veneta di beneficiare dello spazio verde presente nel territorio.

La pubblicazione di Tempesta e Thiene risulta alquanto dettagliata grazie alla molteplicità di statistiche fornite e valutate e all'utilizzo di una pluralità di metodi (WTP, WTT, *Travel Costs*, Valutazione Contingente) che permette di inquadrare i fenomeni turistici del Parco sotto vari punti di vista.

Per la lettura e la comprensione dell'articolo sono indispensabili conoscenze matematiche di base ma anche concetti di economia politica, utilizzati sovente nel corso dell'indagine.

2.7 - Visitors' visiting motivation: Bako National Park, Sarawak (Thalani Kamri e Alias Radam)

Il primo caso di studio di un'area protetta estera riguarda il Parco Nazionale di Bako, in Malesia, istituito nel 1957. E' situato nello Stato di Sarawak, che è il più vasto dei tre territori che formano la parte della Federazione Malese nell'isola di Borneo. Il Parco di Bako si trova a circa 37 km dalla capitale Kuching, copre un'area complessiva di 2.727 ettari (27 kmq) e tra le sue principali attrattive vanta una foresta ricca di biodiversità e bellezza naturalistica, spiagge sabbiose, rocce ed una vasta varietà di fauna e flora.

Gli autori studiano il fenomeno turistico nell'area e l'obiettivo è principalmente quello di comprendere le motivazioni che portano i visitatori a raggiungere la meta oggetto dell'indagine.

La metodologia di lavoro consiste nella distribuzione di un questionario in cui sono elencate 20 possibili ragioni del viaggio tra cui i rispondenti devono indicare quelle che li hanno spinti maggiormente a selezionare come meta il Parco. Per poter valutare l'importanza di ogni motivazione, gli intervistati devono indicare per ogni risposta un numero tra 1 (poco importante) e 5 (molto importante), secondo lo schema tradizionale della scala Likert⁴¹.

Le persone che hanno risposto alle domande sono state in tutto 564 ed i risultati sono suddivisi in due parti: la prima descrive le caratteristiche dei turisti, la seconda entra nel merito della *visitors' visiting motivation*.

1) Profilo dei visitatori:

- Il 57,8% degli intervistati proviene dall'estero, mentre il 42,2% dalla Malesia. Tra gli stranieri, il 73,3% è Europeo, di cui il 73,2% è costituito da Olandesi, Britannici, Tedeschi oppure Francesi. Per quanto riguarda i visitatori locali, il 54,2% è dello stato di Sarawak.

⁴¹ La scala ideata da Rensis Likert nel 1932 serve a misurare a livello quantitativo alcune variabili (qualità, atteggiamenti, preferenze ecc.) applicando la valutazione secondo una scala di valori che vanno da un minimo ad un massimo.

- I rispondenti sono prevalentemente di sesso maschile (53,4%) e l'età è per il 71,3% tra i 20 ed i 39 anni. Pochissimi turisti sono under 20 (4,8%) ed è scarso anche il numero degli over 50 (10,1%).

- E' consistente la quantità di lavoratori dipendenti (75,5%) ed anche visitatori in possesso di diploma (43,6%) o laurea (37,8%).

- Quasi tutti gli intervistati hanno dichiarato di trovarsi nel Parco di Bako per la prima volta (92,6% stranieri, 81,5% locali). Soprattutto tra gli stranieri (83,5%) risulta che i turisti siano già stati in un Parco Nazionale precedentemente. Gli uni e gli altri (64,1% stranieri, 79,8% locali) si dimostrano nella maggioranza dei casi favorevoli a visitare nuovamente l'area protetta in futuro.

2) Motivazioni dei turisti: le 20 ragioni del viaggio sono elencate in una tabella⁴² e ad ognuna è assegnata una lettera dalla "a" alla "t". Ogni voce trova un riscontro positivo per più del 50%, eccezion fatta per la "c", cioè "svolgere attività con altre persone", e da quest'evidenza statistica emerge che la visita del Parco non è concepita da tutti come un momento da condividere con altri ma da molti è intesa come un'esperienza personale ed individuale.

Le motivazioni più diffuse sono:

- mettere alla prova le proprie capacità ed abilità (h)
- sviluppare le proprie capacità (i)
- sfidare la natura (j)
- sentirsi indipendenti (l)
- stare da solo (s).

Il successo della motivazione "s" si ricollega al fenomeno contrario alla "c". L'esperienza del contatto diretto col Parco di Bako si presenta come un momento adatto per conoscere se stessi, per entrare in contatto stretto con la natura a tal punto da vivere questo incontro uomo-ambiente come una sfida, per evadere temporaneamente dalla routine quotidiana e provare un senso di libertà ed indipendenza nei confronti della società.

L'ultima parte della pubblicazione raggruppa le precedenti motivazioni in quattro macro-categorie: escursione, viaggio sociale, viaggio

⁴² Kamri, Radam 2013, tabella 4, p.501.

nella natura e fuga, e in ognuna di esse è calcolato un coefficiente statistico che misura l'incidenza di ogni singola causa.

La conclusione riassume in sintesi i risultati dell'indagine: le risposte degli intervistati testimoniano l'interesse che molti turisti provano nei confronti degli ecosistemi del Bako National Park e mostrano come l'ecoturismo sia un fenomeno in ascesa anche nella realtà Malese. Tuttavia, la visita nell'area protetta risulta ancora prevalentemente individuale. Dal momento che l'esperienza della fruizione di un'area protetta può costituire un'opportunità non solo di conoscenza ma anche di aggregazione, l'Ente Parco può implementare strategie di policy finalizzate a quest'obiettivo, a partire da semplici sconti-famiglia o riduzioni di prezzo per gruppi organizzati.

L'articolo di Kamri e Radam ha il pregio di essere esaustivo pur essendo estremamente sintetico (10 pagine). La descrizione del Parco Nazionale di Bako è dettagliata e suscita curiosità verso il *locus amoenus* della Malesia. L'utilizzo di grafici e tabelle appare adeguato e di semplice comprensione. L'unico paragrafo che poteva essere trattato con maggiore precisione è l'ultimo, che affronta le quattro macro-categorie di motivazioni in modo meramente statistico, senza però commentare, al di là dei numeri e delle percentuali riportate, i risultati ottenuti.

2.8 - Tourism, protected areas and development in South Africa: views of visitors to Mkambati Nature Reserve (Thembela Kepe)

L'area protetta analizzata in questa pubblicazione è la Riserva Naturale di Mkambati, situata nella Repubblica Sudafricana. Mkambati si trova nella regione di Pondoland, ha un'estensione di circa 7.000 ettari ed è posizionata tra due fiumi, Mtentu e Msikaba.

Il patrimonio naturalistico del luogo, considerato tra i più ricchi dell'Africa in termini di biodiversità, è ben rappresentato dalla varietà floristica (si parla di almeno 118 specie di piante) e dalle cascate.

Lo studio di Thembela Kepe inizia con una premessa che presenta il concetto di ecoturismo, sottolineando l'importanza che riveste non solo a livello di crescita economica locale, ma anche perché invita alla protezione

ambientale e al sostegno di aree marginali e spesso svantaggiate. Successivamente vengono descritte le finalità dell'indagine e la metodologia applicata.

L'obiettivo dell'articolo, che risale al 2001, è quello di comprendere lo situazione attuale del turismo, affinché siano chiari i punti su cui una futura strategia di policy dovrà intervenire per potenziare il settore. A questo proposito è doveroso ricordare che, nel momento in cui è stato effettuato lo studio, Mkambati era oggetto di un ambizioso progetto di ecoturismo, costituito sulla base dei principi della "Spatial development initiative" (SDI)⁴³.

L'analisi è stata condotta tra Maggio e Ottobre del 1999 ed è avvenuta tramite la distribuzione di 117 questionari inviati a visitatori che si erano registrati nella riserva naturale tra Gennaio del 1996 e Aprile del 1999. Le domande sono in tutto 30 e riguardano il profilo dei turisti, punti di vista sui servizi erogati dalla riserva, sulle principali attrazioni, e sulle percezioni riguardanti il turismo e lo sviluppo economico. Ogni quesito prevede una risposta tra varie opzioni, con l'aggiunta di uno spazio di alcune righe per lasciare un commento facoltativo.

Alle spiegazioni metodologiche seguono gli esiti dell'indagine:

- La maggior parte dei rispondenti proviene dalla provincia di Kwa-Zulu-Natal (75%), seguita da coloro che risiedono nella provincia di Gauteng (11%). Gli stranieri risultano essere meno del 5%

- Più della metà degli intervistati è stato nella riserva tra le 3 e le 9 volte complessive, mentre il 19% addirittura supera le 10 volte. Soltanto il 21% è alla prima visita assoluta.

- I turisti preferiscono dirigersi verso Mkambati nell'arco delle vacanze scolastiche: più del 40% è stato nell'area protetta in estate, oppure durante le festività natalizie o estive. Ciò è testimoniato anche dal fatto che i rispondenti, per il 53% dei casi, dichiarano di essere in gita di famiglia e spesso con i figli adolescenti o bambini.

- Soltanto il 4% dei visitatori si trattiene per una notte. Invece, il 45% opta per un soggiorno più lungo, di almeno 5 pernottamenti.

⁴³ La "Spatial Development Initiative" (SDI) è una strategia di pianificazione integrata volta a promuovere gli investimenti in regioni in via di sviluppo. Tale metodologia è stata intrapresa in Sud Africa dal 1996.

- I fattori che motivano i villeggianti a raggiungere la Riserva Naturale Sudafricana sono soprattutto la natura incontaminata (32%) e lo scarso affollamento (28%). Invece, i difetti dell'area maggiormente denunciati risultano essere la scarsa presenza dei servizi nei cottage (36%) e la carenza delle infrastrutture, in particolare delle strade ed dell'elettricità (40%).

- La maggioranza dei rispondenti non ha mai sentito parlare del progetto SDI ed il 51% di loro si dichiara contrario ad interventi dei privati nella gestione della Riserva. Circa la metà degli intervistati afferma di non voler più visitare l'area se in futuro saranno costruiti nuovi edifici o se vi sarà un aumento eccessivo di turisti, anche se il 64% sarebbe disposto a pagare un biglietto d'ingresso più costoso in caso di aumento di servizi.

- La valutazione dell'esperienza turistica è riassunta in una tabella finale, che evidenzia come Mkambati sia una meta che ha soddisfatto gran parte dei visitatori. Anche da quest'ultimo strumento di analisi emerge una generale insoddisfazione nei confronti delle strade per raggiungere l'area protetta e per la mancanza di comfort.

Tab. 2.3 – Rating di esperienze, servizi e infrastrutture dentro ed intorno la riserva naturale di Mkambati

Valutazione	Eccellente	Buona	Mediocre	Deludente
Esperienza turistica	32	40	19	9
Alloggio	4	26	36	34
Sicurezza	6	51	23	19
Reception	6	47	36	11
Infrastrutture esterne	2	6	30	61
Infrastrutture interne	2	32	36	30

Fonte: Kepe 2001, p.158.

La conclusione sottolinea che la riserva naturale di Mkambati riceve un afflusso apprezzabile di visitatori, i quali sono quasi totalmente cittadini della Repubblica Sudafricana. Il turismo locale si presenta contrario a provvedimenti che possano danneggiare l'ambiente o sovraffollarlo, ma allo

stesso tempo si auspica un adeguamento delle infrastrutture e un aumento dei servizi. Emerge la necessità di una pianificazione finalizzata all'aumento di visitatori per attrarre stranieri nell'area protetta oggetto di studio.

Sulla base delle analisi esposte, l'ecoturismo si presenta come una opportunità per contribuire allo sviluppo di aree rurali povere.

La pubblicazione di Thembela Kepe è scorrevole, di semplice lettura e, come il lavoro sul Parco di Bako, è sintetica. La struttura delle 30 domande permette di cogliere caratteristiche e percezione dei turisti, e ciò indubbiamente è stato importante nell'ottica dell'SDI e di successive strategie di policy.

I limiti dell'indagine sono principalmente due: il ristretto numero di intervistati e l'assenza di dati storici relativi alle presenze annue. Questi ultimi avrebbero fornito ulteriori indicazioni che ben si sarebbero affiancati al questionario, ed in particolare grazie a tali statistiche sarebbe stato possibile verificare il trend dell'afflusso di turisti.

2.9 - Tourism pressure in protected areas: Butterflies Valley case (Zeynep R.Bozhuyuk Ardahanlioglu e Esra Ozhanci)

L'articolo in esame affronta il problematico rapporto che intercorre tra turismo ed ambiente nell'area protetta della Butterflies Valley. Questa località, che deve il suo nome alla straordinaria varietà di farfalle (più di 80 specie) presenti al suo interno, è situata nel distretto di Fethiye, nella costa della Turchia sud-occidentale. Gli autori, attraverso il loro studio, dimostrano che la biodiversità della Valle è messa sempre più a rischio dall'aumento del turismo, che minaccia la flora, le acque ed altri ecosistemi.

Tra le caratteristiche distintive dell'area protetta, che si estende su una superficie di 3.055 kmq, vi sono circa 150 differenti specie di piante, una grande ricchezza floreale e la presenza di 180 baie/golfi. Le peculiarità descritte hanno fatto sì che la Butterflies Valley abbia ricevuto alcuni riconoscimenti, tra cui quello di area naturale protetta di primo livello nel 1995⁴⁴.

⁴⁴ Le aree protette di primo livello (grade one natural protected areas) posseggono un patrimonio naturalistico talmente elevato da ricevere particolare protezione affinché al loro interno sia possibili effettuare studi scientifici.

La metodologia utilizzata dagli autori è finalizzata a verificare le pressioni che il settore turistico esercita sul patrimonio naturalistico di questo parco della Turchia. Le fasi del lavoro sono:

- 1) Raccolta dati sul caso di studio
- 2) Definizione delle peculiarità naturali e culturali dell'ambiente
- 3) Delimitazione dei confini dello studio
- 4) Analisi pressioni turistiche
- 5) Individuazione degli effetti causati dalle pressioni
- 6) Conclusioni e suggerimenti

I risultati della ricerca mostrano che l'area protetta, che prima degli anni '90 era scarsamente frequentata soprattutto perché al suo interno mancavano servizi adeguati per un turismo diffuso, ha registrato un aumento costante di visitatori soprattutto grazie agli investimenti di piccoli imprenditori, che hanno modernizzato le strutture e permesso la costruzione di generatori per l'energia idroelettrica. Anche le possibilità di alloggio sono decisamente migliorate, dal momento che sono presenti nella Riserva case di legno e tende in grado di contenere fino a 500 visitatori.

La preziosa biodiversità della Valle risente negativamente di due fattori, che sono l'incremento delle presenze turistiche (circa 1.000 al giorno) e soprattutto le numerose escursioni in battello. Quest'ultima attività praticata dai visitatori per osservare le farfalle è particolarmente pericolosa perché ogni imbarcazione vede al suo interno un eccessivo affollamento di persone, da 100 a 150 nella maggior parte dei casi. Inoltre l'area è sprovvista di guide, pertanto il comportamento dei clienti è ancor più difficile da controllare.

Al termine dell'analisi sono riportate due tabelle che riassumono pressioni e potenziali effetti negativi sia sull'ambiente in generale, sia sulla biodiversità.

La conclusione sottolinea che il settore turistico, dal momento che interagisce direttamente con l'ambiente, dovrebbe assumere comportamenti rispettosi e responsabili.

Il costante incremento di visitatori nell'area di Fethiye comporta da una parte benefici economici, dall'altra rischi che gravano sugli ecosistemi,

come ad esempio l'inquinamento del mare e del suolo, la distruzione delle coste e l'eccessiva costruzione di edifici.

Gli autori del testo suggeriscono una serie di misure precauzionali che permetterebbero, se applicate, un uso più sostenibile della Valle:

- determinare la capacità di carico della Valle
- fornire un controllo efficiente
- introdurre la figura delle guide per informare i turisti ed esortarli alla sostenibilità
- tenere sotto controllo la gestione dei rifiuti
- supervisionare l'inquinamento dovuto alle navi
- applicare metodi per misurare l'inquinamento del mare
- accrescere la consapevolezza ambientale dei visitatori
- utilizzare sondaggi e analisi statistiche in periodi dell'anno specifici
- mantenere sotto controllo la biodiversità della Valle
- proteggere le specie endemiche attraverso misure apposite
- creare priorità di protezione
- stabilire aree protette specifiche corrispondenti alle zone dove la biodiversità è più elevata.

Infine, Ardahanlioglu e Ozhanci sottolineano che sarebbe un grave errore considerare la Butterflies Valley, così come qualsiasi altra area protetta, soltanto come una risorsa finanziaria ed economica, perché una logica orientata esclusivamente al profitto priverebbe le generazioni future della natura e dei suoi valori intrinseci.

Il testo riesce ad esaminare meticolosamente gli impatti ambientali del settore turistico nel caso di studio, ricorrendo spesso a terminologie tecniche ma senza caricare la pubblicazione di eccessiva complessità. Risultano particolarmente ben strutturate sia l'analisi delle pressioni sia le proposte di miglioramento finali, che possono essere convertite in misure correttive da parte delle istituzioni presenti nell'area protetta.

Sarebbe stata utile ed importante la presenza di statistiche e, ai fini dell'indagine sulle pressioni, poteva essere distribuito un questionario ai visitatori, che avrebbe costituito un ulteriore strumento per comprendere le loro attitudini.

2.10 - Tourism in protected areas – the Nepalese Himalaya (Sanjay K.Nepal)

La pubblicazione riguarda una serie di aree protette presenti nell'Himalaya nepalese.

L'introduzione ricorda l'importanza del turismo-natura nei Paesi in via di sviluppo, che spesso vantano parchi e riserve naturali nelle regioni montuose. A questo proposito Sanjay Nepal sottolinea che anche il capitolo 13 dell'Agenda 21 prevede come obiettivo lo sviluppo del turismo nelle aree montane, a patto che il settore rispetti i principi della sostenibilità⁴⁵.

Successivamente il testo si sofferma su alcuni dati storici relativi al turismo in Nepal, che ha avuto inizio solamente negli anni 50, quando sono state aperte le frontiere agli stranieri. La crescita del numero di visitatori è stata esponenziale, a tal punto che, se nel 1961 si registravano soltanto 4.000 presenze, nel 1975 erano più di 100.000 fino ad arrivare a quasi mezzo milione nel 1998. Anche il fatturato conferma la crescita del settore, dal momento che nel 1996 ha generato 117 milioni di dollari.

L'articolo si concentra su alcune aree protette nepalesi, cioè il Parco Nazionale di Sagarmatha, l'Area di Conservazione di Annapurna e la Regione di Upper Mustang, descrivendo l'impatto ambientale da parte del turismo su ognuna di esse:

1) Sagarmatha National Park:

Il parco di Sagarmatha, che comprende anche una parte del Monte Everest, viene presentato come un luogo che negli ultimi decenni ha subito danni ambientali enormi, a tal punto che l'alpinista e esploratore Edmund Hillary lo etichettò come "la discarica più alta del mondo"⁴⁶.

I sentieri dove viene praticato il trekking risultano eccessivamente carichi di turisti, responsabili dell'accumulazione di rifiuti, che soltanto nel periodo dal 1979 al 1988 ammontavano a 422 tonnellate smaltibili e 141 non biodegradabili.

⁴⁵ Cap.13 Agenda 21 "Sviluppo della montagna: il 10% della popolazione della terra vive in zone di montagna, mentre il 40% occupa zone al di sotto dello spartiacque. Occorre prevedere misure adatte alla protezione degli ecosistemi della montagna dalla erosione, dalle frane e dalla perdita di possibilità di sopravvivenza degli animali e delle piante".

⁴⁶ Nepal 2000, p.666 "the world's highest junkyard".

Ulteriori problematiche sono costituite dalla deforestazione e dalla conseguente erosione del suolo. Infine, anche le tradizioni locali appaiono minacciate dai continui contatti con i visitatori.

2) Annapurna conservation area:

La regione di Annapurna, estesa 7.269 kmq, è una delle aree in cui l'attività del trekking è maggiormente diffusa. Con l'aumento del turismo, la località ha subito ingenti danni sia dal punto di vista ambientale che economico: in particolare, i principali problemi sono stati la deforestazione dovuta alla crescente domanda di legna da ardere, l'erosione, l'inquinamento dei fiumi e dei corsi d'acqua, l'inflazione dei prezzi dei beni di prima necessità.

A causa della gravità della situazione, il governo del Nepal ha riconosciuto ad Annapurna lo stato di "Area di Conservazione" nel 1986, affidandone la gestione all'organizzazione non governativa ambientalistica King Mahendra Trust for nature conservation.

Attraverso l'attività di questa ONG, che ha avviato il progetto "Annapurna Conservation Area Project (ACAP)" con la partecipazione della popolazione locale, gli scenari delle problematiche legate al turismo nell'area protetta sono divenuti meno drammatici. Tuttavia, persistono ancora alcune criticità, dovute soprattutto alla crescita smisurata dei visitatori. Infine, un altro dato negativo è costituito dal fatto che il settore non ha creato sufficiente lavoro alla comunità autoctona (solo il 12% di essi ha un'occupazione connessa al turismo).

3) The Upper Mustang region:

Nel 1992, la King Mahendra Trust ha dato inizio all'Upper Mustang Conservation and Development Project (UMCDP), volto a tutelare la regione di Upper Mustang. Tale area, relativamente isolata, è nota per la splendida capitale dalle mura medievali Lo Manthang e per il suo straordinario ma fragile patrimonio naturalistico. L'organizzazione non governativa nepalese ha cercato di promuovere un turismo sostenibile a livello ambientale, che riesca anche a conservare il patrimonio culturale dell'area. Nel Marzo 1992 per la prima volta furono accolti visitatori stranieri, però, il Governo ha previsto rigide limitazioni al settore, decretando ad esempio che non potessero giungere più di 1.000 turisti

all'anno nella Regione, che i turisti stessi dovessero portare proprie forniture di kerosene e fossero accompagnati e controllati da ufficiali locali. Le condizioni restrittive imposte dall'Autorità governativa ed il clima rigido dell' Upper Mustang hanno scoraggiato i visitatori ed anche la comunità locale si è rivelata frammentata e per questo poco partecipa alle iniziative della UMCDP.

In linea di massima, tra i tre casi di studio analizzati, soltanto l'area di Annapurna ha registrato risultati soddisfacenti in termini di turismo sostenibile: nell'analisi di Sagarmatha emerge la colpevole assenza di un'istituzione volta a controllare il settore, mentre nello studio di Upper Mustang il principale ostacolo è costituito dalle resistenze del Governo e della popolazione.

I due paragrafi finali del testo, *mitigating tourism's impacts* e *tourism perspectives*, cercano di inquadrare gli scenari futuri del settore turistico e le politiche più adatte per renderlo ecocompatibile. Ancora una volta si evince il ruolo centrale delle associazioni non governative, che se raggiungono accordi tra loro possono portare avanti progetti importanti e sono in grado di coinvolgere la comunità, come nel già citato caso di Annapurna. Il dipartimento del Turismo attraverso il Nepal Environmental Policy and Action Plan (NEPAP) cerca di assicurare che agli escursionisti sia negata la possibilità di utilizzare legna da ardere e propone di favorire l'uso di materiali biodegradabili e di applicare misure moderne di gestione dei rifiuti. Inoltre il Governo ha posto un obiettivo a lungo termine di riforestazione ed il NEPAP prevede una serie di misure finalizzate a rendere il turismo un settore economicamente più favorevole alla collettività attraverso la creazione di occupazione locale.

La conclusione sottolinea nuovamente il difficile rapporto che intercorre tra l'aumento dei visitatori in Nepal e la tutela del suo ambiente, che racchiude in sé un potenziale estremamente significativo per quanto concerne il turismo sostenibile. Dovrà pertanto essere trovato un punto di equilibrio tra sviluppo e conservazione. Ciò sarà più facilmente raggiungibile tramite lavori di ricerca che, con un approccio interdisciplinare, saranno in grado di proporre soluzioni raggiungibili grazie all'apporto delle istituzioni, degli imprenditori e delle comunità autoctone.

La pubblicazione riesce ad affrontare più casi di studio con rigore metodologico e dettagliate informazioni. Il risultato di tutte le analisi fornisce un quadro d'insieme sulla questione turismo-ambiente nell'Himalaya Nepalese.

Il linguaggio è tecnico ed orientato ad un lettore medio informato sui fatti. Il limite principale del testo è rappresentato dalla quasi totale assenza di grafici o tabelle, che avrebbero semplificato e snellito un lavoro corposo.

2.11 - Valuing marine parks in a developing country: a case study of the Seychelles (Laurence Mathieu, Ian H.Langford e Wendy Kenyon)

L'ultimo caso di studio scelto è relativo ad una categoria particolare di aree protette, cioè le aree marine protette (AMP), che hanno acquisito a livello mondiale un peso sempre maggiore negli anni e, da circa 140 nel 1970, sono divenute circa 450 già nel 1986.

La località in cui ha luogo la ricerca è l'arcipelago delle Seychelles, situato a sud-est dell'Africa nell'Oceano Indiano, e che comprende 115 isole estese complessivamente 445 km², mentre la superficie protetta ammonta a 23.000 ettari.

Le isole costituiscono una meta dotata di grande interesse naturalistico e ciò è testimoniato dai quasi 131.000 visitatori registrati nel 1996 e dal fatto che nell'anno precedente il settore turistico ha rappresentato il 18% del Prodotto Interno Lordo.

L'accesso ai Parchi Nazionali (Sainte Anne, Baie Ternay, Curieuse, Port Launay, Silhouette, Ile Coco) è gratuito per i residenti, mentre ai turisti con età superiore ai 12 anni è richiesto un biglietto d'ingresso di 50 rupie, corrispondenti a 10 dollari.

Dai dati relativi ai costi-ricavi risalenti al 1997 si evince un modesto utile. Al contrario, le stime del 1998 mostrano una perdita di quasi 2 milioni di rupie, che non può essere sanata neanche dai finanziamenti del Governo che ammonta a circa 300.000 rupie.

Tab. 2.4 – Costi/benefici (in rupie) dei Parchi Marini delle Seychelles

Anno	Totale ricavi	Totale costi	Surplus/(Deficit)
1997	1.990.057,70	1.850.703,50	139.354,20
1998	2.227.800,00	4.055.300,00	(1.827.500,00)

Fonte: Mathieu, Langford, Kenyon 2003

Alla luce dei risultati del 1998 che evidenziano il problematico bilancio delle aree protette marine dell'arcipelago, l'obiettivo dell'indagine è quello di comprendere se e quanto i visitatori sarebbero disponibili a pagare di più per entrare nei Parchi studiati, riducendo così la situazione di deficit di bilancio.

La metodologia utilizzata è quella di sottoporre ad un'intervista i soli turisti (dal momento che i residenti beneficiano di un ingresso libero): lo studio è stato condotto nel mese di Giugno 1998, nelle isole di Mahe⁴⁷, Curieuse e Ile Coco.

Il sondaggio è diviso in tre parti:

1) La prima parte è finalizzata a conoscere attraverso le risposte degli intervistati la motivazione del viaggio e se questi si trovino nelle Isole per la prima volta o meno.

2) La seconda parte ha l'obiettivo di sapere dai turisti se a loro parere sia una buona idea proteggere le aree marine, specificando, in caso di risposta positiva, la ragione per cui ritengono giusto tutelarle.

3) La terza parte, che concerne il principale scopo dell'indagine, è volta ad apprendere dagli intervistati se questi siano favorevoli a pagare una somma di denaro per entrare in un parco marino.

Se i visitatori rispondono affermativamente, ad essi è chiesta la disponibilità a pagare (WTP) tramite il metodo della valutazione contingente, con un limite massimo di prezzo d'entrata fissato a 200 rupie.

Gli intervistati sono stati in tutto 300.

E' possibile riassumere i risultati in questi punti:

- soltanto 11 intervistati si sono dichiarati non disposti a spendere denaro per un biglietto d'ingresso. Probabilmente, se tra i rispondenti

⁴⁷ L'isola di Mahe è la più grande delle tre studiate ed ha intorno a sé i Parchi marini di Sainte Anne, Port Launay e Baie Ternay.

fossero stati compresi anche i residenti, la percentuale di contrari al pagamento sarebbe stata più consistente.

- 299 persone su 300 hanno dichiarato di essere a favore della protezione delle aree marine, ma in 52 non hanno specificato una ragione per cui queste meritino la tutela.

- chi non intende pagare un biglietto afferma che il finanziamento dei Parchi dovrebbe essere compito del Governo: questa in particolare è l'opinione dei rispondenti più anziani e di chi cita la pulizia dell'ambiente come motivazione primaria per la protezione dei parchi marini. Anche chi cerca quiete e pace esprime la convinzione che lo Stato debba mantenere le aree protette.

- per quanto riguarda la Nazionalità, i turisti più contrari a pagare risultano gli Yugoslavi e gli Italiani. I Francesi e nuovamente gli Yugoslavi sono più propensi a credere che il Governo debba sostenere finanziariamente le aree marine.

- relativamente alla disponibilità a pagare, i casi analizzati sono stati soltanto 270 perché non sono stati presi in considerazione i questionari incompleti, le risposte di coloro che rifiutavano di pagare e gli outliers⁴⁸. Il valore medio del biglietto indicato dai rispondenti attraverso la valutazione contingente è di 61 rupie, che eccede il prezzo corrente con un surplus del consumatore di 11 rupie.

- emergono sostanziali differenze da nazione a nazione anche nella misura della WTP: gli Europei per esempio appaiono disponibili a pagare in media più dei Sudafricani. Gli intervistati che non danno motivazioni specifiche per cui è auspicabile tutelare i Parchi Marini tendono a volere biglietti più economici. Coloro che esprimono come giustificazione del pagamento la conservazione delle risorse per le generazioni future hanno una WTP elevata.

- dai dati si evince che la variabilità delle risposte dovuta a fattori socio-demografici (età, sesso, titolo di studio, reddito) è minore rispetto alla diversità derivante dal Paese d'origine dei turisti.

⁴⁸ Gli outliers sono valori anomali che si discostano notevolmente dalla media. La definizione di outlier è comunque arbitraria e nel caso di studio è stato definito outlier un valore maggiore di 3 volte la deviazione standard rispetto alla media.

- il surplus del consumatore che è scaturito dall'indagine è in media più basso rispetto a quello di altri studi svolti sui Parchi Nazionali. Ciò è imputabile presumibilmente all'elevato costo del viaggio per raggiungere le isole Seychelles, che sono una località remota.

La conclusione del testo sottolinea che il risultato più importante dell'analisi è la constatazione che la *Willingness to Pay* dei turisti intervistati eccede di 11 rupie il valore del biglietto d'ingresso alle aree protette marine dell'arcipelago. Sulla base di quest'evidenza, se il prezzo viene aumentato da 50 a 60 rupie, il deficit può beneficiare di una significativa riduzione, anche se non sufficiente a coprire la perdita.

Lo studio di Mathieu, Langford e Kenyon è apprezzabile sia per la metodologia utilizzata, che è spiegata peraltro in modo chiaro e per niente complesso, sia per la scelta del campionamento tramite intervista, che favorisce il contatto diretto col turista.

La valutazione contingente appare un'utile indicazione per la scelta delle politiche di prezzo da parte delle istituzioni a capo delle aree protette.

2.12 - Considerazioni conclusive sui casi analizzati

La selezione dei 10 studi analizzati ha cercato di inquadrare lo stato dell'arte dei lavori sul turismo nelle aree protette da una serie di angolazioni diverse.

Innanzitutto la scelta delle pubblicazioni è intenzionalmente ricaduta su 5 testi in lingua italiana e 5 stranieri, e tra quest'ultimi sono stati esaminati articoli riguardanti aree protette situate in diversi continenti (Africa, Asia, Europa) a dimostrazione del fatto che gli studi sul turismo sostenibile sono applicabili in qualsiasi contesto locale.

Emergono inoltre diversità di approccio tra ogni singolo studio, poiché alcuni si soffermano maggiormente sugli aspetti economici legati al Parco Naturale in esame, mentre altri pongono più attenzione agli impatti ambientali o alle questioni di carattere sociale.

E' doveroso ricordare che un campione di soltanto dieci unità non è in grado di costituire una raccolta del tutto esaustiva di metodologie d'analisi, ma può fornire preziosi suggerimenti e spunti di riflessione.

Le pubblicazioni presentano una struttura di base simile tra loro ed i principali punti in comune sono:

- Tutti i testi, nelle loro introduzioni, inquadrano le caratteristiche e le problematiche del turismo sostenibile. Molto spesso non mancano riferimenti ai trattati internazionali ed alle conferenze in merito (in particolare Rio de Janeiro) o ad articoli dell'Agenda 21. Spesso è sottolineata l'importanza attuale e prospettica dell'ecoturismo.

- Ogni caso di studio, prima di essere esaminato, è descritto e presentato dal punto di vista territoriale, ambientale, istituzionale e talvolta anche demografico ed economico. Ciò permette la conoscenza di base di aree sovente non note al lettore, specie per quanto riguarda le aree protette straniere.

- La metodologia è sempre presentata appena prima della trattazione della domanda di ricerca e la scelta degli strumenti d'indagine è eterogenea, anche perché gli studi sul turismo nelle aree protette si prestano, come già accennato, a varie tipologie di analisi, come ad esempio la SWOT utilizzata nel caso del Parco del Pollino, oppure la valutazione contingente tramite la *Willingness To Pay* (WTP), presente sia negli articoli italiani sia in quelli esteri.

- E' ricorrente la raccolta diretta di informazioni dai visitatori, in particolare tramite un questionario, che è stato distribuito in oltre la metà dei testi analizzati, mentre l'intervista è stata utilizzata solamente due volte: nell'indagine della Conti è indirizzata ai gestori delle aree protette, nel caso invece dello studio sulle aree marine delle Seychelles è rivolta ai turisti. La struttura dei questionari appare simile: solitamente sono suddivisi in una parte dedicata alle informazioni personali sul rispondente (età, professione, titolo di studio ecc.), una successiva che va ad indagare sulle motivazioni del viaggio e l'ultima che interessa direttamente l'oggetto di ricerca della pubblicazione.

- L'uso di grafici, tabelle e schemi riassuntivi è ricorrente pressoché in ogni studio e ciò permette sia di sintetizzare sia di semplificare

la trattazione dei risultati ottenuti. Nei casi in cui quest'ausilio è stato carente (ad esempio l'articolo sull'Himalaya Nepalese) la lettura è risultata più complessa e meno scorrevole.

- Le conclusioni non si limitano quasi mai a riassumere l'output del lavoro svolto, ma cercano di evidenziare le principali criticità scaturite dalle indagini e di proporre soluzioni. Per questo motivo l'utilità degli studi sul settore turistico nelle aree protette non è soltanto gnoseologica ma riveste un'importanza centrale anche sul piano pratico.

Come abbiamo visto, l'impostazione di partenza degli studi italiani e stranieri è tendenzialmente simile, ma a livello metodologico non mancano alcune differenze sostanziali:

- Le pubblicazioni italiane utilizzano un **approccio sistemico** nella trattazione del caso di studio e gli autori evidenziano quest'aspetto nell'introduzione o nell'abstract. I testi in lingua straniera invece non fanno quasi mai riferimento a tale scelta metodologica.

- Gli studi in italiano sono in media più corposi rispetto agli altri, che difficilmente superano le 10 pagine totali. Ciò non implica, tuttavia, che il lavoro dei primi sia più dettagliato rispetto a quello dei secondi, ma è indice di una generale preferenza da parte degli autori stranieri di esporre i risultati in modo più sintetico o specifico.

- I lavori italiani si avvalgono maggiormente di dati su domanda ed offerta turistica (arrivi, presenze, caratteristiche di strutture ricettive) mentre quelli stranieri tendono a dedicare meno spazio a questo tipo d'indagine.

- Gli articoli in lingua straniera fanno più spesso riferimento ad altre pubblicazioni, permettendo al lettore un'accessibilità agevolata a fonti collegate all'argomento in questione.

- La ricerca bibliografica ha evidenziato una pluralità di lavori sul turismo nell'area protetta: quelli stranieri sono nella maggior parte dei casi finalizzati ad aumentare la tutela ambientale per prevenire gli impatti del settore, mentre quelli in italiano spesso inquadrano la problematica da un'altra angolazione, cercando di comprendere come il turismo stesso possa essere rafforzato nel rispetto degli ecosistemi.

Al di là delle somiglianze e delle diversità presenti tra i testi che trattano il turismo nelle aree protette, risulta evidente come lo stato dell'arte in merito a quest'argomento sia in evoluzione. Ciò è dovuto senza dubbio alla maggior consapevolezza della popolazione in fatto di tematiche ambientali e all'evoluzione di un settore turistico responsabile, che è testimoniato dal tasso di crescita dell'ecoturismo negli ultimi anni.

Un dato empirico esplicativo è costituito dal fatto che, al momento della ricerca delle pubblicazioni su Google Scholar, gli articoli reperiti tramite le parole chiave "Sustainable Tourism, Protected areas" sono stati ben 393.000 circa e con i termini "Sustainable Tourism National Parks" sono stati 331.000⁴⁹.

Sarebbe semplicistico ritenere che il sempre più marcato interesse verso le tematiche ambientali sia un fenomeno che si è alimentato spontaneamente, perché è indiscutibile che le già citate conferenze in sede ONU ed i trattati internazionali abbiano dato una visibilità a questi argomenti che oggi vedono la partecipazione della collettività. Tuttavia, a fianco del lavoro di istituzioni, enti ed associazioni internazionali, nazionali e locali emerge una riscoperta della natura da parte della comunità, che si traduce in nobili iniziative volte a valorizzare il territorio ed a favorire al suo interno un afflusso turistico che non sia lesivo ma costituisca un punto di forza dell'area protetta stessa.

In ogni testo esaminato è possibile individuare almeno una delle tre componenti del turismo sostenibile, ma questo avviene in una misura tale che, pur prevalendo un aspetto, gli altri non sono messi da parte ma considerati nell'obiettivo di compatibilità:

- **dal punto di vista ambientale**, la finalità principale è quella di adeguare il settore alle peculiarità ecosistemiche, non arrestandolo ma vincolandolo all'esigenza di tutela dell'area protetta.

- **dal punto di vista sociale**, invece, lo studio si focalizza sulla possibilità di coinvolgere più attori possibile nello sviluppo turistico, di modo che soggetti e strutture svantaggiate abbiano un sostegno per proseguire le loro attività, che spesso sono tradizionali e legate all'ambiente,

⁴⁹ La ricerca delle pubblicazioni non si è limitata all'utilizzo di Google Scholar, ma è avvenuta anche tramite altri motori, in particolare Science Direct e One Search.

e affinché la popolazione divenga parte integrante delle iniziative di rivitalizzazione locale.

- Infine, anche gli studi che si soffermano **sul piano economico** non intendono analizzare l'operato degli enti che gestiscono l'area protetta in ottica di massimizzazione del profitto, ma al contrario cercano di esaminare come possano essere garantiti ai Parchi Naturali maggiori ritorni in termini di fatturato, da reinvestire successivamente per migliorare la fruizione ed anche la difesa degli stessi.

Un fattore che, soprattutto recentemente, si è rivelato fondamentale per favorire la conoscenza e la valorizzazione dell'area protetta è la presenza del Marchio di Qualità, che è stato oggetto di indagine anche da parte di alcuni testi affrontati, come ad esempio la pubblicazione di Bimonte e Pagni e la Tesi di dottorato di Conti.

Per questo il capitolo successivo si sofferma sulla trattazione di quest'importante segno distintivo, per comprendere le sue caratteristiche, i costi ad esso legati, le opportunità che offre, e soprattutto per verificare se possa essere una componente in grado di contribuire alla crescita del turismo sostenibile nelle aree protette.

CAPITOLO 3 - IL MARCHIO DI QUALITA' PER LE IMPRESE TURISTICHE NELLE AREE PROTETTE

Il Marchio del Parco può costituire un elemento interessante per valorizzare dal punto di vista turistico l'area protetta e per promuovere il turismo sostenibile. Il capitolo cerca di studiare le peculiarità di questo strumento, analizzandolo sotto molteplici aspetti:

- Innanzitutto, il segno viene presentato a livello normativo, e successivamente sono esaminate le sue caratteristiche principali.

- A seguire, l'indagine si sposta su una particolare tipologia di Marchio, cioè il Marchio di qualità, che viene concesso alle imprese soltanto nel caso in cui queste rispondano a determinati standard di performance e di tutela ambientale.

- Il nucleo centrale del capitolo, attraverso il supporto di alcune pubblicazioni relative a casi di studio specifici in materia, esamina i regolamenti e le modalità di attuazione di alcuni Marchi nelle aree protette italiane.

Nella conclusione sono riportate le considerazioni finali sul Marchio del Parco anche alla luce delle analisi affrontate nella prima parte del lavoro di ricerca.

3.1 - Il marchio: introduzione e quadro normativo

La realtà economica attuale mostra una presenza sempre più diffusa di marchi, che si distinguono per caratteristiche, requisiti, forme grafiche.

La molteplicità di questi segni è parallela alla loro crescente importanza: oggi il marchio non è soltanto un elemento in grado di distinguere un suo titolare da chi non ne ha ottenuto il conferimento, ma è un fattore primario e decisivo nelle scelte dei consumatori, che risultano essere sempre più informati ed attenti non solo alle caratteristiche, ma anche ai riconoscimenti di un prodotto.

Il “prodotto” che può essere insignito del sopracitato titolo è anche un'area protetta o nello specifico un Parco Nazionale, argomento che verrà affrontato nel prosieguo del capitolo.

Il primo passo per introdurre il concetto di Marchio di qualità è quello di definirlo: il codice civile (art.2569) afferma che *Chi ha registrato nelle forme stabilite dalla legge un nuovo marchio idoneo a distinguere prodotti o servizi, ha diritto di valersene in modo esclusivo per i prodotti o servizi per i quali è stato registrato.*

L'articolo permette di comprendere che il significato del marchio si poggia su alcuni principi fondamentali::

- **capacità distintiva**: il marchio deve riuscire nell'intento di individuare il prodotto in modo chiaro, perciò non può essere utilizzato un segno che ne richiami altri e che crei quindi confusione agli occhi del consumatore.

- **novità**: il marchio non può far riferimento ad altri marchi presenti sul mercato, poiché anche quest'eventualità ingannerebbe il consumatore e comporterebbe un potenziale profitto illecito al titolare del marchio contraffatto.

- **liceità**: il segno non deve essere contrario all'ordine pubblico, al buon costume ed alla legge in generale.

- **verità**: il marchio non può contenere informazioni che non siano veritiere.

La mancanza di tali requisiti comporta la nullità del marchio, la cui validità è subordinata alla registrazione dello stesso.

A questo proposito, l'articolo 16 della legge 929 del 1942 dichiara che *Possono costituire oggetto di registrazione come marchio d'impresa tutti i nuovi segni suscettibili di essere rappresentati graficamente, in particolare le parole, compresi i nomi di persone, i disegni, le lettere, le cifre, i suoni, la forma del prodotto o della confezione di esso, le combinazioni o le tonalità cromatiche, purché siano atti a distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli di altre imprese e salvo il disposto degli articoli 18 e 21.*

Quest'ultimo riferimento normativo è un'evidente dimostrazione delle possibili sfaccettature che questi elementi distintivi possiedono, dal momento che esistono infinite varietà di essi: ad esempio, dal punto di vista estetico i marchi si dividono in denominativi (composti solamente da una o

più parole), figurativi (costituiti da un disegno o da una stilizzazione grafica), complessi (composti sia da denominazioni che da figure).

I marchi possono essere suddivisi in varie categorie a seconda della loro funzione:

- **di performance**, se la concessione degli stessi è legata al raggiungimento di un certo livello di prestazione.

- **di sistema**, se prevedono *il miglioramento continuo nel tempo* delle prestazioni raggiunte⁵⁰.

E' possibile un'ulteriore distinzione in base ai requisiti:

- **di prodotto**, se il prodotto è in grado di soddisfare una serie di caratteristiche e standard qualitativi richiesti da un disciplinare.

- **di processo**, se la garanzia data dal marchio non è relativa alle qualità del prodotto finale, ma riguarda il rispetto di una serie di requisiti che lo standard prevede durante il processo produttivo.

Infine, il Codice Civile differenzia i tipi di marchio anche in base alla loro modalità di gestione:

- **il marchio d'impresa** concede il diritto esclusivo all'uso del segno ad un singolo imprenditore, che lo può utilizzare sia per prodotti sia per servizi, i quali vengono associati automaticamente all'impresa del titolare.

- **il marchio di tipicità** collega il prodotto alla sua provenienza. Un esempio di marchio di tipicità è dato dalle denominazioni DOP (Denominazione d'Origine Protetta) ed IGP (Indicazione Geografica Protetta)⁵¹.

- **il marchio di conformità** attesta che il prodotto è in linea con standard ben precisi legati alla salute ed alla sicurezza. A livello comunitario, la più nota dicitura di questa tipologia è la marcatura CE.

- **il marchio collettivo** *contraddistingue i prodotti o servizi di una pluralità di produttori o fornitori che sono controllati dal titolare del marchio affinché i loro prodotti e servizi rispettino particolari disciplinari*

⁵⁰ Naviglio 2011, p. 6.

⁵¹ Altri esempi possono essere i prodotti STG (Specialità Tradizionale Garantita), PAT (Prodotti Agroalimentari Tradizionali), DOP (Denominazione di Origine Protetta), DOCG (Denominazione di Origine Controllata e Garantita), DOC (Denominazione di Origine Controllata), IGT (Indicazione Geografica Tipica) ed il Marchio di Qualità Europeo BIO – Agricoltura Biologica.

*di produzione*⁵². Pertanto, questa particolare forma di marchio appartiene ad un titolare che non produce beni o servizi contraddistinti da tale segno, ma che concede il segno distintivo a soggetti terzi (che erogano prodotti o servizi) i quali devono attenersi ad un insieme di regole stabilite dal proprietario. Il titolare del marchio collettivo ha il compito di monitorare e verificare costantemente che i sopracitati regolamenti siano rispettati.

Il marchio del Parco fa parte della categoria dei marchi collettivi, dal momento che la sua gestione è a carico di un Ente che controlla produttori e fornitori. A questo proposito, è necessario esaminare il significato di Marchio di Qualità del Parco e le sue modalità di attuazione.

3.2 – “Il marchio di qualità” nelle aree protette: introduzione, funzioni e criticità

Il marchio è un riconoscimento che viene assegnato nel momento in cui sono soddisfatti certi requisiti. Già da questo presupposto è possibile dedurre che il marchio non è soltanto un fattore di distinzione per il produttore, ma è anche uno strumento atto a perseguire politiche ben precise volte al raggiungimento di determinati obiettivi: ad esempio, il segno può essere garanzia di rispetto dell’ambiente e della biodiversità.

In tale contesto si colloca il cosiddetto “marchio di qualità”, che, come suggerisce la sua denominazione, certifica la presenza di standard qualitativi stabiliti.

L’area protetta può essere un’istituzione in grado di dar vita ad un marchio collettivo ed esserne titolare: ciò è previsto anche dalla legge-quadro n.394 del 1991, dove all’articolo 14 è specificato che *l’Ente parco può concedere al mezzo di specifiche convenzioni l’uso del proprio nome e del proprio emblema a servizi e prodotti locali che presentino requisiti di qualità e che soddisfino le finalità del parco.*

L’ *emblema* citato nella legge 394 non è altro che il marchio, che è concesso a servizi e prodotti locali, con lo scopo di promuovere o agevolare le attività tradizionali, nel rispetto delle norme di conservazione del Parco.

⁵² Naviglio 2011, p. 9.

Il segno di qualità ha tre funzioni principali⁵³:

1) Favorisce la creazione di un senso di appartenenza collettivo, dal momento che il segno indica un impegno a favore dell'area protetta ed un contributo attivo per mantenerla e valorizzarla.

2) Incentiva le imprese a differenziarsi ed a potenziare la loro attività. A questo proposito il marchio si rivela essere “di sistema”, perché, come già descritto in precedenza, incoraggia le aziende nel Parco ad attuare percorsi virtuosi, volti al miglioramento continuo della qualità ambientale.

3) Fornisce informazioni al consumatore ed alla comunità. Quest'aspetto risulta particolarmente importante in un contesto dove la clientela è sempre più documentata ed attenta prima di procedere a qualsiasi acquisto.

Per quanto il Marchio di qualità possa perseguire finalità utili e compatibili con lo sviluppo sostenibile nelle aree protette, esiste anche una serie di criticità che ne possono limitare l'utilizzo e compromettere i risultati⁵⁴:

- I marchi sono sempre più numerosi e ciò comporta una sorta d'inflazione di questa tipologia di segni. Le conseguenze di questa diffusione eccessiva ha fatto sì che siano venuti alla luce dei marchi fine a se stessi, che non sono indice né di qualità né di altre caratteristiche degne di nota.

- I consumatori solitamente non conoscono i disciplinari che sono alla base della concessione del marchio, ma si limitano ad associare la qualità al fatto che le imprese abbiano ottenuto un riconoscimento in cui è nominato il Parco. Quest'elemento, unito al punto precedente, provoca un “sovraccarico informativo” sul consumatore stesso, che si trova pervaso da numerosi segni distintivi senza avere la piena capacità di distinguerne l'effettivo valore.

- Ogni Parco redige regolamenti in modo indipendente rispetto agli altri. L'assenza di regole comuni in tal senso provoca forti disparità tra

⁵³ Pigliacelli 2014.

⁵⁴ Pigliacelli 2014.

un'area protetta e l'altra, dal momento che i requisiti possono essere più semplici da soddisfare in alcune località piuttosto che in altre.

- La concessione di un marchio prevede che successivamente l'Ente debba monitorare le imprese che hanno ottenuto l'assegnazione. Quest'aspetto comporta la necessità di stabilire delle forme di controllo efficaci e non è ben chiaro chi debba assumersi l'onere di finanziarle. L'evidenza empirica mostra che molti Parchi sono tuttora sprovvisti di organi di vigilanza interni o esterni.

- Il segno distintivo del Parco deve inserirsi in una realtà in cui sono presenti altre certificazioni di sistema, di prodotto e di performance. Pertanto è fondamentale che esista una compatibilità tra Marchio di qualità e gli altri riconoscimenti.

L'ultima criticità suscita particolare interesse perché l'Italia è attualmente il paese dell'Unione Europea in cui vi è la maggior diffusione di prodotti con denominazione d'origine.

È importante ricordare che, nel 2004, il Ministero dell'Ambiente elaborò, in collaborazione con altri Enti⁵⁵, un Disciplinare Nazionale che aveva la funzione di essere una sorta di linea guida per la progettazione dei Marchi nelle aree protette.

Tale documento, composto da 26 principi e 21 allegati, ognuno dei quali riguardante una tipologia particolare di servizio turistico, avrebbe potuto uniformare i segni di qualità sul territorio italiano, ma purtroppo, per ragioni non chiare, non è mai stato veramente adottato all'interno dei Parchi Nazionali.

Il Disciplinare stabilisce all'articolo 7 che *la concessione dell'emblema avviene a favore del soggetto che gestisce una determinata attività in relazione all'attività svolta per la quale si chiede la concessione e non si estende né alla proprietà, né al soggetto titolare dell'attività stessa, né alla struttura o impianto nella quale essa si esercita*, ribadendo dunque che il rilascio del marchio è subordinato alla tipologia di attività svolta.

I criteri per l'assegnazione sono spiegati all'articolo 9, dov'è specificato che *al fine del rilascio della concessione i soggetti richiedenti*

⁵⁵ Federparchi, APAT (oggi accorpato nell'ISPRA), Enea, CTS e TCI e Parchi Nazionali.

dovranno dimostrare, ovvero autocertificare, che per l'attività per la quale si richiede l'uso dell'emblema il possesso al momento della richiesta dei requisiti di base di cui all'art.11, dei requisiti di qualità ambientale, sociale ed economica (...): i requisiti del Marchio rispondono quindi a tutti e tre gli ambiti della sostenibilità.

Terminata la panoramica sugli obiettivi e sulle possibili problematiche del marchio di qualità, è necessario esaminare dapprima i segni e le forme di certificazione più diffusi nelle aree protette, soffermandosi in particolare sul settore turistico. L'analisi sarà svolta prendendo come riferimento alcuni testi che hanno affrontato l'argomento e attraverso i quali sarà possibile comprendere sia le tipologie di segni distintivi sia le loro funzioni. A questo proposito il primo lavoro preso in esame è un prezioso contributo per evidenziare le principali differenze tra i marchi dei Parchi.

3.3 - I Parchi italiani e la qualità: l'utilizzo dei marchi nelle aree protette

Gli argomenti trattati in questo paragrafo sintetizzano lo studio di CANNAS R., SOLINAS M. (a cura di) [2004], *La qualità del turismo nelle aree protette: politiche, strumenti e applicazioni nei parchi nazionali*, Roma.

Il saggio ha l'obiettivo di studiare la fattibilità di un Marchio di Qualità dei Parchi Nazionali Italiani, focalizzandosi in particolare sul settore turistico. L'indagine, anche se presenta il limite di non essere recente poiché risale al 2004, permette di distinguere i segni in differenti tipologie, sulla base di alcune variabili come requisiti, procedure di concessione e caratteristiche specifiche di ogni singolo emblema.

3.3.1 – Il Marchio: procedure di concessione e tipologie

L'area protetta si presenta, per le sue caratteristiche, come un luogo dotato di molteplici ecosistemi e straordinaria biodiversità, e ciò presuppone una tutela rigorosa che riesca a conservare la ricchezza presente in questi territori.

Le politiche sia nazionali che internazionali, alla luce delle varie conferenze di portata mondiale sullo sviluppo sostenibile a partire dal rapporto Bruntland del 1987, prevedono che gli stakeholders economici e sociali debbano operare sul principio della *corresponsabilizzazione*, improntato sulla costante collaborazione per attuare sia la difesa sia il miglioramento ambientale.

I Parchi Nazionali hanno perseguito le finalità ecologiche tramite vari strumenti, tra i quali è presente la concessione del Marchio collettivo, attraverso cui gli Enti promuovono e controllano il rispetto della natura.

La soluzione del “segno di qualità” ha riscosso successo sul territorio nazionale, tanto che questo nel 2003 era già presente in ben 14 Parchi su 22.

L’istituzione del Marchio, come accennato precedentemente, è contraddistinta da una problematica di base: ogni Ente redige un disciplinare a sé stante, facendo sì che non esista, attualmente, un insieme di regole uniformi a livello nazionale che ne riguardino le modalità di attuazione.

Tuttavia sulla sua concessione d’uso esistono delle fasi comuni che si sono verificate in tutte le aree protette⁵⁶:

- Redazione di un regolamento del Marchio. In certi casi il beneficiario dev’essere necessariamente entro i confini territoriali del Parco, in altri ciò non è obbligatorio.

- Istituzione o individuazione di un soggetto (Ente Parco o un’altra organizzazione) che deve gestire il Marchio.

- Definizione di un ente garante.

- Raccolta delle adesioni volontarie.

- Esame delle domande

- Selezione dei soggetti

- Concessione del Marchio per un periodo di tempo stabilito (almeno un anno)

- Promozione dell’emblema. Il Parco può partecipare o meno a questa fase.

⁵⁶ Cannas, Solinas 2004, p.106.

- Controlli da parte dell'Ente parco o di un'organizzazione diversa. Anche in questo caso, i meccanismi saranno più o meno stringenti a seconda delle caratteristiche del marchio.

Come è possibile verificare dalle varie fasi di attuazione dell'emblema, anche se le procedure seguono un ordine stabilito e pressoché simile in tutte le aree protette, in ognuna di esse esistono varianti sostanziali, come la durata della concessione d'uso alle imprese, la frequenza e la natura dei controlli, la localizzazione dei beneficiari e soprattutto il differente ruolo che può avere l'Ente Parco.

Sulla base di quanto esposto, Rita Cannas e Micaela Solinas nel loro contributo intitolato *La qualità nel turismo nelle aree protette* del 2004 suddividono i marchi di qualità in tre categorie di riferimento:

- 1) Emblema per scopi principalmente promozionali
- 2) Emblema rilasciato sulla base del miglioramento qualitativo di prodotti e servizi, in virtù di un disciplinare d'uso
- 3) Emblema concesso all'interno di sistemi di gestione, grazie al conseguimento di certificazioni ambientali o di qualità (ISO 9000,14001 oppure registrazione EMAS).

3.3.2 – Il Marchio del Parco a fini promozionali

I marchi a scopo prettamente promozionale possono essere considerati “di prima generazione”, in quanto, in un primo momento, a seguito della legge quadro del 1991 i Parchi hanno cercato anzitutto di instaurare una collaborazione con le comunità presenti nel territorio, convincendole del fatto che l'area protetta non costituisse un vincolo per l'economia locale ma un'opportunità economica rilevante.

Tuttavia le evidenze empiriche mostrano che i segni di questa tipologia non possono essere ancora considerati “di qualità”, perché mancano criteri oggettivi in base ai quali viene concesso il Marchio.

Tale aspetto è evidente prendendo ad esempio un caso d'applicazione concreto: il Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise. Successivamente, l'area protetta ha continuato ad utilizzare il proprio Marchio, il cui regolamento è stato recentemente aggiornato ed

approfondito con deliberazione del Consiglio Direttivo n.30 del 18 Luglio 2015.

Tab.3.1 – Marchio del Parco Nazionale d’Abruzzo, Lazio e Molise

Anno istituzione	1980. Il regolamento è costituito da 9 articoli
Tipologia di attività a cui è destinato	L’uso del Marchio del Parco è concesso a: <ul style="list-style-type: none"> • Piccole industrie • Complessi ed impianti sportivi di medie e grandi dimensioni • Alberghi, campeggi, rifugi, ostelli e complessi ricettivi di medie e grandi dimensioni • Ristoranti, pizzerie, tavole calde, birrerie, bar e grandi esercizi commerciali • Pensioni e locande a conduzione familiare, case e camere in affitto • Botteghe artigiane e piccoli esercizi commerciali
Numero di adesioni e Tipologia	37 adesioni totali (10 servizi turistici ⁵⁷ , 7 campeggi, 5 pensioni ed alberghi, 13 produzioni e prodotti tipici, 2 esercizi commerciali e botteghe)
Requisiti	Il beneficiario deve: <ul style="list-style-type: none"> • essere in regola con le leggi ed i regolamenti del Parco e con tutte le norme previste per la propria categoria commerciale e professionale • fornire ampia garanzia di serietà professionale attraverso la buona qualità e genuinità dei prodotti ed il pieno rispetto delle tariffe commerciali vigenti • cooperare con le attività promozionali del Parco svolgendo attiva opera a favore della protezione del parco e dell’ambiente naturale in generale
Titolo oneroso o gratuito	Oneroso: il contributo annuo, stabilito dalla direzione dell’Ente Parco in accordo con il titolare dell’esercizio, varia a seconda della tipologia di attività
Procedure di concessione	<ul style="list-style-type: none"> • Richiesta scritta da parte del titolare dell’attività alla Direzione del Parco • Verifica del rispetto dei requisiti • Versamento del contributo annuale • Concessione del marchio
Controlli	Il regolamento non prevede alcuna forma di organismo di controllo: esso precisa (art.9) che <i>la Direzione del Parco potrà in qualsiasi momento revocare l’autorizzazione concessa (...) in caso di inosservanza delle clausole del presente regolamento o per manifesta e persistente attività del titolare dell’esercizio contro la difesa del territorio del Parco e dei valori naturalistici</i>

Fonte: Cannas, Solinas 2004, p 109 – Elaborazione propria

⁵⁷ Escursioni a cavallo, noleggio bici, noleggio barche, parcheggi, aree pic-nic ecc.

Oltre al Marchio del Parco dell'Abruzzo, Lazio e Molise, possono essere inseriti nella medesima categoria anche quelli presenti nell'Arcipelago Toscano, Gran Sasso e Monti della Laga, Majella, Gran Paradiso e Monti Sibillini, seppure quest'ultimo preveda dei requisiti molto più severi rispetto ai precedenti.

Tutti gli statuti presentano peculiarità simili:

- L'Ente Parco non indica regole esatte secondo cui debba avvenire la produzione oppure la fornitura di un servizio. I requisiti di sostenibilità appaiono generici e volti quasi esclusivamente all'ottenimento di un profitto in termini d'immagine

- Il Marchio è sempre a titolo oneroso e l'importo è variabile a seconda della tipologia d'esercizio.

- In 5 dei 7 Parchi sopracitati mancano vere e proprie forme di controllo da parte del Parco, che si assume la responsabilità di rimuovere l'autorizzazione in caso di una generica inosservanza dei regolamenti.

La presenza dei Marchi a scopo promozionale non deve essere intesa comunque come l'utilizzo di uno strumento ad esclusivo fine pubblicitario: anche se questi segni non hanno effetto diretto sul miglioramento di beni e servizi, restano un punto di partenza per avvicinare l'Ente Parco alla comunità locale e una base su cui costruire successivamente un vero e proprio marchio di qualità.

3.3.3 – Il Marchio associato a disciplinari di qualità e meccanismi di controllo

La seconda tipologia di Marchio, a differenza della precedente, riesce ad associare al segno una garanzia di qualità da parte del produttore o del fornitore di servizi.

Ciò è possibile grazie alla definizione di un **disciplinare d'uso** che stabilisce a monte regole chiare e precise finalizzate al miglioramento della qualità e che ogni categoria di beneficiario è tenuta a rispettare .

A tale scopo il Marchio “di seconda generazione” è associato a controlli assidui da parte dell'Ente Parco o di un ente terzo.

Le aree protette che hanno optato per questa tipologia sono il Parco Nazionale del Pollino, dello Stelvio, del Gargano, delle Cinque Terre ed infine il Parco delle Foreste Casentinesi Monte Falterona e Campigna, che introdusse nel 2000 il “disciplinare ecologico” per il progetto “Esercizi consigliati dal Parco”, che però dopo alcuni anni d’applicazione non è più stato utilizzato.

Per esaminare da vicino le caratteristiche di questa categoria di emblema viene analizzato il “marchio di qualità ambientale” del Parco Nazionale dello Stelvio, istituito nel 2000, ma che purtroppo, nonostante un regolamento ben articolato, non ha mai trovato attuazione⁵⁸.

Tab. 3.2 – Marchio di qualità del Parco Nazionale dello Stelvio

Anno istituzione	2000
Tipologia di attività cui è destinato	<ul style="list-style-type: none"> • Strutture ricettive • Attività agro-silvo pastorali • Servizi turistici • Servizi ambientali • Servizi commerciali
Numero di adesioni e tipologia	Circa 10 adesioni di strutture ricettive che si trovano all’interno del territorio del Parco
Requisiti	<p>Criteri ambientali:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alimentazione e cucina • Igiene e pulizia • Approvvigionamenti di energia / risparmio energetico • Carico e scarico delle acque • Esterno/architettura/tecniche costruttive • Aria/rumori • Ufficio/reception • Arredamento/dotazione • Riduzione, riutilizzazione e smaltimento rifiuti • Traffico/mobilità • Informazioni per clienti e collaboratori <p>Criteri regionali:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colazione tipica con almeno 5 prodotti provenienti da aziende agricole o artigianali locali selezionate dal Parco, nel menù almeno 2 piatti di carne di aziende locali, almeno un tipo di vino prodotto in zona, uno spazio espositivo con almeno 3 prodotti tipici di aziende selezionate dal Parco

⁵⁸ Le informazioni mi sono state fornite direttamente dal personale del Parco.

	<p>Criteria del Parco Nazionale:</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'esercizio presenta: carta geografica, informazioni depliant, programma delle manifestazioni sul parco ecc. • Ogni criterio dà un punteggio. Per l'ottenimento del marchio identificativo di "esercizio turistico del Parco Nazionale dello Stelvio" è necessario raggiungere un punteggio minimo del 65% di quanto previsto dalle tabelle.
Titolo oneroso o gratuito	Di norma è a titolo oneroso. In alcuni casi motivati e vagliati dal Consiglio Direttivo può avvenire a titolo gratuito
Procedure di concessione	Il richiedente deve essere in regola con tutte le norme che disciplinano l'esercizio della propria attività e non deve svolgere attività che compromettano la conservazione dell'ambiente del Parco. La richiesta va inoltrata per iscritto al rispettivo Comitato di Gestione del Parco che entro 60 giorni dovrà esprimersi
Controlli	E' previsto il controllo nella fase iniziale e successiva, con controlli periodici mirati a verificare il rispetto dei requisiti stabiliti dai criteri di qualità. La direttiva non specifica se tali controlli sono svolti dall'Ente Parco o da organismi terzi. Allo stato attuale risulta che i sopralluoghi sono stati attuati nella fase iniziale da parte del personale del Parco.

Fonte: Cannas, Solinas (2004), p.122 – Elaborazione propria

Confrontando la struttura del Marchio del Parco dello Stelvio con quella del Parco dell'Abruzzo, ed analizzando in generale i punti comuni e le differenze tra gli emblemi a fine promozionale e quelli la cui concessione è subordinata a disciplinari di qualità, possiamo dedurre che:

- Sia i Marchi della prima tipologia che della seconda sono stati istituiti tra la fine degli anni '90 ed i primi anni 2000, ad eccezione di quello del Parco dell'Abruzzo che risale al 1981.

- Entrambi sono destinati ad una varietà importante di soggetti, a partire dalle strutture ricettive fino ad arrivare ad aziende che operano nel settore agroalimentare, artigianale o commerciale.

- Sul piano dei requisiti emerge il primo sostanziale distacco tra i due emblemi: mentre il Marchio a scopo promozionale prevede regole generiche come il semplice rispetto delle norme del Parco oppure la garanzia di serietà professionale o qualità nella produzione, il segno

associato ai disciplinari si basa su norme molto stringenti e dettagliate. Ad esempio, il “marchio di qualità” dello Stelvio prevede tre tipologie di criteri: ambientali, regionali e del Parco e per ottenere il riconoscimento è necessario soddisfare almeno due terzi delle condizioni esposte.

- Anche gli emblemi di “seconda generazione”, come i primi, sono solitamente a titolo oneroso, pur essendo facoltà del Consiglio Direttivo esonerare dal pagamento certi richiedenti qualora ne sussista una valida motivazione. Tuttavia ve ne sono anche due gratuiti (Parco delle Foreste Casentinesi e Cinque Terre).

- Le procedure di concessione dei segni associati a disciplinari di qualità sono generalmente più complesse e pertanto richiedono un maggior numero di passaggi. Gli unici emblemi che hanno un iter più breve dei marchi a scopo promozionale sono quelli a titolo gratuito.

- Come già anticipato, i controlli previsti in ogni Marchio del secondo tipo sono rigidi e periodici. Solitamente esistono veri e propri organismi di controllo che possono essere esterni o interni al Parco. Nei segni della prima categoria, invece, le verifiche erano quasi del tutto assenti e da ricondurre quindi all’onestà ed alle buone pratiche da parte dei produttori o fornitori di servizi.

In conclusione, il Marchio del Parco associato a disciplinari di qualità si dimostra uno strumento efficace, in grado di coinvolgere una pluralità di attori all’interno dell’area protetta. La partecipazione della comunità è un elemento basilare per intraprendere strategie di policy a favore della qualità e della sostenibilità. La concessione dell’emblema, che avviene soltanto a seguito di procedure ben delineate ed impostate, rappresenta sicuramente un passo in avanti ma emergono ancora delle diversità tra uno statuto e l’altro, soprattutto nella fase di controllo che non sempre è stata attuata.

E’ importante sottolineare che l’Ente Parco, in alcuni dei casi esaminati, ha instaurato meccanismi di consulenza per seguire ed incentivare gli operatori locali ad avviare processi a favore di un miglioramento prestazionale della loro attività. Tra questi possiamo citare il Parco Nazionale delle Cinque Terre che si è impegnato nel fornire tale servizio di supporto.

Prima di passare alla terza ed ultima tipologia di Marchi associati a sistemi di gestione, è opportuno indicare brevemente e descrivere gli schemi di certificazione che si possono associare a tali segni distintivi.

3.3.4 – Le forme di certificazione ambientale: Ecolabel, ISO, EMAS

Le analisi finora presentate hanno evidenziato che il Marchio può essere uno strumento valido per perseguire sia politiche volte alla qualità ambientale sia alla tutela del patrimonio naturalistico.

Sotto quest'aspetto è importante ricordare la presenza di alcune forme di certificazione che, sia individualmente sia in sinergia con i “Marchi del Parco”, possono dare risultati significativi in termini di ecocompatibilità: tra queste assumono particolare peso l'etichettatura Ecolabel, le normative ISO ed il Regolamento EMAS.

1) **Ecolabel:** L'ecoetichettatura comunitaria Ecolabel è stata istituita nel 1992 con il regolamento CE 880, poi abrogato e sostituito dal n.66/2010, ed è in vigore nei Paesi dell'Unione Europea ed in Norvegia, Islanda e Liechtenstein.

Fig. 3.1 – Logo etichetta Ecolabel



Fonte: www.ecolabel.eu

Questo strumento è volto ad assicurare la compatibilità ecologica nelle produzioni ed è **volontario**. Inoltre è **selettivo** ma allo stesso tempo flessibile, poiché richiede obbligatoriamente il rispetto di una serie di alcuni requisiti che il produttore può scegliere. Per ottenere il riconoscimento è

necessario raggiungere un punteggio minimo ottenibile grazie al soddisfacimento di alcune delle sopracitate condizioni ambientali.

Ecolabel, a seguito della decisione della commissione UE 287/2003, ha allargato il suo campo applicativo anche al turismo. La valutazione dei criteri ecologici è affidata all'ISPRA⁵⁹.

2) **Le normative ISO:** l'International Organization for Standardization, abbreviata in ISO, è un ente di accreditamento privato che si occupa della definizione di normative tecniche.

Tra le norme relative alla standardizzazione le più attinenti alle aree protette risultano essere la ISO 9001, che assicura che l'organizzazione accreditata dispone di un *sistema di gestione della qualità*, e la ISO 14001, che identifica un Sistema di Gestione Ambientale (SGA) il quale permette di controllare gli impatti ecologici dell'attività praticata. Anche in questo caso, la certificazione è di carattere volontario e l'azienda fissa in base alle proprie valutazioni gli obiettivi di prestazione ambientale da raggiungere. L'ente di controllo che garantisce il rispetto delle regole è Sincert.

3) **Regolamento EMAS:** anche l'Eco-Management and Audit Scheme (EMAS), emanato nel 1993, è uno strumento volontario, ma di carattere pubblico e valido solamente all'interno dell'Unione Europea. EMAS presenta caratteristiche simili ad ISO 14001, con la differenza che la certificazione comunitaria richiede la redazione di un documento, la Dichiarazione Ambientale Convalidata, con il compito di comunicare all'esterno le performance ambientali dell'azienda, che devono essere migliorate continuamente.

EMAS è stato aggiornato con due versioni successive: EMAS II (2001) ed EMAS III (2009). Come nel caso di Ecolabel, in Italia l'ISPRA ha la funzione di controllare i produttori ed i fornitori di servizi.

Tutte e tre le forme di certificazione, grazie alla loro flessibilità, sono accessibili a qualunque tipo di azienda presente nelle aree protette.

⁵⁹ L'ISPRA (Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale) è stato istituito nel 2008 attraverso l'accorpamento dei tre Enti APAT (Agenzia per la Protezione dell'Ambiente e per i Servizi Tecnici), ICRAM (Istituto Centrale per la Ricerca scientifica e tecnologica Applicata al Mare) e INFS (Istituto Nazionale per la Fauna Selvatica)

3.3.5 – Il Marchio del Parco associato a sistemi di gestione

L'ultima tipologia di Marchio è, di fatto, un caso particolare di emblema associato a disciplinari di qualità, con la differenza fondamentale che in questa fattispecie la concessione del segno avviene in una procedura che, oltre a ricollegarsi alla legge quadro del 1991, si integra con un *sistema di gestione* sulla base delle norme ISO o le linee guida ENEA-SINCERT-UNI.

In particolare, le forme di certificazione che sono più spesso in sinergia con i marchi delle aree protette sono ISO 9001, ISO 14001 e la registrazione EMAS.

È importante ricordare, tuttavia, che il Sistema di Gestione Ambientale (SGA), per quanto possa avere caratteristiche, funzioni ed obiettivi in linea con ciò che è previsto dalla legge 394/91, resta subordinato al Piano del Parco, che costituisce a livello normativo lo strumento di pianificazione primario dell'area protetta.

Tuttavia il sistema di gestione, soprattutto grazie alla sua attività di monitoraggio ed analisi ambientale, può mettere in luce le criticità ambientali e le pressioni che comportano impatti sul territorio, divenendo così un'utile integrazione del Piano stesso. La stretta connessione tra certificazione e strumenti di governo è testimoniata anche dal fatto che, se l'area protetta è sprovvista del Piano per il Parco e del Piano Pluriennale di Sviluppo Economico Sociale, il raggiungimento della conformità ad ISO 14001 ed EMAS è sostanzialmente compromesso.

Per poter valutare direttamente un Marchio del Parco associato a sistemi di gestione, si può analizzare l'unico esempio di un segno di tale tipologia, presente nel Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi⁶⁰, che si è dotato di entrambe le certificazioni ISO (9001,14001) e, successivamente allo studio di Cannas e Solinas, ha completato anche il percorso della registrazione EMAS.

⁶⁰ Il testo di Cannas e Solinas 2004 evidenzia che sono stati definiti marchi della terza tipologia anche nei Parchi Nazionali del Circeo e del Cilento e Vallo di Diano, senza però essere ancora operativi al momento dello studio. Successivamente il Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni ha approvato il disciplinare per l'utilizzo del Marchio del Parco (Deliberazione del Consiglio Direttivo n.18 del 26.04.2017), mentre per quanto riguarda il Parco Nazionale del Circeo tale strumento non è tuttora attivo.

Attualmente, quest'area protetta è l'unica nel territorio nazionale ad aver ottenuto tutti e tre i riconoscimenti riportati.

Tab. 3.3 – Marchio del Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi

Anno istituzione e riferimento normativo	Istituito nel 1996. Applicato dal 2001 all'interno del "Progetto carta della qualità" cofinanziato dall'UE nell'ambito del programma Leader II. Il Parco è certificato ISO 9001, ISO 14001 ed ha in corso le procedure per la registrazione EMAS.
Tipologia di attività cui è destinato	I destinatari del marchio del parco sono tutte le attività economiche che si svolgono all'interno del Parco (o in altri Comuni, previa stipula di specifici contratti approvati dal Consiglio Direttivo) suddivise in 6 aree di intervento: <ul style="list-style-type: none"> • Turismo (agriturismo, ricettività alberghiera, rifugi, B&B) • Attività di educazione ambientale ed escursionismo • Produzioni agroalimentari (prodotti tradizionali, da agricoltura biologica, DOP e IGP) • Produzioni artigianali tipiche • Servizi commerciali • Eventi, sagre, feste e manifestazioni varie
N° adesioni e tipologia	47 adesioni (14 prodotti agroalimentari, 2 artigianato, 4 ristorazione, 14 B&B, 1 campeggio, 6 eventi, 2 educazione ambientale ed escursionismo, 2 attività commerciali)
Requisiti	Sono ammessi prodotti: tradizionali, ottenuti da agricoltura biologica, DOP ed IGT. Le strutture ricettive devono rispettare requisiti obbligatori riguardanti: <ul style="list-style-type: none"> • La gestione ecologica dell'energia, dell'acqua e dei rifiuti • Servizi minimi garantiti al turista • L'uso di prodotti locali e tipici nelle attività di ristorazione • Obbligo di esporre nel proprio esercizio il materiale promozionale del Parco impegnandosi a fornire ai turisti informazioni sull'area protetta. Tutti i locali inseriti nella "carta qualità" sono segnalati con un'apposita tabella all'ingresso
Titolo oneroso o gratuito	Oneroso

Procedure di concessione	L'applicazione della carta si fonda su due strumenti: 1) I protocolli, cioè documenti che forniscono regole, linee guida o caratteristiche per attività o per il loro risultato 2) La manualistica tecnica, definita come i documenti attraverso cui soggetti pubblici o privati, interessati ad utilizzare il Marchio del Parco nell'ambito delle proprie attività e nel rispetto delle specifiche regole, linee guida o caratteristiche definite nei relativi protocolli, producono la documentazione necessaria allo svolgimento della valutazione del possesso dei requisiti fissati per la concessione in uso del Marchio.
Controlli	I controlli sono eseguiti da personale incaricato del Parco

Fonte: Cannas, Solinas 2004, p.129 – elaborazione propria

E' possibile verificare che il regolamento del Marchio delle Dolomiti Bellunesi è simile a quello del Parco dello Stelvio che faceva parte della categoria precedente, con il supporto ulteriore degli schemi Emas e ISO.

Gli emblemi associati a sistemi di gestione sono d'istituzione più recente rispetto agli altri e, al momento dello studio di Cannas e Solinas (2004), molte aree protette non avevano completato l'iter previsto per la concessione delle certificazioni.

In ogni caso è indubbio che l'apporto dei sistemi di gestione sia in grado di migliorare la tutela ambientale e costituire un elemento importante a favore della qualità.

3.3.6 – Marchi e certificazioni nel turismo: considerazioni finali

La dettagliata analisi di Cannas e Solinas, che prende in esame tutti e 20 i Parchi Nazionali riconosciuti nel 2004, permette di avere una visione d'insieme sul rapporto tra Marchi ed aree protette relativa ad un periodo abbastanza recente.

Le principali conclusioni che si possono desumere dalla trattazione indicano che:

- I marchi a carattere promozionale sono presenti in 7 Parchi, mentre quelli associati ad un disciplinare di qualità sono 5. I segni affiancati dalla certificazione appaiono solamente in tre realtà, anche se il

riconoscimento è operativo soltanto nel Parco delle Dolomiti Bellunesi. Emerge quindi che il passaggio dagli emblemi di prima generazione a quelli più “sostenibili”, al momento della pubblicazione analizzata, era ancora in una fase iniziale. In 5 casi non è ancora presente alcun segno distintivo (arcipelago La Maddalena, Asinara, Aspromonte, Sila, Val Grande).

- Il numero di adesioni al marchio da parte delle aziende è molto variabile: nel Parco dei Monti Sibillini soltanto una struttura ha ricevuto il riconoscimento, mentre nel Parco delle Cinque Terre esso è stato conferito a ben 118 imprese.

- Il segno è stato ottenuto principalmente da strutture ricettive, a riprova del fatto che il marchio può essere uno strumento efficace e d’interesse nel settore turistico. L’emblema è stato conferito anche a numerose imprese artigianali ed agroalimentari tipiche, senza dimenticare le aziende commerciali o quelle organizzatrici di eventi.

- I marchi sono rilasciati a titolo oneroso nella maggior parte dei casi (7), invece 5 sono gratuiti. Nel resto dei casi, la presenza o meno del costo di rilascio del segno è discrezionale oppure nei regolamenti tale aspetto non è specificato.

- I 6 Parchi in cui sono assenti le forme di controllo sono dotati tutti del marchio di prima generazione.

- I controlli, ove presenti, sono a carico o dell’Ente Parco (in 5 aree protette) o di un Ente terzo (in 4 casi).

A questi dati statistici è fondamentale aggiungere che l’indagine di Cannas e Solinas si è avvalsa anche di una serie di interviste rivolte ai turisti ed agli operatori nel settore, per comprendere come sia gli uni che gli altri percepiscano la presenza di un Marchio. I visitatori risultano essere interessati alla qualità, anche se non sempre hanno conoscenza dei segni distintivi o delle certificazioni, dal momento che essi appaiono informati sugli emblemi relativi ai prodotti tipici e all’agroalimentare in generale, ma molto meno su quelli riguardanti la tutela ambientale.

Gli intervistati mostrano un’opinione generalmente favorevole al Marchio del Parco, ma non sempre la sua presenza è fattore decisivo nella scelta di consumo. In ogni caso, è convinzione comune credere che tale emblema possa valorizzare e promuovere l’offerta turistica nelle aree

protette: la conclusione del saggio ribadisce quest'evidenza, ma allo stesso tempo sottolinea nuovamente che le problematiche come l'eccessiva diffusione dei segni, la mancanza di un sistema legislativo nazionale di riferimento che li riguardi e l'ancora insufficiente percezione comune sulla loro utilità ne limitano i risultati.

Per questo motivo, le autrici ritengono che le normative sui Marchi, per avere un effetto determinante sul turismo, debbano compiere un vero e proprio salto di qualità per superare i limiti evidenziati, e delineano tre possibili soluzioni:

1) Definizione di linee guida nazionali per la concessione del Marchio del Parco: questo potrebbe dar vita ad una rete nazionale di segni distintivi, che permetterebbe di avvicinare una tipologia di Marchio all'altra. Lo strumento delle linee guida, però, in quanto soggetto a molteplici discrezionalità d'uso, può dare esiti non sufficienti.

2) Redazione di un disciplinare nazionale per la concessione del Marchio del Parco: il disciplinare per il settore turistico costituirebbe uno standard qualitativo di riferimento più forte rispetto al precedente. Tale regolamento permetterebbe anche un maggior coinvolgimento dell'area protetta, che può integrare i principi del disciplinare con ulteriori criteri, sulla base delle specificità locali. Questo secondo scenario prevede un'ampia collaborazione tra istituzioni differenti, a partire dal Ministero dell'Ambiente fino ad arrivare ai Parchi, alla Federparchi ed agli organismi di rappresentanza, ma presenta opportunità più interessanti, come il possibile utilizzo a fianco del logo del Parco della dicitura "sistema dei parchi italiani".

3) Promozione della certificazione di sistema o di processo per la concessione del Marchio del Parco: quest'ipotesi presuppone l'armonizzazione delle regole riguardanti la concessione del Marchio del Parco con quelle relative alle più note forme di certificazione (ISO, EMAS), facendo sì che gli Enti Parco debbano adoperarsi per essere accreditati di tali riconoscimenti.

In quest'ottica, il Ministero dell'Ambiente dovrebbe rivestire il ruolo di promotore della certificazione di sistema, promuovendola in prima persona. Questo scenario avrebbe il vantaggio di ricondurre la concessione

dell'emblema a schemi di carattere internazionale come l'ISO, ma imporrebbe al contempo a tutti i Parchi di certificarsi, seguendo percorsi costosi e complessi.

Le tre soluzioni proposte nella pubblicazione non devono essere intese come alternative: le autrici sottolineano che è possibile nonché auspicabile un'integrazione tra queste. Il primo scenario si configura come un punto di partenza su cui potranno essere implementati i successivi. È necessario anche ricordare che il rapporto tra Parchi italiani e sviluppo sostenibile è diverso da realtà a realtà: mentre in alcune aree protette si è già instaurato un percorso a favore della qualità ambientale, in altre questo processo è alle prime battute o ancora deve essere avviato.

Anche sulla base di tali considerazioni, i rappresentanti degli Enti Parco e delle altre organizzazioni operanti in materia hanno convenuto che la soluzione del disciplinare nazionale sia la più percorribile, perché è dinamica e quindi adatta ad un settore in continuo divenire come il turismo, e poiché in ogni caso non esclude un futuro ricorso alla certificazione da parte dei Parchi: uno schema flessibile risulta essere ideale per valorizzare un luogo ricco di peculiarità ambientali, economiche e sociali come un'area protetta.

Il testo di Cannas e Solinas permette di avere cognizione delle caratteristiche e tipologie dei Marchi nel nostro Paese, descrivendo il loro funzionamento ed anche l'influenza che questi hanno sui consumatori.

Tuttavia, dal momento che la pubblicazione risale al 2004 ed il fenomeno dei segni di qualità è particolarmente soggetto a continue evoluzioni nel tempo, è importante, ai fini dello studio, analizzare anche altri riferimenti successivi per comprendere quali siano stati i cambiamenti relativi ai segni di qualità nel turismo delle aree protette.

In tal senso, il successivo lavoro esaminato può fornire un quadro recente ed ampio, con particolare attenzione al ruolo che il Marchio di Qualità del Parco riveste nella regione Lombardia.

3.4 – Il processo di uniformazione dei marchi nelle aree protette: il caso della Lombardia

Lo studio di NAVIGLIO L. [2011], *L'utilizzo del "Marchio del Parco" nel sistema nazionale delle aree protette e nella Regione Lombardia*, Milano, affronta l'annosa questione della frammentarietà dei Marchi, che sono contraddistinti da regolamenti diversi tra un'area protetta e l'altra. Si evidenzia come la Lombardia abbia cercato di ovviare a questa problematica, analizzando i singoli casi di studio. Inoltre viene fornito un quadro riassuntivo di altre realtà italiane di Marchio del Parco e presentato anche il caso del segno straniero "Parque Natural de Andalucía", che offre particolari spunti di riflessione.

Al termine dell'analisi, l'autrice sintetizza i punti di forza, le debolezze, le opportunità ed i rischi relativi al panorama nazionale in merito ai segni di qualità delle aree protette.

3.4.1 – Il Marchio nei parchi lombardi

Tra le principali criticità del Marchio nei Parchi assume grande rilevanza l'assenza di norme comuni che regolino l'argomento: ciò, com'era stato già anticipato, provoca disparità tra i vari regolamenti, i disciplinari e le forme di controllo presenti nelle aree protette italiane.

Tuttavia, in questo contesto ricco di frammentarietà, la Lombardia costituisce un'importante eccezione, poiché è stata l'unica Regione che ha definito regole d'utilizzo di tale segno distintivo all'interno del sistema di tutte le aree protette del suo territorio.

Tale processo ha avuto origine nel 2002 ed è stato ultimato con il decreto n.10531 dell'11 Novembre 2011⁶¹, un percorso che mostra come la Lombardia non voglia limitare il campo d'azione del Marchio alla semplice qualità agroalimentare, ma abbia l'obiettivo di estendere la sua portata anche alle guide ambientali, alle attività produttive ed infine al turismo.

⁶¹ I precedenti decreti che interessano il Marchio del Parco in Lombardia sono: il n. 25436 del 18 dicembre 2002, il n.15319 del 19 ottobre 2005 e l'11302 dell'11 ottobre 2006.

A questo proposito, l'esempio lombardo può essere un vero e proprio punto di partenza per avviare un processo di unificazione della normativa nazionale sul Marchio dei Parchi, che conferirebbe maggior rilievo a tali emblemi e ne favorirebbe l'adesione da parte di un numero più consistente di imprese.

Le aree protette di questa regione sono state tra le prime in Italia ad utilizzare strumenti volontari per accrescere la qualità ambientale:

- Nei primi anni 2000 la Lombardia, attraverso un apposito progetto, ha dato avvio alla diffusione della norma UNI EN ISO 14001 e del regolamento EMAS, incoraggiando le imprese operanti nelle aree protette ad ottenere l'accreditamento: al termine dell'iniziativa, nel 2005, ben 19 imprese avevano aderito. Tra gli Enti Gestori, invece, solamente il Parco Regionale della Valle del Lambro ed il Parco Locale di Interesse Sovracomunale del Lago di Endine hanno conseguito la certificazione ambientale.

- Nel 2003, la Regione Lombardia ha iniziato a promuovere la CETS (Carta Europea del Turismo Sostenibile), incentivando le aree protette regionali ad aderirvi. Ciò è stato possibile grazie alla collaborazione con la federazione Europarc.

I risultati sono stati in parte compromessi dai lunghi tempi di attuazione e dal limitato coinvolgimento di personale. In ogni caso, 14 Parchi (2 regionali, 12 aree protette minori)⁶² hanno ottenuto il riconoscimento della Carta.

- Un altro documento di riferimento fondamentale per le politiche ambientali in Lombardia è stato l'Agenda 21 Locale. La Regione ed il Ministero dell'Ambiente hanno, tra il 2003 ed il 2005, erogato una serie di finanziamenti che hanno favorito la partecipazione di numerosi Parchi, tra cui il Parco dei Colli di Bergamo, il Parco Locale di Interesse Sovracomunale della Valle Abano, il Parco del Mincio, il Parco dell'Adda

⁶² Parco Alto Garda Bresciano, Parco regionale dell'Adamello, Aree protette delle Alpi Lepontine, Sistema delle aree protette dell'Oltrepò mantovano, riserva naturale paludi di Ostiglia, riserva naturale Isola Boscone, riserva naturale Isola Boschina, Parco Golene Foce Secchia, Parco San Lorenzo, Parco San Colombano, Parco Golenale del Gruccione, ZPS Viadana, Portirolo di San Benedetto Po, Ostiglia.

Nord, il Parco dell'Adda sud, il Parco dell'Adamello Lombardo, dello Stelvio ed infine il sistema dei Parchi dell'Oltrepò Mantovano.

Per quanto riguarda l'uso del Marchio, è possibile constatare che la Lombardia non vanta un numero significativo di prodotti tipici contraddistinti da un segno⁶³: sui 534 presenti nei Parchi italiani soltanto 14 provengono dalla Lombardia.

Anche i dati sulle strutture ricettive evidenziano che soltanto 62 su 1.569, cioè il 4%, seguono delle eco-regole e questa percentuale è in linea con la situazione nazionale, in cui solo 659 esercizi su 15.477 rispettano i precetti ambientali.

I riferimenti numerici riportati indicano che, nonostante le istituzioni abbiano cercato di incentivare le imprese turistiche con sforzi economici ed organizzativi importanti per accrescere la qualità ambientale nella loro offerta, il totale delle adesioni è attualmente al di sotto degli esiti sperati.

La Naviglio analizza le procedure di concessione e le funzioni di tutte le cinque aree protette lombarde che si sono dotate di un Marchio del Parco:

1) Il **Parco dell'Alto Garda Bresciano** ha istituito il “Marchio Qualità del Parco” che interessa strutture ricettive, pubblici esercizi e produttori del settore agroalimentare. Questi esercizi devono trovarsi all'interno dell'area protetta ed è stato creato un logo diverso a seconda della differente tipologia di struttura. I requisiti per ottenere il riconoscimento sono divisi in tre settori (ambiente, comunicazione e area gestionale) e per ogni categoria ve ne sono alcuni obbligatori ed altri facoltativi, seppure questi ultimi diventino anch'essi obbligatori a seguito di alcuni rinnovi. E' importante ricordare che il Parco dell'Alto Garda Bresciano ha aderito alla CETS ed attraverso il Marchio intende risvegliare nelle imprese locali un senso di appartenenza territoriale e valorizzare le specificità sociali, culturali ed ambientali dell'area protetta.

Le aziende che hanno aderito al “Marchio Qualità” sono state 19, di cui 9 strutture ricettive, 6 produttori, 3 ristoranti ed un pubblico esercizio.

⁶³ I marchi di prodotto a cui si fa riferimento appartengono alle categorie DOP, IGP, DOCG, DOC, IGT, BIO, SlowFood, PAT e CQP.

2) Il **Parco dell'Adamello** ha mostrato un impegno significativo e costante a favore della sostenibilità e della qualità ambientale, avviando innanzitutto, sulla base di Agenda 21 Locale, un legame più forte tra Parco e territorio, e sviluppando poi, nel 2008, in collaborazione con la comunità locale la strategia della Carta Europea per il Turismo Sostenibile. Lo sviluppo del Marchio del Parco ha avuto inizio nel periodo tra il 2005 ed il 2007, nel contesto di un progetto finanziato dal Ministero del Lavoro e che ha visto la partecipazione di altre aree protette italiane: il frutto di quest'iniziativa si è tradotto nel "Marchio collettivo comunitario", che ha visto l'adesione di 28 strutture turistiche.

Attualmente non sono presenti né regolamenti né disciplinari riguardanti l'uso del Marchio per i prodotti agricoli, ma nonostante questo il Parco dell'Adamello promuove e pubblicizza le tipicità locali.

3) Il **Parco Lombardo della Valle del Ticino**, storicamente il Parco Regionale più antico d'Italia⁶⁴, è costituito da circa 22.000 ettari di Parco Naturale e 69.000 ettari di Parco Regionale, conta al suo interno ben 1.500 aziende che coltivano i terreni a seminativi (65%), colture arboree da legno (20%), prati permanenti (10%) ed altre tecniche (5%). Inoltre, nell'area protetta sono presenti più di 700 imprese agricole con allevamenti. Anche per tutelare un'attività agropastorale così diffusa sul territorio, il Parco ha da sempre promosso la sostenibilità ambientale.

Il Marchio "Parco del Ticino produzione controllata" è stato istituito nel 1995 e registrato nel 1997. Le aziende che attualmente utilizzano il segno sono 50, imprese situate entro i confini dell'area protetta e che operano secondo agricoltura biologica, integrata o comunque a basso impatto ambientale. A questo proposito, esistono due varianti di Marchio del Parco: la prima, blu, è destinata alle produzioni agroalimentari controllate, mentre la seconda, verde, è relativa alle colture biologiche certificate.

⁶⁴ "Il Parco Lombardo del Ticino – primo parco regionale d'Italia - nasce nel 1974 per difendere il fiume e i numerosi ambienti naturali della Valle del Ticino dagli attacchi dell'industrializzazione e di un'urbanizzazione sempre più invasiva" in www.parks.it

L'emblema è associato a disciplinari rigorosi, i controlli sono effettuati direttamente da personale del Parco e la valutazione del rispetto della sostenibilità ambientale avviene tramite un sistema di punteggi che poggia su una serie di requisiti tra cui la diversificazione (delle attività aziendali, della produzione agraria, degli allevamenti), la gestione dell'acqua, l'utilizzo dell'energia fossile ed altri parametri.

L'Ente a tutela dell'area protetta fornisce alle aziende assistenza tecnica qualificata, che ha lo scopo di trasmettere le conoscenze che permettano alle strutture ricettive locali di comprendere le peculiarità territoriali, al fine di una migliore tutela dell'ambiente..

Infine, il Parco promuove altri progetti, tra cui:

- “Tutela della biodiversità e del paesaggio: agricoltura e itticoltura”, finalizzato a valorizzare la gastronomia e la varietà floristica e faunistica;
- “SOSTARE”, che, tramite una valutazione della sostenibilità delle imprese a cui è stato concesso il Marchio, cerca di creare uno stretto rapporto tra filiera agricola e turismo;
- “TICINO EXPERIENCE”, ideato dalle camere di Commercio di Milano e Varese e volto ad instaurare una rete di prodotti e servizi “green”.

Le imprese che hanno aderito al segno di qualità nel Parco Lombardo della Valle del Ticino sono 50 ed utilizzano tale emblema su 128 prodotti diversi, tra cui salumi, carni, yogurt, riso e grani. Alcune di queste aziende (14) hanno formato il consorzio “Produttori agricoli Parco Ticino”. L'area protetta, in prospettiva, ha l'obiettivo di estendere il Marchio anche al settore della ristorazione, mettendo in risalto nuovamente le tipicità agroalimentari.

4) Il **Parco Agricolo Sud Milano** comprende una superficie di 47.000 ettari, di cui ben 37.000 sono destinati alla coltivazione prevalentemente di cereali, mais e riso ed all'allevamento di bovini e suini. Le aziende agricole risultano essere circa 1.000, e nonostante quest'attività sia per larghi tratti praticata in modo intensivo, la biodiversità territoriale

resta tuttora elevata. Il Parco, membro di Fedenatur⁶⁵, cerca di valorizzare le aziende che operano a basso impatto ambientale, promuovendo iniziative a favore dell'agricoltura biologica o a km-0.

A questo proposito, è importante citare l'istituzione del Marchio "Azienda Agricola Produttore di qualità ambientale del Parco Agricolo Sud Milano", il quale riconosce sia la provenienza sia la sostenibilità dei prodotti e dei servizi erogati dalle imprese del settore. Il segno di qualità non ha soltanto l'intento di fornire visibilità alle produzioni tipiche, ma ha la finalità di incoraggiare la comunità locale a visitare l'area protetta.

L'emblema viene concesso alle aziende la cui attività è svolta all'interno del Parco ed ha un disciplinare specifico che prevede azioni ecosostenibili ben precise⁶⁶:

- Conservazione e miglioramento del paesaggio
- Conservazione e miglioramento della fertilità del suolo
- Reimpiego, recupero ed accorciamento della filiera
- Diversificazione dell'offerta
- Risparmio ed autoproduzione energetica
- Servizi al cittadino a valore sociale aggiunto

Il Marchio è subordinato al rispetto delle condizioni sopracitate, che si traduce in un determinato punteggio: sulla base di esso, il Marchio di Qualità potrà essere d'oro, d'argento o bronzo. In caso di un successivo aumento di servizi offerti, l'azienda può richiedere una revisione del proprio punteggio e ricevere un riconoscimento più elevato.

Le imprese che hanno ottenuto l'emblema sono 27, di cui 3 d'oro, 8 d'argento e 16 di bronzo.

Il Parco Agricolo sud Milano ha avviato anche una serie di progetti a favore della qualità agro-ambientale, tra cui il "progetto di valorizzazione delle aziende agricole" che ha permesso la pubblicazione della "Guida delle aziende agricole del Parco sud Milano", e "Rete Parco Sud" che ha il compito di formare una rete tra le imprese artigiane ed agricole presenti nell'area protetta.

⁶⁵ Alla Fedenatur (European Federation of Metropolitan and Periurban Natural and Rural Space) aderiscono attualmente 10 aree protette italiane. www.fedenatur.org

⁶⁶ Naviglio 2011, p.57.

5) Il **Parco Regionale di Montev ecchia e della Valle del Curone** assegna il proprio Marchio del Parco a produttori che non solo praticano l'agricoltura biologica o integrata, ma che hanno anche instaurato una collaborazione con l'Ente Parco per la conservazione del territorio: pertanto questo segno richiama direttamente la sostenibilità.

Il segno distintivo ha avuto origine nel 2000 grazie ad un progetto finanziato dalla Direzione Generale Sistemi Verdi e Paesaggio della Regione Lombardia, che aveva l'obiettivo di certificare la provenienza ed il metodo di coltivazione dei prodotti dei Parchi Lombardi.

Il Marchio collettivo del Parco di Montev ecchia e della Valle del Curone cerca di promuovere un'agricoltura che unisca la sicurezza e la qualità alimentare alla tutela degli ecosistemi locali. Sono stati ideati due emblemi differenti, uno per la produzione biologica e l'altro per la produzione integrata, ognuno dei quali è regolato da un apposito disciplinare.

Le aziende che hanno attualmente ottenuto il riconoscimento sono 6, e producono miele (3), formaggi (2) ed ortaggi, mentre altre 4 imprese hanno avviato le pratiche per la concessione del segno.

L'area protetta si è distinta per le "buone pratiche ambientali" anche nel settore turistico: 2 strutture ricettive vantano il marchio delle Fattorie del Panda⁶⁷ ed altre 4 hanno aderito all'iniziativa Parchicard⁶⁸.

Anche altre aree protette della Lombardia hanno dato inizio al processo di istituzione di un Marchio, seppure al momento dello studio di Naviglio tali procedure non erano concluse: tra questi Parchi si possono citare il Parco del Serio, il Parco del Mincio, il Parco Pineta di Appiano Gentile e Tradate, il Parco della Grigna settentrionale, il Parco Adda Sud, il Parco della Valle del Lambro, la Riserva Pian di Spagna ed il Parco dei Colli di Bergamo.

⁶⁷ Si tratta di un progetto promosso dal WWF, Anagritur e Federparchi, con l'intento di "rendere gli agriturismi situati in un parco nazionale, regionale o nelle immediate vicinanze, centri di testimonianza, di conoscenza e di diffusione della realtà circostante e, più specificatamente, dell'ambiente, della storia, della cultura e delle tradizioni del territorio". www.parks.it

⁶⁸ E' un'iniziativa promossa dal CTS, in collaborazione con Federparchi. Si tratta di una speciale Carta dei servizi, che permette agli utilizzatori di ottenere sconti e agevolazioni nei servizi convenzionati presenti nelle aree protette aderenti al progetto.

Nella pubblicazione, prima di giungere alla fase conclusiva, si effettua una disamina sintetica di tutta una serie di aree protette italiane dotate di Marchio e si analizza anche un caso di studio straniero su cui mi soffermo proprio con l'intento di descrivere il funzionamento di un segno di qualità in un Parco non italiano.

3.4.2 – Caso di studio estero: il marchio “Parque Natural de Andalucía”

Il Marchio esaminato è un segno distintivo presente in Spagna dal nome “**Parque Natural de Andalucía**”, realizzato da un ente regionale, la **Junta de Andalucía**⁶⁹.

L'Andalusia, che è una delle 17 comunità autonome spagnole e vede al suo interno la presenza di città di grande rilevanza storica come Siviglia e Granada, ha cercato di valorizzare la qualità nelle sue aree protette, a partire dalle produzioni locali fino ad arrivare alla cultura ed alle tradizioni presenti sul territorio.

Innanzitutto, la Regione Andalusia ha incentivato con esito positivo i propri Enti Parco sia ad ottenere la certificazione ambientale ISO 14001 e la registrazione EMAS, sia ad aderire alla Carta Europea per il Turismo Sostenibile. Quest'ultimo aspetto ha fatto sì che tali aree protette siano divenute una meta sempre più ricercata per i turisti naturalistici e gli ecoturisti.

Il Marchio è stato il mezzo principale per promuovere la sostenibilità ambientale ed ha permesso di migliorare la condizione economica e la qualità della vita delle comunità residenti, che trovandosi in località periferiche, necessitavano di maggiori opportunità lavorative. Il progetto di questo segno di qualità è stato condiviso anche dalla comunità locale, che è stata pienamente coinvolta fin dall'inizio dalla Regione.

Il Marchio “Parque Natural de Andalucía” non è concesso ai prodotti ma ai produttori, in base alle pratiche che essi adottano durante il processo produttivo ed è valido per una durata di tre anni. Gli standard sono stati definiti dalla regione stessa e dall'AENOR (ente di formazione corrispondente all'UNI italiano), mentre i controlli sono ad opera di un ente

⁶⁹ Naviglio 2011, p.87.

terzo a compartecipazione regionale ⁷⁰ accreditato dall'ENAC (Ente Nazionale di Accreditamento).

I prodotti che possono essere insigniti dell'emblema fanno parte di tre categorie:

- prodotti artigianali, cioè ottenuti dalla trasformazione delle materie prime e lavorati all'interno dell'area protetta. Rientrano in questa tipologia i prodotti alimentari, gli articoli di cuoio, di corno, di pietra e gli oggetti metallici.

- turismo naturalistico, ossia i servizi turistici e le strutture ricettive all'interno del Parco.

- prodotti naturali, che vengono raccolti nei confini dell'area protetta: tra questi è possibile citare il legname, le erbe, i legumi. Fanno parte della categoria anche i prodotti che necessitano di processi di lavorazioni semplici, come il miele, il sale e gli oli.

La concessione del segno è subordinata al soddisfacimento di requisiti di origine e di fabbricazione, che vanno ad interessare sia la qualità del prodotto sia il rispetto dell'ambiente.

Il Marchio del Parco dell'Andalusia, che è stato introdotto nel 2002, in quasi 10 anni è stato conferito a 1.365 prodotti e 185 imprese: il 53% dei prodotti fa parte del settore agroalimentare, mentre il 37,5% è legato al turismo.

I dati mostrano che la Junta de Andalucía è riuscita a creare un segno in grado di operare in una logica sistemica, nel senso che tutti i parchi regionali hanno adottato lo stesso Marchio, e l'esempio spagnolo può essere un modello di riferimento anche per la realtà italiana.

E' importante sottolineare che gli operatori a cui è stato rilasciato il segno di qualità hanno formato una serie di associazioni di categoria, diverse per ciascuna tipologia di prodotto: AGROPAN riguarda le imprese agroalimentari, ASARPAN i prodotti artigianali, PANTUR gli operatori turistici. Tutte le organizzazioni citate sono riunite in una Federazione no profit, FASEPAN, che ha lo scopo di diffondere il segno di qualità coinvolgendo più imprese possibile.

⁷⁰ Si tratta di un ente senza fini di lucro, Andanatura – Fundaciòn Espacios Naturales de Andalucía, che ha come obiettivo principale lo sviluppo socioeconomico sostenibile del territorio andaluso.

Il funzionamento dell'emblema andaluso è strutturato in modo tale che esista una chiara suddivisione dei ruoli tra Ente Parco e le aziende. Il primo opera a favore della tutela della natura, mentre le seconde si occupano della parte organizzativa, produttiva e della commercializzazione del prodotto: entrambi contribuiscono alla promozione dell'area protetta.

3.4.3 – Analisi SWOT del Marchio del Parco.

Lo studio di Lucia Naviglio mostra innanzitutto che il Marchio del Parco è stato utilizzato in due settori, cioè l'agroalimentare ed il turismo, che pur essendo contesti di natura differente, sono stati affrontati con un approccio simile: in entrambi i casi la concessione del segno avviene nel momento in cui sono rispettati alcuni standard qualitativi ed ambientali.

Pertanto, l'idea che sembra maggiormente percorribile nel contesto italiano è quella di studiare un unico disciplinare riguardante tutti i settori commerciali, che può essere integrato da requisiti specifici individuati dalle singole aree protette in relazione alle peculiarità del proprio territorio.

Sulla base dei risultati ottenuti in sede di ricerca l'autrice formula delle considerazioni di carattere generale ed espone i punti di forza, i limiti, i rischi e le opportunità del Marchio del Parco, applicando lo schema di un'analisi SWOT:

1) **Punti di forza:** il Marchio del Parco è facilmente riconoscibile dai consumatori ed è differenziabile dai segni di qualità di diverso tipo. L'emblema riesce ad identificare immediatamente l'area protetta e permette di contribuire alla valorizzazione del territorio coinvolgendo la comunità e le imprese locali. Inoltre, le aziende che ottengono il riconoscimento beneficiano del ritorno d'immagine che ne deriva, così come il Parco stesso che diventa un'istituzione a cui viene riconosciuto l'impegno verso lo sviluppo sostenibile. In questo modo tra le aziende e le aree protette dotate di Marchio è più facile instaurare legami e collaborazioni.

2) **Punti di debolezza:** il limite principale resta la frammentarietà, ossia il fatto che ogni Parco utilizzi un proprio Marchio diverso dagli altri e di conseguenza con una propria regolamentazione ed organizzazione. Ciò provoca un'inflazione di segni differenti tra loro, che non riescono ad

attrarre sufficientemente né i consumatori né le imprese, che aderiscono ancora in percentuale ben al disotto di una soglia auspicabile. Un Marchio del Parco uniforme per tutte le aree protette comporterebbe maggior interesse da parte dei clienti e un coinvolgimento più significativo delle aziende sul territorio.

3) **Opportunità:** attraverso la creazione di uno standard nazionale in base al quale il Marchio viene concesso e di un logo comune da apporre in tutto il sistema dei Parchi, unito al segno specifico di ogni area, l'emblema sarebbe in grado di soddisfare le condizioni di uniformità e riconoscibilità che oggi appaiono latenti. Il segno di qualità potrebbe inoltre essere inserito in percorsi più ampi come la CETS, oppure in progetti che riescano a coinvolgere una quantità maggiore di aziende ed operatori. Sarebbe importante anche instaurare una pluralità di reti tra differenti settori (agroalimentare, turismo, servizi commerciali) per promuovere iniziative integrate, che vedano anche la partecipazione della comunità locale.

4) **Rischi o minacce:** in caso d'assenza di provvedimenti adeguati nel breve termine, i consumatori e le aziende potrebbero maturare ulteriore sfiducia nei confronti del Marchio. Anche l'Ente Parco potrebbe perdere credibilità a causa dell'insuccesso di tale progetto ed il processo di sviluppo locale rischierebbe di subire una battuta d'arresto.

3.4.4 – Prospettive per la Lombardia

La realtà lombarda mostra che tale Regione è di fatto quella che in Italia ha compiuto gli sforzi maggiori per attuare politiche coordinate in merito alla diffusione del Marchio. Ciò nonostante, dal confronto con i Parchi andalusi, è evidente che i risultati ottenuti, per quanto positivi, non sono ancora paragonabili all'esempio spagnolo.

L'autrice propone una serie di obiettivi che la Lombardia potrebbe impegnarsi a raggiungere, facendo sì che il Marchio divenga uno strumento sempre più valido per promuovere lo sviluppo sostenibile:

- **Coordinamento regionale intersettoriale:** la Regione potrebbe istituire un ente di Coordinamento intersettoriale con funzione di raccordo tra i progetti e le politiche da attuare. Attraverso *una struttura esterna di*

*supporto operativo*⁷¹, sarebbe più semplice sviluppare soluzioni per valorizzare il territorio e coinvolgerne gli stakeholders.

In tal senso può essere d'esempio ancora una volta l'Andalusia, che ha istituito nel 1994 una struttura esterna, Andanatura, per fare da supporto ai Parchi nel processo di certificazione ambientale, di adesione alla CETS e di gestione del Marchio.

- **Diffusione del Marchio del Parco:** il Marchio, come già affermato precedentemente, necessita di essere uniformato, problematica che è presente in tutta la realtà italiana. La Regione Lombardia, che per prima ha cercato di introdurre regole comuni riguardanti la concessione del segno, può compiere un ulteriore passo in avanti ultimando il percorso già intrapreso e, in collaborazione con l'UNI, stabilire un rapporto continuo con aree protette di altre Regioni per raggiungere la definizione di standard applicativi nazionali.

- **Promuovere la Carta Europea per il Turismo Sostenibile, per valorizzare il Marchio del Parco:** la CETS, che è uno strumento flessibile ed in grado di potenziare non solo il turismo ma anche altre attività economiche, può essere affiancata al Marchio del Parco. I due strumenti sono compatibili e possono perseguire finalità di carattere ambientale, di valorizzazione economica e coinvolgimento sociale.

3.5 – Il progetto di Marchio del Parco Nazionale della Val Grande

La pubblicazione COTTINI C. [2013], *Il Marchio del Parco Nazionale Val Grande come strumento di appartenenza e di valorizzazione del territorio*⁷², si occupa di un progetto di “Marchio del Parco” che era stato avviato nel 2006, ma che poi non è giunto alla conclusione e non è mai stato messo in pratica. La ricerca non si limita ad esaminarne le caratteristiche, ma cerca di dimostrarne l'utilità raccogliendo, tra l'altro, l'opinione degli operatori turistici in merito. Al tal proposito studia una

⁷¹ Naviglio 2011, pp. 94-95.

⁷² Lo studio è disponibile in www.univco.it

possibile ripresa del progetto, con opportune modifiche al regolamento e alle specificità del Marchio stesso.

3.5.1 – Il progetto “Marchio d’appartenenza” del 2006

L’area protetta analizzata è il Parco Nazionale della Val Grande, situata nel cuore del Piemonte ed estesa circa 15.000 ettari.

L’Ente Parco, nel momento della scelta se istituire un marchio di qualità, ambientale oppure di appartenenza, optò per l’ultima ipotesi.

Le ragioni di questa decisione furono molteplici: innanzitutto il segno avrebbe potuto in ogni caso diventare anche “di qualità” nel futuro, cioè quando il Parco si fosse dotato anche di certificazioni ISO o EMAS oppure di strumenti come Agenda 21 e la CETS, che avrebbero dato un importante supporto a un emblema di tale tipologia. Inoltre fu considerato ottimale anche per scopi promozionali e di accesso ai finanziamenti.

I soggetti interessati al Marchio avrebbero dovuto firmare una *carta valori*, in cui avrebbero dichiarato di aver consapevolezza del loro ruolo nei confronti del rispetto ambientale e di voler contribuire alla tutela della natura.

Erano state definite quattro differenti modalità di Marchio, a seconda delle caratteristiche dei beneficiari:

- **Io produco in Val Grande**, da assegnare a chi produce nei tredici Comuni del Parco
- **Io lavoro in Val Grande**, da destinare alle imprese di servizi che svolgono la propria attività lavorativa negli stessi Comuni
- **Io ospito in Val Grande**, per gli operatori turistici nei Comuni dell’area protetta
- **Io sostengo la Val Grande**, da assegnare agli operatori economici della provincia del Verbano Cusio Ossola appartenenti a cinque categorie: agricoltura ed allevamento, artigianato, commercio, attività ricettive e ristorazione, imprese di servizi⁷³. La motivazione che sta alla base della concessione del Marchio del Parco anche agli operatori dei Comuni limitrofi è la volontà di promuovere l’adesione del maggior numero

⁷³ Cottini 2013, pp. 34-35.

possibile di soggetti ai principi dello sviluppo sostenibile, riconoscendo che il senso di appartenenza non è un concetto vincolato ai confini dell'area protetta, ma esteso a chiunque intenda valorizzarla⁷⁴.

Il Marchio poteva essere concesso a:

- attività ricettive e di ristorazione
- attrezzature per attività sportive o per il tempo libero⁷⁵
- servizi turistici
- commercio al dettaglio di prodotti artigianali o agroalimentari del territorio
- eventi culturali
- produttori di beni agroalimentari o artigianali locali.

L'emblema doveva essere rilasciato a titolo oneroso e nella sua progettazione erano stati coinvolti anche numerosi stakeholders, che avevano proposto su un apposito forum una serie di idee, tra cui quella di investire i fondi ottenuti dalla concessione del segno a favore della comunità della Val Grande stessa.

L'assegnazione del "Marchio di appartenenza" era subordinata alla soddisfazione di una serie di requisiti fondamentali e facoltativi. Tra i primi proposti rientrano l'osservanza dei regolamenti presenti nel Parco e l'obbligo di informazione verso l'esterno, mentre tra i secondi vi sono la sensibilizzazione e la preparazione degli operatori locali al rispetto dei criteri gestionali ed ambientali, che riguardano nello specifico: scarichi, rifiuti, emissioni nell'atmosfera, risorse idriche, gestione energetica e di prodotti pericolosi, autorizzazioni sanitarie.

Le aziende, per ricevere il segno distintivo erano tenute a seguire un iter procedurale consistente in vari passaggi:

- 1) *richiesta di assegnazione da parte dell'operatore interessato*
- 2) *compilazione di moduli per la verifica del possesso dei requisiti minimi*
- 3) *sottoscrizione della Carta Valori*

⁷⁴ Cottini 2013, p. 38.

⁷⁵ Nello specifico: impianti sciistici, impianti di risalita, campi da golf, strutture per la navigazione eccetera.

4) *presa visione dei requisiti accessori ed impegno ad adottarli progressivamente*

5) *verifica del Comitato Etico del Parco*⁷⁶

6) *comunicazione da parte del Parco della concessione del Marchio*

7) *versamento della quota annuale da parte dell'operatore*

8) *emissione dell'attestato di appartenenza e concessione del Marchio con il relativo regolamento d'uso*

9) *pubblicazione sul registro tenuto e di volta in volta aggiornato dal Parco*⁷⁷

In sintesi, le aziende interessate al segno di qualità avrebbero dovuto dimostrare di rispettare i requisiti obbligatori, di conoscere e voler perseguire in prospettiva anche quelli facoltativi ed infine erano tenute a sottoscrivere la Carta Valori.

Il processo per l'approvazione di questo Marchio di appartenenza, per quanto ben strutturato ed in grado di valorizzare il Parco della Val Grande, fu sospeso dopo poco tempo, poiché probabilmente l'Ente Parco riteneva che sarebbe stato più utile introdurre l'emblema successivamente.

Considerando che l'area protetta ha aderito nel 2013 alla Carta Europea per il Turismo Sostenibile, oggi il segno potrebbe inserirsi in un contesto sinergico con quest'ultima.

A questo proposito, l'autrice propone di riprendere il progetto Marchio, con alcune modifiche e proposte di semplificazione.

3.5.2 – Attualizzazione del progetto per il Marchio: proposte finali

La ricerca di Cottini comprende un questionario rivolto agli operatori turistici, che per la maggiore risultano sia interessati al Marchio sia disposti ad investirvi. In particolare, gli intervistati concordano sul fatto che il segno possa essere utile a conferire maggiore visibilità alla loro struttura e secondariamente ad accrescere la sostenibilità dei prodotti e servizi erogati.

⁷⁶ Il Comitato Etico è composto dal Direttore del Parco, dal funzionario dell'ufficio promozione, dal Presidente del Parco e dal Presidente della Comunità, un rappresentante di categoria e il funzionario provinciale del settore turismo e ambiente.

⁷⁷ Cottini 2013, p. 37.

Anche alla luce dell'opinione prevalentemente favorevole da parte dei gestori delle attività all'interno del Parco, il progetto relativo al Marchio d'appartenenza sembra avere valide motivazioni per essere riavviato, con opportune modifiche suggerite dalla studiosa:

- le diciture “io produco”, “io ospito”, “io lavoro” potrebbero essere accorpate in un'unica formulazione, come ad esempio “**amico della Val Grande**”, per evitare di suscitare confusione nei consumatori;
- il Marchio dovrebbe essere perfezionato dal punto di vista grafico ed essere reso più simile al logo istituzionale del Parco della Val Grande;
- sarebbero indispensabili controlli più frequenti e più severi;
- il Marchio non dovrebbe esser concesso ai prodotti agroalimentari, per non creare contrasto con le diciture DOP, IGT, IGP, BIO e PAT;
- il Parco necessiterebbe di un Sistema di Gestione Ambientale come ISO o EMAS;
- sarebbe auspicabile una pubblicizzazione accurata del segno, per renderlo noto e comprensibile ai consumatori;
- l'emblema, almeno nel breve periodo, dovrebbe essere gratuito. Ciò incoraggerebbe gli operatori turistici ad un'eventuale adesione;
- il Marchio d'appartenenza dovrebbe essere registrato, per beneficiare di una tutela normativa.

In conclusione, il testo analizzato tratta un caso di studio problematico in cui il processo del Marchio del Parco Nazionale della Val Grande ha subito varie interruzioni. La letteratura sull'argomento mostra che episodi simili non costituiscono eccezioni ma anzi si sono verificati di frequente.

Quest'evidenza ci permette di affermare che una delle maggiori criticità legate all'istituzione di un segno di qualità o semplicemente di appartenenza, come risulta nello studio analizzato, è il fatto che non sempre un Marchio, una volta definito a livello di regolamenti e condizioni, diviene attivo. Le motivazioni di tali blocchi attuativi possono essere di differente natura ed hanno la conseguenza di impedire all'area protetta di beneficiare di un valido strumento in grado di valorizzarla.

3.6 – Aree protette e turismo: conclusioni

Il turismo nelle aree protette si è distinto come un fenomeno importante e che ha offerto a questi luoghi la possibilità di un rilancio economico e sociale.

E' innegabile che, in località marginali come possono essere i Comuni di un Parco, esistano difficoltà fisiologiche che limitano il numero dei visitatori: tra queste possiamo citare le infrastrutture spesso inadeguate, la perifericità delle destinazioni, il clima rigido che soprattutto nelle zone montane rende il fenomeno del turismo ancor più soggetto alla stagionalità.

A tali ostacoli sono poi da aggiungere i limiti dipendenti dall'agire umano, come l'imprenditorialità non sempre matura, che comporta la scarsa attività di promozione, la carenza di strutture ricettive e servizi ed una generica valorizzazione insufficiente delle risorse.

Inoltre è importante ricordare che il Marchio del Parco non ha soltanto la funzione di conferire visibilità a luoghi non sempre adeguatamente conosciuti, ma può essere un valido strumento per incentivare le imprese ad avvicinarsi alla sostenibilità: infatti i disciplinari d'uso che prevedono l'utilizzo di pratiche eco-compatibili comportano maggiore attenzione e tutela nei confronti dell'ambiente, che soprattutto nel settore turistico non è semplice da attuare. Non è da trascurare, in tal senso, neanche l'impatto positivo dei comportamenti volontari a favore della protezione della natura da parte di numerosi produttori o aziende di erogazione di servizi.

D'altro canto si contrappone a questa serie di problematiche l'enorme patrimonio ambientale presente in ogni area protetta, che, di fronte ad una realtà globale sempre più urbanizzata e scalfita da emissioni inquinanti, conserva bellezza paesaggistica ed inestimabile biodiversità. La ricchezza ecosistemica è divenuta la principale attrattiva per una particolare tipologia di turismo, cioè il turismo naturalistico, che porta con sé i caratteri della consapevolezza, del rispetto, della riscoperta del rapporto uomo-ambiente

In particolare, si è sempre più diffuso **l'ecoturismo**, che, secondo le stime del WTO, presenta tassi di crescita annui attualmente ineguagliabili ed in cui le motivazioni del viaggio sono esclusivamente legate all'interesse ed all'attenzione verso l'ambiente, la sua storia e la sua cultura.

Alla luce di tale evidenza positiva, esiste quindi una possibilità concreta di rilanciare economicamente le località all'interno delle aree protette, promuovendo una coesistenza tra turismo e natura, e cercando di coinvolgere la comunità presente nel territorio.

Gli aspetti economici, sociali ed ambientali, se integrati in un programma ben delineato e definito, possono portare alla creazione di un vero e proprio **turismo sostenibile**, costruito sulla base della *Triple Bottom Line* definita da Elkington nel 1994.

La ricerca bibliografica ha evidenziato una crescita esponenziale di studi riguardanti l'argomento, che è stato affrontato da varie angolazioni: sono state effettuate indagini che hanno cercato di comprendere tramite analisi statistiche, economiche ed econometriche quali siano le possibilità da parte degli Enti a capo delle aree protette di accrescere il proprio fatturato, altre che invece hanno avuto l'obiettivo di esaminare le opportunità per un incremento del benessere della popolazione locale, ed altre ancora che hanno cercato soluzioni per permettere un turismo responsabile che non danneggiasse l'ambiente e le sue peculiarità.

I 'tre volti' del turismo sostenibile non sono mai stati trattati singolarmente ma sempre in una logica di sistema, e l'output delle varie pubblicazioni non si è fermato alla semplice descrizione delle varie realtà analizzate, ma ha portato anche all'elaborazione di proposte ed idee per rafforzare ancor di più il settore.

Tra gli strumenti d'intervento per promuovere e valorizzare le aree protette assume particolare rilevanza il Marchio del Parco, che in Italia ha già trovato numerose applicazioni.

Il segno è in grado di incoraggiare le imprese a raggiungere obiettivi di qualità e rispetto dell'ambiente, ed è anche un elemento che attrae i consumatori, sempre più attenti alle etichette e ai riconoscimenti virtuosi.

Dallo studio effettuato sui Marchi si è potuto verificare che gli operatori turistici mostrano generalmente interesse ad ottenere questi titoli, poiché vedono un ritorno economico in prospettiva tutt'altro che secondario.

Per quanto riguarda la loro applicazione sono emerse, però, delle criticità di base:

- I Marchi sono tuttora assenti in molte aree protette, sia perché non è mai stato avviato un progetto in quest'ottica sia perché spesso, come nel caso della Val Grande, le procedure sono state interrotte per varie ragioni.
- Talvolta possono insorgere ostacoli burocratici, come ad esempio contrasti con i prodotti comunitari di tipicità agroalimentare, tra cui le DOP e le IGP e questo ha in parte compromesso l'attuazione del Marchio.
- Non esiste in Italia una regolamentazione uniforme in merito al Marchio del Parco. Tale mancanza comporta numerose problematiche, come la disparità di requisiti tra un'area protetta e l'altra, la possibile assenza di forme di controllo, la più difficoltosa percezione dell'emblema da parte dei clienti.

Lo studio mostra inoltre che la disciplina dei Marchi nelle aree protette è, a livello nazionale, in una fase ancora di definizione: alcuni Parchi hanno disciplinari di qualità rigorosi e soddisfacenti, altri ne sono tuttora sprovvisti. In particolare è auspicabile per il futuro la definizione di norme comuni che regolino l'introduzione ed il funzionamento di questi segni.

E' importante anche ricordare che il Marchio è uno strumento valido non soltanto relativamente al settore turistico ma anche nell'ambito agroalimentare che si è rivelato più di una volta suscettibile di ampi margini di applicabilità.

In ogni caso, è emerso che quello del Marchio non è l'unico strumento adatto a valorizzare il territorio e promuovere il turismo al suo interno. Ad esempio, un'altra possibilità è offerta dalla CETS (Carta

Europea per il Turismo Sostenibile) che non è alternativa al segno di qualità ma si presta adeguatamente a politiche sinergiche di promozione.

I temi trattati in questa prima parte del mio lavoro costituiscono una valida premessa per analizzare un caso di studio specifico di un'area protetta del Centro Italia: il Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna.

CAPITOLO 4 - IL PARCO NAZIONALE DELLE FORESTE CASENTINESI, MONTE FALTERONA E CAMPIGNA

4.1 – Descrizione e storia dell’area protetta

Il Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna è una delle principali aree protette del Centro Italia sia per quanto riguarda il patrimonio naturalistico sia per l’estensione territoriale, che ammonta a circa 36.200 ettari ripartiti su due Province Toscane, Arezzo (14.100 ettari) e Firenze (3.900 ettari) ed una dell’Emilia Romagna, Forlì-Cesena (18.200 ettari)⁷⁸.

Com’è possibile comprendere dalla dicitura ufficiale dell’area, essa è situata nell’Appennino Tosco Emiliano ed ha al suo interno il Monte Falco (1.658m) ed a poca distanza il Monte Falterona (1.654m), che è la cima dove si trovano le sorgenti dell’Arno, come ricordato anche da Dante Alighieri nella Divina Commedia nel canto XIV del Purgatorio ai vv. 16-18: *“... Per mezza Toscana si spazia / un fiumicel che nasce in Falterona / e cento miglia di corso nol sazia ...”*.

Le valli che fanno parte del Parco sono: in Toscana il Casentino ed una parte del Mugello e in Romagna la valle del Rabbi, del Montone e del Bidente.

I due versanti risultano morfologicamente diversi tra loro: mentre quello toscano è più dolce e ricco di foreste, quello romagnolo si presenta più scosceso e con una maggiore presenza di rocce, di cui costituiscono un esempio quelle sedimentarie del Passo dei Mandrioli, localizzato nella parte sud - est dell’area protetta.

⁷⁸ www.parcforestecasentinesi.it

Fig. 4.1 – Il territorio del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna



Fonte: www.parcoforestecasentinesi.it

Il Parco viene istituito con Decreto del Ministero dell'Ambiente 14 dicembre 1990, che stabilisce la perimetrazione provvisoria dei suoi confini. Con D.P.R. 12 luglio 1993 è invece costituito l'Ente Parco a cui viene affidata la gestione dell'area.

Tuttavia, è importante ricordare che queste foreste vantano una storia più che millenaria, che inizia dal tardo medioevo e arriva fino alla istituzione del Parco Nazionale, passando attraverso varie gestioni. Negli

archivi del Monastero di Camaldoli e dell'Opera del Duomo di Firenze è presente un'ampia documentazione, che permette di ricostruire gran parte delle alterne vicende di questi boschi.

Una data di riferimento fondamentale per il territorio è il 1027, anno in cui viene consacrato l'Eremo di Camaldoli⁷⁹ e che segna l'inizio della gestione dei Monaci di gran parte delle Foreste Casentinesi poste sul versante toscano. La porzione invece che si trova nel versante romagnolo, comprendente le foreste di Campigna e della Lama, e la parte toscana di Badia Prataglia costituiscono il dominio di vari rami dei Conti Guidi, che sconfitti poi dalla Repubblica Fiorentina tra la fine del Trecento e l'inizio del Quattrocento sono privati dei loro possedimenti sia in Romagna che in Casentino.

Tutte le foreste del territorio vengono quindi confiscate e affidate all'Opera del Duomo di Santa Maria del Fiore di Firenze, che le gestirà poi per più di quattro secoli.

In questo lungo arco di tempo, la superficie boschiva che oggi fa parte del Parco viene amministrata soprattutto a fini di lucro, senza garantirne quindi un'adeguata manutenzione. Vengono effettuati tagli massicci, spesso dannosi a livello ambientale, per fornire il legname necessario (in particolare l'abete bianco) alla costruzione del Duomo di Firenze o impiegato negli arsenali di Pisa e Livorno⁸⁰.

Nel periodo della Restaurazione, dopo la breve parentesi del dominio napoleonico che vede tra l'altro l'espropriazione di tutti i beni del Monastero di Camaldoli, la Deputazione Secolare, creata per amministrare tutto il patrimonio non religioso, presente nel territorio deve affrontare il problema della situazione di degrado ambientale raggiunto dai boschi gestiti dall'Opera del Duomo. Allo scopo di arginare questo declino, affida nel 1818 l'intero complesso delle Foreste Casentinesi in enfiteusi per 100 anni ai Monaci Camaldolesi, già proprietari della Foresta di Camaldoli⁸¹.

Purtroppo neanche l'intervento di questi ultimi è in grado di determinare una svolta positiva, che invece arriva vent'anni più tardi, quando il Granduca di Toscana Leopoldo II invia a Pratovecchio in qualità

⁷⁹ Per approfondimenti su Camaldoli vedi pp. 144 s.

⁸⁰ Siemoni 2012, p. 20.

⁸¹ Migani 2000, p. 72.

di ispettore ed amministratore delle Regie Foreste Casentinesi l'ingegnere forestale di origine boema Karl Siemon, che italianizza il suo nome in Carlo Siemoni.

In un primo momento egli trova un clima di diffidenza della popolazione locale nei suoi confronti, ma riesce in poco tempo a costruirsi un'opinione favorevole, con la realizzazione di un'opera di rimboschimento eccellente: in vent'anni di attività vengono messe a dimora ben venti milioni di piante, originarie non solo del luogo ma anche dell'Europa Centrale. In tal modo il legname risulta più diversificato e di questa nuova situazione beneficiano sia la biodiversità locale sia le attività economiche.

A Karl Siemon si deve anche il miglioramento delle condizioni di lavoro dei tagliatori e la realizzazione di una rete viaria efficiente. Il Granduca Leopoldo, vedendo che il valore della Foresta casentinese è quadruplicato grazie agli interventi dell'ispettore da lui delegato, la acquista a titolo privato unendolo alla tenuta di Badia Prataglia, già di sua proprietà da alcuni anni. In questo modo si forma l'area boschiva che rappresenta il nucleo fondamentale del patrimonio tuttora gestito dall'Ente Parco.

Con l'Unità d'Italia, la foresta rimane di proprietà dei Lorena, ad eccezione della foresta di Camaldoli che entra a far parte del Demanio del Regno a seguito del Regio Decreto 3036/1866, che sopprime migliaia di ordini religiosi e ne confisca i beni.

Le popolazioni locali, temendo che i discendenti dei Lorena, non più interessati alle sorti dell'enorme patrimonio boschivo, possano venderlo a privati senza scrupoli, dimostrano apertamente tutte le loro perplessità. A Pratovecchio, per esempio, viene presentata da parte del Municipio e degli altri Comuni interessati una petizione al parlamento italiano per scongiurare la vendita a privati. Anche se la richiesta non viene approvata, serve comunque a porre le basi per un interesse dello Stato nei confronti di questa foresta. Così, dopo un periodo di sfruttamento estremo del bosco, segnato da un'opera di disboscamento senza controllo effettuato dalla S.A.I.F. (Società Anonima Industrie Forestali) che lo acquista a fini commerciali, e dopo la forte ostilità delle popolazioni del luogo, che devono alla ricchezza del bosco la loro sopravvivenza, lo Stato nel 1914 acquista tutta la parte delle foreste Casentinesi presenti nei due versanti del crinale tosco - romagnolo,

che, unite alla foresta di Camaldoli, vanno a costituire le Foreste Demaniali Casentinesi. La gestione viene affidata all'Azienda Speciale per il Demanio Forestale dello Stato, poi chiamata Azienda di Stato per le Foreste Demaniali (A.S.F.D.).

Purtroppo i periodi corrispondenti alle due guerre mondiali incidono pesantemente in modo negativo sullo stato della foresta: durante la Grande Guerra vengono tagliati più di 80.000 mc di legname per le esigenze belliche e un trentennio più tardi l'Appennino Tosco-Romagnolo, percorso dalla Linea Gotica, diventa uno dei luoghi di maggior scontro con le truppe tedesche, che in questo territorio perpetrano alcune dei più feroci eccidi di popolazioni civili. Chiaramente anche il bosco diventa teatro di distruzioni e di ferite difficilmente rimarginabili.

Negli anni del dopoguerra, una tappa fondamentale nella storia delle foreste casentinesi è l'istituzione, nel 1959, della prima riserva integrale italiana, la Riserva Naturale Integrale di Sasso Fratino, situata nel versante romagnolo tra i Fangacci e Campigna⁸². Inizialmente ha un'estensione di 113ha, ma oggi, dopo vari ampliamenti, copre una superficie di 764ha, a cui va aggiunto il territorio della confinante Riserva Integrale della Pietra, creata successivamente nella parte toscana del crinale. Qui è vietato ogni accesso, se non per motivi di studio e di ricerca e previa autorizzazione, ma la presenza dell'uomo in questa porzione di foresta manca sicuramente da secoli perché è la stessa conformazione geologica che ha reso pressoché impossibile l'opera dell'uomo. In questo modo l'area si è potuta sviluppare indisturbata, seguendo solo le leggi della natura.

All'inizio degli anni Settanta la proprietà dello Stato raggiunge i 10.601 ettari, di cui circa due terzi (6.773ha) in Toscana e un terzo (3.828ha) in Romagna. Con l'istituzione delle Regioni nel 1970, quasi metà delle foreste passa alla Regione Toscana, che ne delega la gestione alle Comunità Montane competenti per territorio, mentre la parte restante continua ad essere di proprietà dello Stato e gestita tramite il Corpo Forestale.

⁸² All'istituzione di questa riserva si giunge soprattutto grazie all'opera e all'impegno profuso da parte dei due studiosi Mario Pavan e Fabio Clauser, che nel 1959 era Amministratore delle Foreste Casentinesi.

E' proprio in questi anni che cominciano a farsi più pressanti le richieste di interventi per la tutela e la conservazione di questo enorme patrimonio da parte di alcune figure di studiosi, come il naturalista di Forlì Pietro Zangheri, da sempre impegnato per la difesa degli ecosistemi, in particolar modo delle aree più ricche ma anche più a rischio, come le foreste casentinesi.

D'altra parte il diffondersi di una nuova consapevolezza che la natura e l'ambiente sono un bene pubblico e che quindi devono essere protetti perché tutti, oggi e in futuro, ne possano fruire, contribuisce ad accelerare anche a livello legislativo il processo che porterà alla istituzione del Parco. Nel 1980 il Consiglio Comunale di Pratovecchio approva all'unanimità un documento in cui si chiede la costituzione del Parco Nazionale del Falterona e il suo inserimento tra i Parchi da istituire nella proposta di legge quadro sulle aree protette. Qualche anno più tardi la Regione Emilia – Romagna, con legge 2 aprile 1988 n.11, istituisce il Parco Regionale del Crinale Romagnolo, 16.000 ettari che oggi sono ricompresi per la maggior parte nel Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna, istituito nel 1990.

4.2 – Struttura della superficie del Parco

Il Piano per il Parco prevede che il territorio dell'area protetta sia suddiviso in quattro zone a tutela differenziata⁸³.

Il Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna è ripartito in⁸⁴:

1) **Zona A, o di riserva integrale**, costituita da aree di eccezionale valore naturalistico e dove l'intervento dell'uomo è stato pressoché nullo. In questa zona le misure di tutela sono le più rigide ed è vietato il libero accesso affinché la vegetazione possa svilupparsi senza subire alcun danno.

⁸³ Il decreto del Ministero dell'Ambiente 14 dicembre 1990, relativo alla perimetrazione provvisoria del Parco, suddivide l'area protetta in tre zone, ciascuna con proprie misure di salvaguardia. La quarta zona (zona D) è stata individuata successivamente dal Piano del Parco per ricomprendere nel territorio anche i centri abitati.

⁸⁴ Fonte: www.parcoforestecasentinesi.it

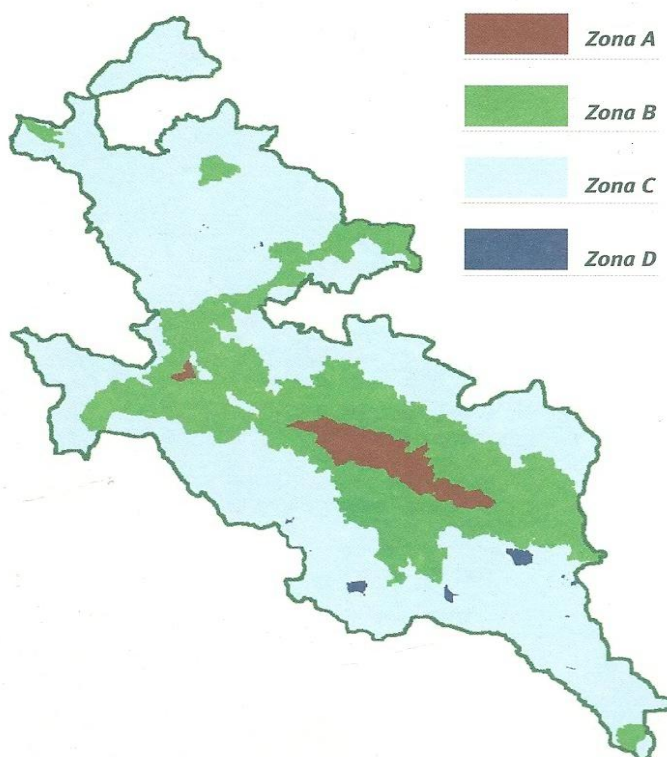
La porzione di territorio che fa parte dell'area a conservazione integrale è molto limitata (924 ettari complessivi), ma la sua importanza naturalistica e scientifica è inestimabile. Infatti, al suo interno, è presente la Riserva Naturale Integrale di **Sasso Fratino**, che è la prima istituita in Italia (nel 1959) e le Riserve Integrali di **La Pietra**, di **Monte Falco – P.iggio Piancancelli** e di **Monte Penna** (FC).

2) Zona B, o di protezione, che comprende aree dove l'intervento dell'uomo è concesso, ma soltanto se è volto al miglioramento degli ecosistemi, al mantenimento degli equilibri naturali o colturali, oppure alla conservazione degli elementi di importante caratterizzazione storica, paesaggistica e monumentale. All'interno della zona B sono situate gran parte delle foreste demaniali regionali, il complesso monumentale della Verna e le Riserve Naturali Biogenetiche dello Stato (Camaldoli, Scodella, Campigna e Badia Prataglia - Lama) istituite con D.M. 13 luglio 1977.

3) Zona C, o di tutela e valorizzazione, che ha al suo interno aree di significativo interesse naturalistico, e che sono state anche oggetto dell'insediamento umano, il quale inevitabilmente le ha modificate. Lo stato attuale di questi luoghi merita di essere tutelato allo scopo di mantenere il giusto equilibrio tra gli interventi dell'uomo e la conservazione dell'ambiente naturale. Questa zona comprende la maggioranza delle proprietà private nel Parco, alcune foreste demaniali regionali ed una parte della Riserva Naturale Biogenetica di Campigna.

4) Zona D, dove sono collocati tutti i centri urbani e le loro espansioni, nonché località di importante tradizione storica o di particolare interesse turistico.

Fig. 4.2 – Parco delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna: zone a tutela differenziata



Fonte: www.parcoforestecasentinesi.it

La superficie del Parco è costituita da boschi per circa 31.200 ettari (85% del totale), mentre, per quanto riguarda la proprietà, appartiene per più del 50% al Demanio Regionale.

Tab. 4.1 – Ripartizione superficie del Parco

	Ettari	Percentuale
Demanio Statale	5.300	14,64%
Demanio Regionale	18.800	51,93%
Proprietà privata	12.100	33,44%
Superficie totale Parco	36.200	100%

Fonte: www.parcoforestecasentinesi.it

4.3 - I Comuni del Parco

Il territorio del Parco, dal punto di vista amministrativo, insiste su due Regioni (Toscana ed Emilia-Romagna), tre Province (Arezzo, Firenze e Forlì-Cesena) e undici Comuni:

in provincia di Arezzo: Bibbiena, Chiusi della Verna, Poppi e Pratovecchio Stia;

in provincia di Firenze: Londa e San Godenzo

in provincia di Forlì-Cesena⁸⁵: Bagno di Romagna, Portico-San Benedetto, Premilcuore, Santa Sofia e Tredozio.

Bibbiena

Abitanti 12.241⁸⁶

Superficie 86,51 kmq.

Si trova al centro della valle del Casentino, di cui è il paese demograficamente più importante, su una bassa collina dove si incontrano l'Arno e l'Archiano. Il nome indica la probabile origine etrusca, ma la prime notizie ufficiali risalgono circa all'anno mille. Poi le vicende storiche vedono un alternarsi del dominio aretino e di quello fiorentino. Nel corso dei secoli il paese si espande sempre di più verso la parte bassa, dove è concentrata la maggior parte delle attività industriali e commerciali. Nel centro storico rimangono i caratteristici vicoli medioevali, molti palazzi rinascimentali e chiese di notevole valore.

Tra le sue frazioni è da ricordare Serravalle, il cui territorio è completamente situato all'interno del Parco Nazionale: sorge su un'altura rocciosa in mezzo a boschi cedui e castagneti, vicino al crocevia delle strade che vanno a Camaldoli e Badia Prataglia. Il castello, attorno a cui si è formato il piccolo borgo, svolgeva una funzione di sentinella nei confronti della valle sottostante.

⁸⁵ La Provincia originaria di Forlì ha assunto nel 1992 la denominazione di Provincia di Forlì - Cesena, a seguito di una revisione territoriale dovuta alla creazione della Provincia di Rimini

⁸⁶ Tutti i dati relativi alla popolazione e alla estensione territoriale dei Comuni del Parco si riferiscono al 1° gennaio 2016 e utilizzano come fonte il sito www.tuttitalia.it.

Chiusi della Verna

Abitanti 2.023

Superficie 102,33 kmq.

Anche se la storia del Comune è molto antica, perché sicuramente i primi insediamenti nel territorio risalgono agli Etruschi, poi ai Romani, la prima data ufficiale in cui viene menzionato Chiusi è il 967, anno in cui l'imperatore Ottone I affida ai Conti Catani il castello e il feudo di Chiusi. Ed è proprio dai discendenti di questa famiglia che San Francesco riceve in dono la montagna della Verna, che sovrasta l'attuale paese e sulla quale poi verrà costruito l'omonimo Santuario, uno dei centri mondiali di più profonda spiritualità⁸⁷.

La fama del paese, da allora, è strettamente legata alla vita, alla figura e all'eredità di San Francesco, che a sua volta non può prescindere dall'ambiente naturale del territorio. Chiusi della Verna si trova immerso in un paesaggio che alterna una foresta d'alta fusto immensa a rocce e calanchi che improvvisamente attraversano i boschi. Tutto intorno al nucleo comunale centrale, sparsi per la montagna, si incontrano piccoli borghi molto caratteristici.

A testimonianza dello stretto connubio tra questa terra e Francesco è da sottolineare come vicino al Santuario inizi uno dei Sentieri Natura del Parco Nazionale che ha proprio come tema "Natura, storia, spiritualità".

Poppi

Abitanti 6.160

Superficie 97,09 kmq.

Uno dei borghi più belli d'Italia⁸⁸, Poppi è dominato dalla maestosità del castello dei Conti Guidi (XIII secolo), perfettamente restaurato, che si staglia in mezzo alla valle del Casentino. Il centro storico è caratterizzato da un alternarsi di vicoli, palazzi signorili, piazze delineate da portici, chiese e grandi monasteri. Il castello è sede della Biblioteca Rilli – Vettori, che

⁸⁷ Per la trattazione approfondita sulla Verna, vedi pp. 145 s.

⁸⁸ Poppi fa parte del Club "I Borghi più Belli d'Italia", associazione nata nel 2001, con il fine di garantire il mantenimento e la valorizzazione dell'enorme patrimonio di memoria storica e di monumenti che è presente nei piccoli centri italiani spesso situati in aree marginali e che altrimenti rischierebbe di scomparire.

ospita, tra l'altro, antichi manoscritti e incunaboli provenienti anche dal monastero di Camaldoli.

Il territorio comunale comprende località di interesse straordinario:

- il Sacro Eremo e il Monastero di Camaldoli, sorti all'inizio del secondo millennio al centro della foresta omonima.

- Badia Prataglia, fondata dai Monaci Benedettini verso l'anno Mille, è situata a pochi chilometri dal passo dei Mandrioli, al confine tra la Toscana e la Romagna, ed è il centro abitato più importante all'interno del territorio dell'area protetta. Immerso anch'esso nella foresta, il cui patrimonio boschivo ha da sempre favorito la lavorazione del legno, Badia Prataglia ne conserva ancora oggi testimonianza in piccoli oggetti artigianali prodotti localmente.

- Campaldino, situata al centro della pianura dove l'11 giugno 1289 si svolge la storica battaglia fra Guelfi e Ghibellini, a cui partecipa anche Dante Alighieri, a fianco della parte guelfa.

Pratovecchio Stia

Abitanti 5.845

Superficie 138,24 kmq.

E' un nuovo Comune istituito il 1° gennaio 2014 (L.R.T. 22 novembre 2013 n.70) dalla fusione dei due Comuni di Pratovecchio e Stia, avvenuta a seguito del referendum popolare del 6-7 ottobre 2013.

E' sede del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna.

I due nuclei abitativi sono uno la prosecuzione dell'altro, localizzati all'inizio del fondovalle casentino. Seguendo il corso dell'Arno si trova prima **Stia** situato proprio alla confluenza dell'Arno con il torrente Staggia, da cui deriva per contrazione il nome del paese. La sua storia è legata, come quella di altri Comuni dell'Alto Casentino, prima ai Conti Guidi, poi alla Repubblica Fiorentina, alla Signoria dei Medici, al Granducato di Toscana, per andare, dopo l'unità d'Italia, di pari passo con le vicende nazionali. La peculiarità di questo paese è aver basato la sua economia sulla lavorazione della lana, creando già a metà dell'ottocento una fabbrica d'avanguardia sia dal punto di vista della produttività sia dell'attenzione sociale nei confronti

degli operai. E' proprio in questo Lanificio che nasce il prodotto identificativo della vallata: il panno Casentino⁸⁹. La storica fabbrica, la cui attività cessa definitivamente nella seconda metà del secolo scorso, oggi ospita il Museo dell'Arte della Lana.

Tra le località più interessanti del paese di Stia sono da ricordare:

- il sito archeologico etrusco del Lago degli Idoli: si trova nel versante casentino del monte Falterona, a sud della cima, nei pressi della sorgente dell'Arno. Dopo il ritrovamento fortuito di una prima statuetta nel 1838, l'area è stata spesso oggetto di scavi, che hanno riportato alla luce migliaia di reperti di varia tipologia, soprattutto piccole figure votive in bronzo gettate nel lago in dono alle divinità, ma anche monete, armi ed altri antichi strumenti.

- Porciano: si tratta di un piccolo borgo situato su una collina a monte dell'abitato di Stia. In mezzo alle case svetta l'alta torre del castello dei Conti Guidi, restaurato negli anni '70 del secolo scorso e sede, tra l'altro, di un Museo che fa parte della rete ecomuseale del Casentino.

Il secondo nucleo abitativo del Comune unico è **Pratovecchio**, paese da sempre strettamente legato alla foresta, al trasporto e alla lavorazione del legname. Qui nel corso dei secoli è stato dislocato il centro principale per la tutela e la gestione dell'enorme patrimonio forestale di questa parte dell'Appennino tosco-romagnolo.

Al porto sull'Arno situato in località Badia arrivavano, attraverso la cosiddetta "Via dei Legni", gli enormi tronchi di abete bianco tagliati nella foresta della Lama, nel versante romagnolo, trasportati per strascico, utilizzando anche ottanta coppie di buoi per superare i difficili tratti in salita.

⁸⁹ Marioni 2013, p. 19: "Il panno Casentino è il discendente dell'antichissimo panno rustico che i mercanti fiorentini del Trecento chiamavano panno grosso di Casentino. Era molto simile al tessuto del vecchio saio francescano, che ricordava anche nel colore; era un panno rozzo, apprezzato solo per la sua resistenza all'usura e alle intemperie. Nella seconda metà dell'Ottocento il panno Casentino, usato anche per fare delle coperture per gli animali da traino, o per un errore nella tintura, ma più probabilmente per l'impiego di un particolare reagente chimico assunse il caratteristico colore arancio. Successivamente anche il verde smeraldo si impose quale colore tipico del panno Casentino, formando insieme il simbolo dell'industria laniera casentina. Il ricciolo è il risultato di un procedimento particolare di finissaggio ottenuto tramite una macchina, la ratinatrice, la cui presenza è documentata dal 1918 presso il Lanificio di Stia".

Alla Badia i tronchi venivano legati insieme a formare delle zattere e avviati, sfruttando le piene dell'Arno, verso Firenze e Pisa per essere utilizzati come materiale da costruzione edile e da imbarcazioni. Oggi quest'antico percorso rivive in un itinerario attrezzato e tabellato dal Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna, che non a caso ha individuato in un antico palazzo di Pratovecchio la sua sede naturale, a testimoniare questo storico rapporto tra il paese e la foresta.

A pochi chilometri di distanza dall'insediamento di Pratovecchio, su una collina si erge il complesso del castello di Romena, risalente ai Conti Guidi, a cui si arriva attraverso un viale di cipressi tipico del paesaggio toscano. Poco sotto il castello è situata anche la Pieve romanica, che oltre ad assumere grande valore dal punto di vista architettonico, è nota per ospitare la comunità della "Fraternità di Romena".

Londa

Abitanti 1.840

Superficie 59,29 kmq.

E' un piccolo paese situato fra le propaggini del Monte Falterona e sulle rive del torrente Rincine, che tra l'altro alimenta anche il vicino lago artificiale. L'origine è molto antica e risale agli Etruschi, la cui presenza è testimoniata da molti ritrovamenti, come la "stele di Londa", conservata al Museo Archeologico di Firenze, e dai tanti toponimi di questo territorio. Dopo un periodo di occupazione romana, verso il 1000 il paese diviene possesso dei Conti Guidi, che fanno costruire il primo nucleo dell'attuale capoluogo comunale su una piccola isola, là dove il torrente Rincine incontra il Moscia. Il nome originario del paese è infatti Isola, poi L'Onda, trasformatosi definitivamente nell'odierno Londa. Passato nel 1375 alla Repubblica Fiorentina, confluito poi nel Granducato di Toscana, è stato soggetto più volte ad aggregazioni con altri Comuni per poi tornare ad essere sempre Comune autonomo, com'è attualmente.

Oggi Londa basa il rilancio della sua economia sulla valorizzazione turistica, che può far perno su tanti aspetti, dalle bellezze artistiche a quelle paesaggistiche o ai prodotti tipici come il marrone IGP del Mugello o la pesca regina di Londa, una cultivar riscoperta verso gli anni '50 del secolo

scorso che presenta la caratteristica di essere tardiva, in quanto è l'unica pesca a polpa bianca che giunge a maturazione e quindi sul mercato nei mesi di settembre e ottobre.

San Godenzo

Abitanti 1.167

Superficie 99,21 kmq.

La località trae il suo nome da San Gaudenzio, un eremita ritiratosi in preghiera in questa zona montuosa. Nell'XI secolo viene costruita in suo nome, lungo la strada che va verso il passo chiamato poi del Muraglione, un'abbazia benedettina, attorno alla quale fiorisce il primo nucleo del paese. Nel 1344, terminato il dominio dei Conti Guidi, San Godenzo viene ceduto alla Repubblica Fiorentina e da lì la sua storia è legata a quella di Firenze e della Toscana. Nella seconda guerra mondiale viene attraversato dalla linea Gotica, gran parte delle case sono distrutte e le popolazioni costrette a rifugiarsi oltre l'Appennino.

Dal punto di vista naturalistico il paese è dominato dal Monte Falterona e il territorio è solitario e ricoperto da boschi. Ai piedi del monte, in una valle verdissima si trova la frazione più famosa del Comune, e cioè Castagno d'Andrea, paese natale di Andrea del Castagno, uno dei maggiori esponenti della pittura fiorentina della seconda metà del Quattrocento. All'interno del Centro Visita del Parco situato proprio in questa località è ospitata una mostra virtuale permanente sull'opera del grande artista rinascimentale.

Tutto il paesaggio intorno a questo borgo è ricoperto da vasti boschi di castagni secolari che vengono coltivati per la produzione di una varietà tipica di castagna, il marrone del Mugello, che ha ottenuto il riconoscimento IGP.

Bagno di Romagna

Abitanti 6.026

Superficie 233,52 kmq.

La località deve il nome, l'origine e il suo sviluppo alle acque calde, di cui già i Romani conoscevano le caratteristiche benefiche e che hanno

fatto del capoluogo dell'alta Valle del fiume Savio un rinomato centro termale. Le acque, che scorgano in modo naturale ad una temperatura tra i 39° e i 47°, sono ricche di molti minerali e quindi hanno riconosciute virtù terapeutiche.

Il paese si trova ai piedi del crinale appenninico in una valle verdissima, oggi facilmente raggiungibile dalla superstrada E45. In epoca feudale il territorio è dominato dai Conti Guidi di Bagno, a cui si deve la costruzione di vari castelli, poi dal 1404 cade sotto la dominazione della Repubblica Fiorentina, rimanendo sotto la giurisdizione di Firenze fino al 1923, quando, per volere di Mussolini, viene annesso alla Provincia di Forlì, insieme a tanti altri Comuni (e, fra questi, tutti i Comuni che oggi si trovano nel versante romagnolo del Parco delle Foreste Casentinesi) della cosiddetta Romagna Toscana⁹⁰.

Dal punto di vista naturalistico il vastissimo territorio di Bagno di Romagna, che è per estensione il secondo Comune della Provincia di Forlì-Cesena, comprende alcune delle località più famose del Parco delle Foreste Casentinesi, fra cui:

- la foresta della Lama, che ricopre le impervie montagne che circondano l'omonimo pianoro e che mantiene in maniera integra le sue caratteristiche originarie. Si può raggiungere solo a piedi o in bicicletta attraverso una strada forestale di 20 km.
- la diga di Ridracoli, che è stata costruita negli anni tra il 1974 e il 1982 per fornire energia e acqua ai Comuni della pianura e della riviera romagnola. Il lago che si è formato a seguito della costruzione dell'invaso artificiale ha una forma stretta e lunga simile ad un fiordo e penetra per più di tre chilometri nella valle del fiume Bidente. Numerose sono le escursioni che si possono effettuare sia via terra sia per lago. Da visitare l'Idro

⁹⁰ Con il termine di Romagna Toscana si indica una regione storica dell'Italia situata nella fascia pedemontana dell'entroterra romagnolo, nel versante padano dell'Appennino tosco-romagnolo, e che deve il suo nome al fatto di essere da un punto di vista geografico, linguistico e culturale romagnola, ma da un punto di vista storico governata dalla fine del Quattrocento da Firenze (prima dalla Repubblica Fiorentina, poi dal Granducato di Toscana, poi dalla Provincia di Firenze) fino al 4 marzo 1923, quando 11 dei Comuni vengono annessi alla Provincia di Forlì, mentre pochi altri rimangono amministrativamente in Toscana, in Provincia di Firenze (Marradi e Alto Mugello).

Ecomuseo delle Acque, che presenta spazi e allestimenti interattivi e quindi particolarmente rivolto alle scolaresche.

- le scalacce dei Mandrioli, formazioni rocciose in cui si può osservare in modo spettacolare l'alternanza tra le arenarie giallo-beige e le marne grigio chiaro, che si trovano lungo la strada che sale dalla valle del Savio verso il passo dei Mandrioli, collegando la Romagna a Badia Prataglia.

Portico – San Benedetto

Abitanti 756

Superficie 61,05 kmq.

È, per popolazione residente, il più piccolo Comune della Provincia di Forlì-Cesena. Il nucleo abitativo centrale è costituito da **Portico di Romagna**, sede del Comune, borgo che conserva ancora molto della sua struttura medievale e in cui si possono ammirare numerosi palazzi, torri e i tipici passaggi coperti che collegavano la parte più bassa ricavata nella cinta muraria (case di popolani e botteghe artigiane), il livello intermedio costituito dai portici e dai palazzi, come il palazzo Traversari e il palazzo Portinari, e il piano più alto formato dal castello (oggi resta solo una torre), dalla pieve e dal palazzo del podestà. Divenuta capitale della Romagna Toscana, nel 1775, per ragioni amministrative ed economiche, si unisce al Comune di **San Benedetto in Alpe**, di origini antichissime e costruito attorno alla famosa abbazia fondata dai Monaci benedettini intorno all'anno 1000, di cui oggi rimangono parte delle mura esterne, una torretta difensiva ed un portale ad arco, ma soprattutto una stupenda cripta. Il paese è situato alla confluenza di tre fossi, di cui il principale, l'Acquacheta, prima di raggiungere San Benedetto in Alpe compie un salto di 70 metri dando vita alla famosa cascata che porta lo stesso nome e che si può raggiungere in un paio d'ore a piedi partendo appunto dal paese⁹¹.

⁹¹ La cascata dell'Acquacheta è descritta da Dante nel XVI Canto dell'Inferno ai vv. 94-102: “... *Come quel fiume ch'ha proprio cammino / prima dal Monte Viso 'nver' levante, / da la sinistra costa d'Apennino, / che si chiama Acquacheta suso, avante / che si divalli giù nel basso letto, / e a Forlì di quel nome è vacante, / rimbomba là sovra San Benedetto / de l'Alpe per cadere ad una scesa / ove dovea per mille esser recetto; ...*”

Premilcuore

Abitanti 799

Superficie 98,56 kmq.

E' un piccolo centro abitato situato nell'alta valle del fiume Rabbi, immerso in un territorio molto isolato e selvaggio, tra i due contrafforti dell'Alpe di San Benedetto e il Monte Falterona. D'origine romana, il paese conserva il nucleo medievale fortificato, dominato dal castello dei Conti Guidi.

In mezzo al paesaggio ricco di boschi si trovano dei piccoli borghi come Castel dell'Alpe e Fiumicello, caratterizzati soprattutto dalla presenza di antichi mulini che testimoniano la cultura montana e lo stretto legame fra l'uomo e la natura: i mulini sfruttavano l'energia dei torrenti per produrre la farina di castagne e la farina di cereali, base per la cucina povera tipica delle zone dell'Appennino tosco-romagnolo. Le antiche macine che si possono vedere all'interno di questi mulini funzionano ancora perfettamente.

Santa Sofia

Abitanti 4.136

Superficie 148,87 kmq.

E' situato nella valle del Bidente, il fiume che taglia in due il paese e che ha segnato per secoli il confine tra lo Stato Pontificio e il Granducato di Toscana: sulla riva destra infatti si trovava l'insediamento di Mortano (Stato della Chiesa) e sulla riva sinistra l'abitato di Santa Sofia (sotto il dominio fiorentino). Costituitosi come Comune nel 1811, Santa Sofia è entrato a far parte della Provincia di Forlì nel 1923, anno in cui è stata decisa anche la fusione dei due nuclei abitativi posti sulle due sponde del Bidente.

È sede della Comunità del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna. Del suo territorio fanno parte due importanti località:

- Corniolo, situato a metà strada tra il passo della Calla e Santa Sofia: a pochi chilometri dall'abitato, ad un'altitudine di circa 700 m. si trova il Giardino Botanico di Valbonella che presenta una collezione di circa 300 specie, di cui alcune rare e protette, con una ricostruzione degli ambienti vegetali presenti nell'Appennino romagnolo.

- Campigna, rinomata località pochi chilometri sopra la frazione di Corniolo: è immersa nella foresta di abeti e faggi che nel 1976 è stata riconosciuta come Riserva Naturale Biogenetica, al fine di conservare un territorio che rappresenta pienamente il paesaggio montano dell'Appennino e di tutelare il ricco patrimonio di biodiversità sia faunistica che floristica. Ripercorrendo da Campigna il passo della Calla è possibile raggiungere una stazione sciistica, dotata di impianti di risalita, che nei mesi invernali è meta di numerosi sportivi che praticano lo sci alpino e di fondo o anche di semplici appassionati che si godono i paesaggi innevati con lunghe passeggiate con le ciaspole.

Tredozio

Abitanti 1.212

Superficie 62,20 kmq.

Il Comune di Tredozio è situato nella valle più settentrionale del Parco delle Foreste Casentinesi, l'alta valle del torrente Tramazzo, in un territorio ricco di boschi abbastanza solitario, ma dotato di una rete sentieristica molto ben organizzata. Questa valle è stata da sempre un luogo di transito tra la pianura romagnola e la Toscana e, come altri centri, la storia di Tredozio è strettamente legata prima al rifiorire dello spirito religioso dopo l'anno 1000 (di cui è testimonianza l'Eremo di Gamogna fondato da San Pier Damiani nell'XI secolo), poi al dominio dei Conti Guidi e infine (1428) alla dominazione fiorentina, a cui risalgono i numerosi palazzi presenti.

Un altro punto di riferimento importante di questo territorio è il Lago di Ponte, situato a monte del paese sul torrente Tramazzo. Si tratta di un lago artificiale realizzato nel 1962 dal Consorzio di Bonifica, recentemente consolidato e pienamente integrato nel paesaggio naturale.

Per una realtà come quella di Tredozio, così ricca di risorse naturalistiche, il Parco Nazionale può veramente rappresentare un'opportunità di risveglio economico, sfruttando la valorizzazione del territorio a scopi turistici.

4.4 - Camaldoli e La Verna

Il Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna presenta una caratteristica che lo rende unico sul territorio nazionale e, probabilmente, mondiale: l'area protetta vanta al suo interno, oltre ad una ricchezza straordinaria di ecosistemi, due centri religiosi di storia millenaria, cioè l'Eremo di Camaldoli ed il Santuario della Verna, strettamente legato alla figura di San Francesco d'Assisi. Quest'aspetto fa sì che il territorio, oltre ad essere meta del turismo naturalistico tipicamente presente in un'area protetta, sia una destinazione ricercata dai visitatori spinti da motivazioni di fede.

La storia di **Camaldoli**, com'è già stato accennato precedentemente, è legata alla figura di San Romualdo, un monaco originario di Ravenna e di cultura bizantina, che diffonde la Regola di San Benedetto con un'impronta fortemente ispirata dalla spiritualità orientale.

La tradizione narra che il Santo, durante un viaggio tra la Romagna ed il Casentino, alla ricerca di un luogo adatto alla costruzione di un nuovo monastero, in una notte trascorsa nei pressi di Campo Amabile, a poca distanza dall'attuale Sacro Eremo, nel sonno abbia avuto una visione di una lunga processione di Monaci vestiti di bianco, che saliva lungo una scala che conduceva verso il cielo.

Al di là dell'aneddoto, San Romualdo, incoraggiato anche da Teodaldo, Vescovo della Chiesa aretina proprietaria dei terreni, fa erigere cinque celle isolate intorno ad una piccola chiesa, che costituiscono il nucleo originario dell'Eremo. Dopodiché decide di dar vita ad una comunità per assistere i viaggiatori ed i pellegrini che attraversavano le aree isolate e selvatiche che attualmente fanno parte del Parco.

La comunità stessa, una volta istituita, utilizza come sede un Ospizio presente nella sottostante località di Fonte Buono, che corrisponde all'attuale Camaldoli.

Risale al 1027 la consacrazione dell'Eremo, mentre l'Ospizio diviene Monastero nel 1080. Nello stesso periodo il priore Beato Rodolfo definisce nei "Codici Camaldolesi" le regole della comunità, dalle quali emerge fin dagli albori un interesse verso la tutela della natura e del

paesaggio non orientata soltanto alla difesa dell'ambiente ma anche agli aspetti sociali ed economici relativi alla gestione del bosco.

La bolla Papale del 1113 decreta la nascita della Congregazione Camaldolese dell'Ordine di San Benedetto, che ben presto si espande in Italia ed al di là delle Alpi.

I Monaci Camaldolesi continuano ad occuparsi della salute delle foreste, tant'è che nella "Regola di vita Eremitica" dell'abate Paolo Giustiniani, stampata nel 1520, si dice⁹²: *Se saranno gli Eremiti studiosi veramente della solitudine, bisognerà che abbiano grandissima cura, et diligenza, che i boschi, i quali sono intorno all'Eremo, non siano scemati, né diminuiti in niun modo, ma più tosto allargati, et cresciuti.*

Questo testo viene considerato di fatto un vero e proprio Codice Forestale, dal momento che, oltre ai precetti riguardanti la religione e la spiritualità, contiene numerose disposizioni relative al bosco.

Dal XVI secolo, la selvicoltura praticata dai Monaci inizia ad avere un carattere più produttivo, pur nel rispetto e nella tutela delle foreste dove, nella ricchezza della vegetazione, spicca la presenza dell'abete bianco.

I Camaldolesi vengono espropriati dei loro beni sia durante l'epoca napoleonica sia nel 1866 a seguito della legge che sopprime gli ordini religiosi.

Da allora, la Foresta Camaldolese, la cui estensione si attesta a 1.442 ettari, appartiene al Demanio dello Stato.

Oggi il Sacro Eremo è aperto ai visitatori, ed a valle, a pochi chilometri di distanza, si trova il centro di Camaldoli dove sono situati il Convento, la Foresteria, l' Antica Farmacia, l'Hospitium, il Chiostro dell'XI secolo e all'interno del complesso vi sono numerose opere d'arte.

La Verna assume particolare importanza sia per la sua localizzazione sia, soprattutto, per la sua storia. Il complesso del Santuario è situato in mezzo alla foresta sulla roccia del Monte Penna della Verna (1.283 m.), la cui cima presenta una singolare forma tagliata a picco e che la rende immediatamente individuabile sia dall'intero Casentino sia dall'Alta

⁹² Parco 2003b, p. 24.

Val Tiberina⁹³. Infatti Dante, nel canto XI del Paradiso al v. 106, definisce il Sacro Monte come “*Crudo sasso intra Tevero et Arno*”.

Nel Maggio 1213 il conte Orlando Cattani, feudatario del castello di Chiusi della Verna, dona il Monte omonimo a **San Francesco d’Assisi**, essendo stato colpito, durante un sermone del frate, dalla nobiltà d’animo che filtra dalle sue parole.

Il luogo si presenta adatto all’eremitaggio ed alla preghiera, in quanto molto isolato e estremamente selvaggio ed è in quest’ambiente incontaminato che San Francesco sviluppa un legame forte con la natura e tutte le creature presenti. Nel 1218 viene ultimata la costruzione della chiesetta di Santa Maria degli Angeli e risale al 17 Settembre 1224 la data in cui, secondo la tradizione agiografica, il Santo riceve le Stimmate.

Dal 1250, dopo più di vent’anni dalla morte di Francesco, i frati, terminata la costruzione del santuario, si insediano stabilmente alla Verna, divenuta nei secoli successivi una meta spirituale conosciuta e visitata dai turisti di tutto il mondo.

A livello ambientale, il luogo presenta come principale peculiarità la compresenza di maestose rocce e foreste ricche di biodiversità. La gestione del bosco è stata molto diversa rispetto all’altro centro casentinese: i Francescani, al contrario dei Camaldolesi, hanno lasciato che la foresta seguisse il corso evolutivo predisposto dalla natura senza mettervi mano, poiché un intervento umano sarebbe stato a loro parere in contrasto con l’opera di Dio. La vegetazione si presenta ricca di faggi altissimi, abeti bianchi e numerose formazioni rupestri di latifoglie⁹⁴.

All’interno del Santuario della Verna sono presenti numerose opere d’arte, tra cui si ricordano le terrecotte invetriate di Andrea e Luca della Robbia.

4.5 - L’Ente Parco

L’Ente Parco delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna, istituito con il DPR 12 luglio 1993, è l’organismo a capo dell’area protetta ed a cui è affidato sia il compito di vigilanza sul rispetto

⁹³ www.laverna.it

⁹⁴ Parco 2003b , p.29.

delle norme di conservazione sia di promuovere la valorizzazione del Parco stesso.

L'Ente Parco è costituito da cinque differenti organi, che rimangono in carica cinque anni: il Presidente, il Consiglio Direttivo, la Giunta esecutiva, il Collegio dei Revisori dei Conti e la Comunità del Parco.

Il **Presidente**, ai sensi dell'art. 9 della Legge quadro 394/1991, è nominato con decreto del Ministro dell'Ambiente e della Tutela del Territorio, d'intesa con i presidenti delle Regioni su cui ricade l'area protetta. La figura del Presidente è il riferimento centrale di questa articolazione istituzionale: infatti non è soltanto il legale rappresentante del Parco, ma svolge la funzione di coordinamento delle attività, presiede il Consiglio Direttivo e la Giunta Esecutiva e adotta tutti gli atti che la legge, i regolamenti e lo statuto individuano come sua competenza. Il Presidente è coadiuvato in particolar modo da un vicepresidente, che viene scelto dal Consiglio Direttivo all'interno dei suoi componenti.

La carica di Presidente del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi è attualmente ricoperta da Luca Santini, nominato con Decreto Ministeriale n. 197 del 21 Giugno 2013, già Sindaco del Comune di Stia dal 2004 al 2009 e rieletto nel 2009 con scadenza 2014.

Il **Consiglio direttivo**, ai sensi dell'art.1, c.1 del DPR 16 aprile 2013 n.73, che modifica la legge quadro sulle aree protette per quanto riguarda la composizione di quest'organo, è formato dal presidente e da altri 8 membri, di cui 4 indicati dalla Comunità del Parco, 1 dalle associazioni di protezione ambientale, 1 dal Ministero dell'Ambiente e della tutela del territorio e del mare, 1 dal Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali e 1 dall'ISPRA.

Il Consiglio Direttivo *determina l'indirizzo programmatico e definisce gli obiettivi da perseguire nonché verifica, attraverso il Presidente, la rispondenza dei risultati della gestione amministrativa alle direttive generali impartite*⁹⁵.

⁹⁵ www.parcoforestecasentinesi.it

L'organo ricopre una serie di funzioni fondamentali, tra cui elabora lo Statuto dell'area protetta, adotta il Regolamento del Parco e predispone il Piano per il Parco.

Il regolamento, approvato dal Ministero dell'Ambiente previo parere degli enti locali interessati, è volto a disciplinare le attività consentite entro il territorio del parco, mentre il Piano è uno strumento più complesso che interessa vari ambiti, tra cui la demarcazione dei confini dell'area protetta, la definizione degli obiettivi di tutela ambientale e le politiche di valorizzazione sociale e culturale.

Inoltre il Consiglio Direttivo elegge, scegliendolo tra i suoi membri, il vice-presidente del Parco e un componente della Giunta esecutiva.

La **Giunta esecutiva** è un organo composto dal Presidente, dal vice-presidente e da un componente eletto dal Consiglio Direttivo fra i consiglieri in carica.

Le competenze della giunta sono:

- la messa in atto delle deliberazioni del Consiglio Direttivo
- l'adozione di tutti gli atti che non rientrano nella competenza esclusiva del Consiglio Direttivo
- l'adempimento delle funzioni delegate dal Consiglio Direttivo

Attualmente la Giunta esecutiva del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi non è stata ricostituita.

Il **Collegio dei revisori dei conti** ha il compito di effettuare il riscontro contabile sugli atti dell'Ente. E' nominato dal Ministero del Tesoro che designa due dei tre membri, mentre il terzo è individuato in accordo dalle Regioni interessate.

La **Comunità** è un organo di tipo consultivo e propositivo, che ha un po' la funzione di raccordo fra gli interessi generali dell'Ente e gli interessi delle comunità locali presenti nell'area protetta.

E' composta dai Sindaci di tutti i Comuni del Parco, dai Presidenti delle Regioni Emilia Romagna e Toscana, dai Presidenti delle Province di

Arezzo, Firenze e Forlì Cesena ed infine dai Presidenti delle Comunità Montane interessate⁹⁶.

In alcuni casi la Comunità è chiamata ad esprimere dei pareri obbligatori, come ad esempio sul regolamento del Parco, sul Piano per il Parco, sul bilancio e conto consuntivo e sullo statuto. Inoltre ha il compito di deliberare, previo parere vincolante del Consiglio Direttivo, il Piano pluriennale economico e sociale, sulla cui attuazione è tenuto a vigilare.

4.6 - Il Parco e la promozione del settore turistico

L'Ente Parco delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna, oltre a rivestire un ruolo fondamentale per quanto riguarda la conservazione dell'area protetta, ha tra le sue finalità anche l'obiettivo di valorizzazione delle realtà locali presenti sul territorio. In particolare, l'Ente ripone grande fiducia nel settore turistico, specie in virtù del fatto che la realtà attuale vede un sempre maggior numero di visitatori interessati alla natura ed alla ruralità.

A questo proposito è importante ricordare che il Parco si è candidato nel 2014 per aderire alla Carta Europea per il Turismo Sostenibile: il 7 Dicembre 2015 l'area protetta ha ottenuto il riconoscimento della prima fase della CETS, e, come sottolineato dal direttore ing. Paglialunga in sede di intervista⁹⁷, sono attualmente in corso le procedure per la convalidazione della seconda fase, relativa alle aziende operanti nel settore turistico.

Le attività che il Parco propone a favore del turismo sono molteplici. Ad esempio, l'Ente promuove sul suo territorio una serie di eventi suddivisi stagione per stagione:

- *Primavera wild*, in cui le attività proposte riguardano prevalentemente la biodiversità e la scoperta della natura, con specifica attenzione al fenomeno della fioritura.
- *E...state con il Parco*, che interessa la stagione in cui l'afflusso turistico nell'area protetta è maggiore. L'Ente informa, attraverso un apposito catalogo presente sul sito, su più di una iniziativa al giorno.

⁹⁶ Tali Comunità Montane sono state sostituite dalle Unioni dei Comuni.

⁹⁷ Vedi capitolo 6.

- *Autunno Slow*: assumono particolare rilevanza tra gli eventi principali le visite guidate nelle foreste dove, da metà Ottobre ad inizio Novembre, le foglie assumono i tipici colori dell'autunno. Il Parco promuove in tal senso una serie di appuntamenti per ammirare il cosiddetto "fall foliage". Sempre in questo periodo il Parco ha avviato escursioni in cui è possibile assistere al fenomeno del bramito del cervo.
- *Neve & Natura*: i principali eventi invernali sono costituiti da escursioni a piedi o con le ciaspole, da attività sportive tipiche della stagione come lo sci e l'alpinismo e la promozione di manifestazioni tradizionali locali legate alle festività Natalizie.

Ognuna di queste sezioni è articolata in un dettagliato calendario di ulteriori visite guidate, mostre fotografiche, convegni o incontri, itinerari di carattere enogastronomico, attività sportive (canoa, bicicletta, equitazione ecc.) ed altri progetti.

Ampio spazio è dedicato alle escursioni, dal momento che l'area protetta propone vari itinerari percorribili a piedi oppure in mountain bike. Tra questi è importante ricordare il *sentiero delle foreste sacre*, articolato in sette tappe differenti che attraversano, di fatto, tutto il Parco: il percorso inizia al lago di ponte di Tredozio e termina al Santuario de la Verna.

Il Parco delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna fa parte anche dell'itinerario interregionale dell' *Alta via dei Parchi*, che è suddiviso in 27 tappe che vanno ad interessare 10 province (Parma, Reggio Emilia, Modena, Bologna, Ravenna, Forlì-Cesena, Rimini, Lucca, Massa Carrara e Pesaro-Urbino), in un percorso totale di 500 km tra montagne e foreste su due Parchi Nazionali, cinque regionali ed uno interregionale.

Fig. 4.3 - Alta via dei Parchi



Fonte: www.parcoforestecasentinesi.it

Un altro progetto interessante, *da rifugio a rifugio*, ideato in collaborazione con alcuni GAL⁹⁸ del versante Romagnolo, permette un fine settimana all'interno di varie strutture ricettive dell'area protetta, che non sono necessariamente rifugi ma anche agriturismi, locande, poderi o altri esercizi in stretto contatto col patrimonio naturalistico.

Inoltre, il sito dell'area protetta suggerisce nove *sentieri natura* (Acquacheta, La Verna, Badia Prataglia, Camaldoli, Campigna, Castagno d'Andrea, Fiumicello, Ridracoli, Lago di Ponte) finalizzati all'osservazione ed alla conoscenza del territorio.

Il Parco collabora anche con il progetto EcoMuseo, che è coordinato dall'Unione dei Comuni Montani del Casentino, attuando varie iniziative culturali, tra cui le mostre *Le meraviglie del quotidiano*, in cui sono stati esposti oggetti tipici della ruralità locale, e *Mangiare ai tempi della fame*, attraverso la quale i visitatori hanno potuto scoprire come le comunità del

⁹⁸ I GAL (Gruppi d'Azione Locali) sono organismi composti sia da soggetti pubblici che privati, volti a promuovere lo sviluppo rurale tramite l'utilizzo di finanziamenti dell'Unione Europea.

Parco siano riuscite nella storia a far fronte alla miseria utilizzando come sostentamento i prodotti agroalimentari tradizionali.

L'EcoMuseo ed il Parco hanno avviato anche una serie di schede progettuali tramite la CETTS, tra cui spicca *FestaSaggia* in essere dal 2008 e che consiste nel *diffondere all'interno degli eventi locali, in particolare sagre e feste paesane, alcune buone pratiche legate alla valorizzazione, promozione e tutela del paesaggio, dei prodotti e del patrimonio culturale*⁹⁹

FestaSaggia vede anche il sostegno di SlowFood e fa parte di *OLTRETERRA*, un programma di azione locale che persegue vari obiettivi, tra cui l'accesso al mercato delle piccole imprese ubicate sul territorio, la creazione di mense agricole scolastiche e la promozione della *gestione forestale economica*, che cerca di avvalersi della multifunzionalità del bosco in ottica di sostenibilità.

Infine il Parco si è ritagliato un ruolo centrale nell'educazione ambientale: l'Ente organizza per le scuole numerosi progetti, finalizzati a divulgare il valore dell'area protetta presso i giovani ed a trasmettere loro il rispetto e l'interesse nei confronti dell'ambiente.

Ad esempio, il Parco ha instaurato una collaborazione dal 2013 con l'istituto comprensivo di Poppi, proponendo attività educative e di laboratorio agli studenti, ed è spesso meta di gite scolastiche provenienti non solo dalla Toscana ma da tutto il territorio nazionale.

Una struttura che è particolarmente frequentata dalle scuole è il Planetario di Stia, operante dal 2003 ed al momento unico centro permanente della Provincia di Arezzo dedito all'insegnamento dell'astronomia. Nel Planetario, dove sono disponibili tutti gli strumenti necessari per l'osservazione del cielo, è possibile accedere ad una stanza sul cui soffitto è rappresentata la volta celeste. Il Parco promuove per gli istituti scolastici della Provincia di Arezzo gite didattiche organizzate attraverso pacchetti agevolati comprendenti una guida Parco, un operatore addetto al Planetario e il trasporto ferroviario a prezzi ridotti.

⁹⁹ www.ecomuseo.casentino.toscana.it/festasaggia/festasaggia

L'area protetta promuove la conoscenza ed il rispetto dell'ambiente natura anche attraverso il CEAS (Centro di Educazione alla Sostenibilità) del Parco, istituito nel 2012. Questo organismo opera in una rete di strutture di cui fanno parte il giardino botanico di Valbonella, l'Idro Ecomuseo delle Acque di Ridracoli ed i centri visita di Badia Prataglia, Bagno di Romagna, San Benedetto in Alpe, Premilcuore e Santa Sofia e che hanno l'obiettivo di divulgare l'attenzione nei confronti del patrimonio naturalistico del territorio.

CAPITOLO 5 - IL SETTORE TURISTICO NEI COMUNI DEL PARCO: ANALISI DEI DATI SU DOMANDA E OFFERTA

5.1 – Introduzione e metodologia

Lo studio è stato svolto con l'obiettivo di analizzare le dinamiche che il turismo ha registrato all'interno di tutti i Comuni del Parco delle Foreste Casentinesi. Nonostante il territorio dei Comuni non rientri del tutto dentro i confini dell'area protetta, è ragionevole supporre che la sua istituzione abbia avuto in ogni caso un impatto sulle località esaminate, che possono aver beneficiato della presenza di un Parco Nazionale.

A questo proposito il capitolo ha lo scopo di valutare, attraverso la raccolta e l'elaborazione dei dati statistici, quale contributo abbia avuto l'area protetta nell'economia del territorio. Nonostante sia impossibile verificare esattamente quanto la presenza del Parco abbia inciso a livello turistico, i numeri possono comunque fornire indicazioni importanti, poiché l'interesse nei confronti di questo straordinario patrimonio ambientale non è soltanto testimoniato dalle presenze nei Centri Visita o in altre strutture collegate all'Ente, ma anche da fattori tra cui ad esempio l'incremento dell'offerta extra-alberghiera, che è interpretabile come una risposta alla domanda crescente di turismo naturalistico o di ecoturismo.

L'analisi cerca di valutare sia l'evoluzione della domanda sia dell'offerta turistica secondo un'indagine così strutturata:

1) La **domanda** è misurata attraverso l'interpretazione delle statistiche relative ad alcune variabili:

- Le presenze e gli arrivi: per arrivi turistici s'intende il numero dei clienti che sono ospitati dalle strutture ricettive in un dato periodo di tempo. Le presenze, invece, sono costituite dal numero di notti che i clienti trascorrono nell'esercizio ricettivo nel riferimento cronologico considerato.

- I dati utilizzati sono annuali e sono state costruite alcune serie storiche, che iniziano, ove è stato possibile reperire le statistiche, nel 1993, cioè l'anno di istituzione del Parco delle Foreste Casentinesi, fino agli ultimi dati che risalgono nella maggior parte dei casi al 2015 oppure al 2014.

- La permanenza media, che è il rapporto tra presenze ed arrivi turistici. Grazie a questo parametro è possibile individuare se, in generale, i visitatori tendono a preferire soggiorni di lunga o breve durata.

- La provenienza dei turisti: i dati su arrivi e presenze sono stati suddivisi in base alla nazionalità.

- Dati dei Centri Visita e Punti Informativi: sono state studiate anche le presenze annue di questi centri istituiti dal Parco, poiché, pur avendo giorni ed orari di apertura diversi tra loro e da stagione a stagione, possono dare alcune indicazioni riguardo all'affluenza nell'area protetta.

2) L'analisi dell'**offerta turistica** si è concentrata prevalentemente sulle strutture ricettive, soffermandosi soprattutto su questi aspetti:

- Trend degli esercizi ricettivi, con distinzione tra esercizi alberghieri ed extra - alberghieri.

- Analisi delle tipologie di esercizi extra - alberghieri. Particolare attenzione è stata rivolta agli agriturismi, che per le loro caratteristiche sono in forte collegamento con l'area protetta. L'indagine studia le variazioni numeriche di ogni genere di struttura complementare.

- Analisi quantitativa dei posti letto. L'offerta turistica non può essere valutata in modo esaustivo con il solo dato del numero delle strutture ricettive. I posti letto indicano, di fatto, quanti visitatori possono pernottare all'interno degli esercizi presenti nel Parco.

- Indagine sulla media dei posti letto per esercizio ricettivo, che permette di verificare se le strutture tendono ad accrescere o ridurre la propria dimensione. Sia l'analisi sul numero dei posti letto sia quella sulla media degli stessi sono state effettuate non solo considerando tutte le strutture ma anche separando quelle alberghiere dalle extra - alberghiere, per poter confrontare le differenti dinamiche.

La ricerca ha interessato tutti gli 11 Comuni dell'area protetta nella loro interezza. Il motivo di tale scelta è da ricondurre al fatto che l'importanza del Parco nel settore turistico locale non si esplica solamente all'interno dei suoi confini ma, evidentemente, si estende almeno a tutta la superficie coperta dalle unità amministrative: a riprova di ciò, l'Ente organizza spesso eventi ed iniziative in collaborazione con i Comuni stessi e le associazioni locali. Inoltre la presenza dell'area protetta è di per sé un

elemento importante, anche se non l'unico, in grado di incrementare la visibilità del territorio. A tal proposito è interessante valutare come il turismo legato all'esistenza del Parco possa interagire con gli altri elementi di attrattiva che ne caratterizzano i Comuni, come la storia e la cultura, il patrimonio architettonico, le tradizioni ed il paesaggio, inserendosi in un contesto di valorizzazione sinergica.

Lo studio è suddiviso in quattro parti:

- La prima analizza il **versante toscano**, esaminando innanzitutto le caratteristiche della domanda turistica e successivamente dell'offerta. Un ulteriore strumento d'indagine è costituito dai dati delle presenze dell'EcoMuseo, che riguardano centri culturali che spesso si trovano nei Comuni del Parco. Tutte le variabili sono state valutate anche Comune per Comune e sono stati confrontati i dati dei Comuni nella provincia d'Arezzo (Bibbiena, Poppi, Pratovecchio Stia, Chiusi della Verna) con quelli del fiorentino (Londa, San Godenzo), per comprendere le differenze dal punto di vista turistico tra la parte dell'area protetta che fa parte del Casentino e quella del Mugello.

- La seconda riguarda il **versante romagnolo** e segue l'impostazione della parte precedente. Oltre ai dati Comune per Comune, spesso sono state separate le statistiche relative a Bagno di Romagna da quelle riguardanti le realtà di Tredozio, Portico e San Benedetto, Premilcuore e Santa Sofia, dal momento che i valori che registra Bagno di Romagna, soprattutto grazie alla presenza del turismo termale, sono notevolmente superiori rispetto agli altri.

- La terza parte è relativa ai **dati dei Centri Visita e Punti Informativi**, che, in quanto istituiti dal Parco, sono stati trattati in una sezione a parte.

- La parte conclusiva del lavoro analizza i **dati aggregati**, sia dal punto di vista della domanda sia dell'offerta. Le statistiche sul versante toscano e romagnolo vengono messe a confronto, per verificare i punti in comune e le diversità tra un'area e l'altra.

Le rilevazioni sono state effettuate tra i mesi di Ottobre e Dicembre 2016, durante il periodo di tirocinio svolto presso l'Ente Parco delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna. I dati sono stati reperiti, per

quanto riguarda il versante toscano, dalla Regione, mentre quelli del versante romagnolo sono stati attinti da due fonti: l'Osservatorio Provinciale del Turismo della Provincia di Forlì Cesena, relativamente all'offerta turistica, ed Unioncamere Emilia Romagna per ciò che concerne la domanda.

5.2 – Analisi dati del versante toscano

I Comuni del Parco che fanno parte del versante toscano sono, per quanto riguarda la provincia di Arezzo, Bibbiena, Poppi, Pratovecchio Stia e Chiusi della Verna, mentre Londa e San Godenzo fanno parte della Città Metropolitana di Firenze.

Le porzioni di territorio comunale che rientrano nei confini del Parco Nazionale ammontano complessivamente a circa 17.700 ettari, cioè il 48,7% dell'area protetta, di cui il 37,8% è nell'aretino mentre il 10,9% si trova nel Mugello.

Tab. 5.1 – Territorio comunale all'interno del Parco - versante toscano

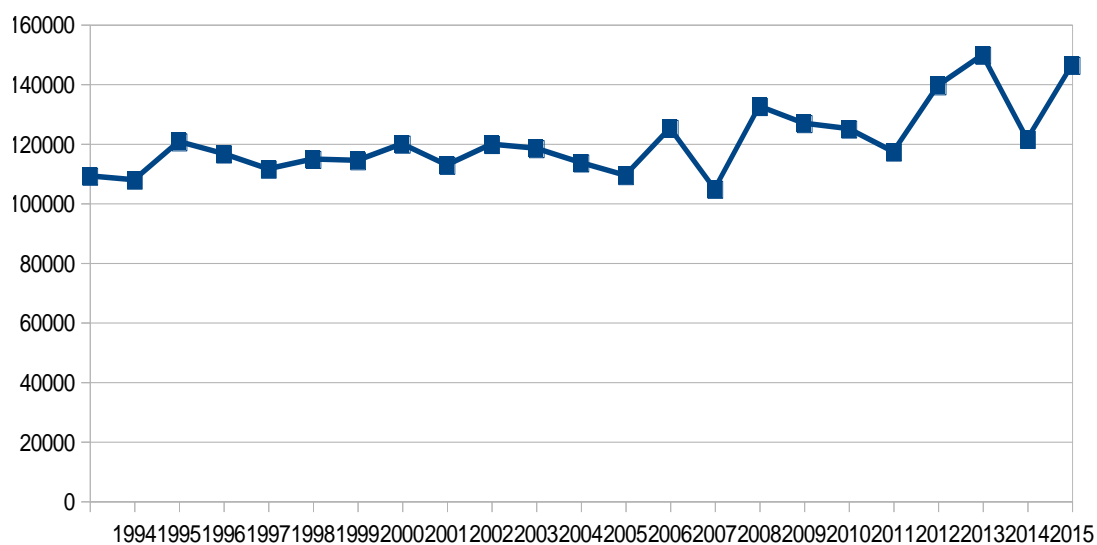
Comune	Estensione in ettari
Bibbiena	1.886
Chiusi della Verna	2.561
Poppi	3.818
Pratovecchio Stia	5.512
Totale AR	13.777
Londa	740
San Godenzo	3.213
Totale FI	3.953
Totale versante toscano	17.730

Fonte: Migani 2000, p. 57 - Elaborazione propria

5.2.1 – Presenze, arrivi e permanenza media

La serie storica evidenzia un trend stabile fino agli anni 2006-2007 dove le presenze raramente raggiungono un quantitativo al di sopra delle 120.000 all'anno, mentre è crescente dal 2008 in poi. Nel 2013 e nel 2015 vengono superate le 145.000 presenze annue.

Fig. 5.1 - Presenze versante toscano



Elaborazione propria

E' interessante constatare che, nel ventennio dal 1995 al 2015, l'aumento delle presenze si è generalmente verificato in quasi tutti i Comuni del Parco: ciò testimonia che il settore turistico ha assunto sempre più importanza all'interno di queste aree.

Tab. 5.2 – Presenze per Comune 1995 - 2015 (versante toscano)

	PRESENZE 1995	PRESENZE 2015	VAR% 1995-2015
Bibbiena (AR)	16.970	22.278	+31,3%
Poppi (AR)	56.501	77.716	+37,5%
Pratovecchio Stia ¹⁰⁰	2.858	9.153	+220,3%
Chiusi della Verna	34.292	24.671	-28,1%
Londa (Fi)	1.917	3.415	+78,1%
San Godenzo (Fi)	8.156	8.651	+6,1%
TOTALE AR	110.721	134.268	+21,3%
TOTALE FI	10.073	12.066	+19,8%
TOTALE TOSCANA	120.794	146.334	+21,1%

Elaborazione propria

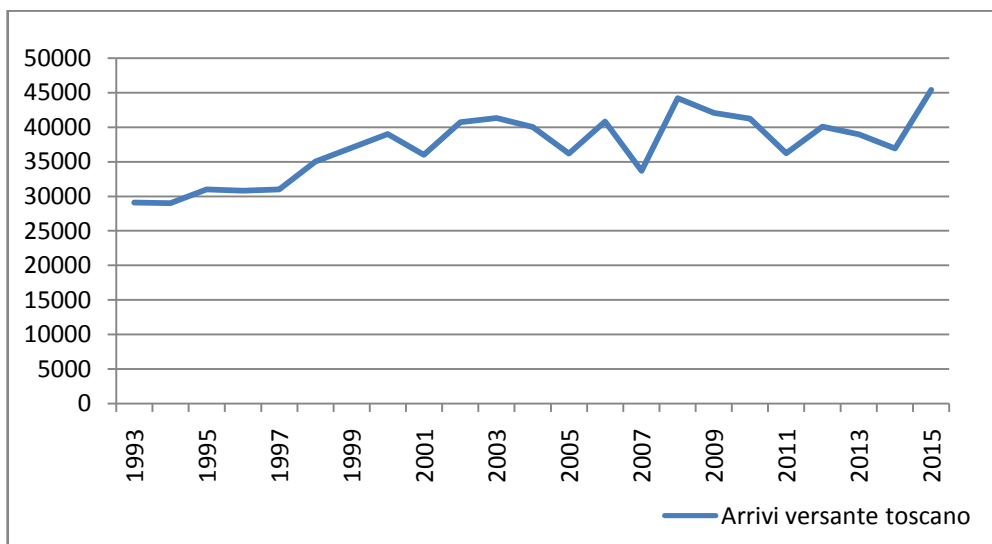
¹⁰⁰ Per quanto riguarda il Comune di Pratovecchio Stia, istituito il 1° gennaio 2014 a seguito della fusione dei Comuni di Stia e Pratovecchio, i dati utilizzati fino al 2013 sono il risultato della somma dei dati dei due singoli Comuni.

I Comuni, nel 2015, hanno registrato un incremento delle presenze del 21,1%, e l'aumento è simile sia nel versante aretino che fiorentino.

Per quanto riguarda gli arrivi, è possibile valutare che anche in questo caso i dati sono generalmente positivi.

La serie storica¹⁰¹ evidenzia un trend crescente, soprattutto nelle fasi tra il 1997 ed il 2000 e tra il 2007 ed il 2008, a cui ha seguito una flessione che è stata interrotta dal dato del 2015, in cui è stato registrato il valore di arrivi più alto in assoluto (45.385).

Fig. 5.2 - Arrivi versante toscano 1993-2015



Elaborazione propria

Il significativo incremento della domanda turistica all'interno del versante è verificabile anche comparando i dati nei Comuni del Parco con quelli della Toscana in generale: infatti è possibile vedere che dal 2014 al 2015 gli indicatori degli arrivi e delle presenze sono aumentati in tutta la Regione di circa il 3%, mentre nei 6 Comuni dell'area protetta hanno registrato una crescita di oltre il 20%.

¹⁰¹ I valori registrati tra il 1993 e il 2005 sono frutto di una stima elaborata sui dati di Marinelli 2008, p. 29.

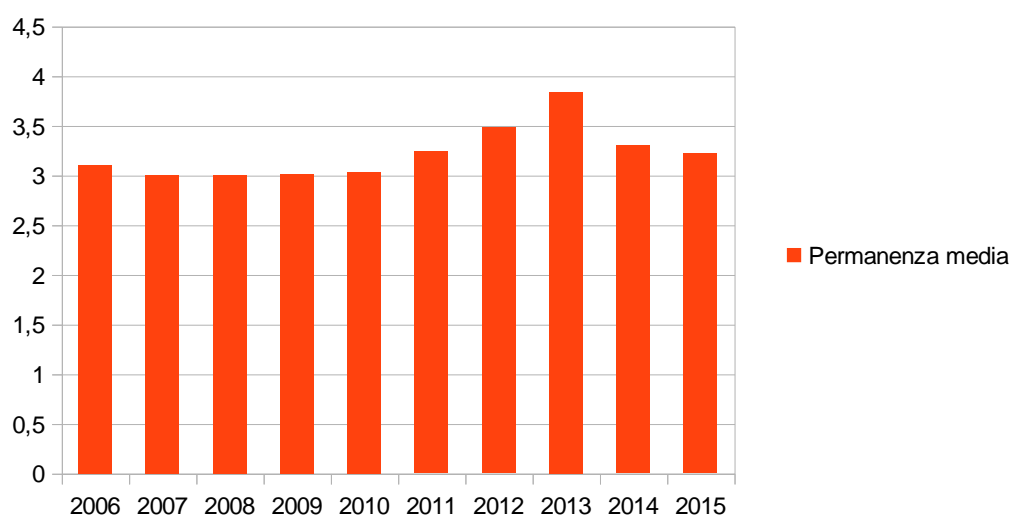
Tab. 5.3 - Variazione presenze - arrivi nei Comuni del versante toscano del Parco ed in Toscana tra il 2014 ed il 2015

	Comuni del Parco versante toscano	Toscana
Presenze 2014	121.467	43.535.860
Presenze 2015	146.334	44.789.039
Var % Presenze 2014-2015	+20,5%	+2,9%
Arrivi 2014	36.918	12.514.724
Arrivi 2015	45.385	12.908.613
Var % arrivi 2014-2015	+22,9%	+3,1%

Elaborazione propria

Le statistiche sulla permanenza media dal 2006 al 2015 mostrano che i turisti preferiscono trattenersi nei Comuni toscani del Parco per un tempo breve, non superiore a 4 pernottamenti, anche se dal 2011 questo dato ha assunto valori leggermente più elevati, in particolare nel 2013.

Fig. 5.3 - Permanenza media versante toscano



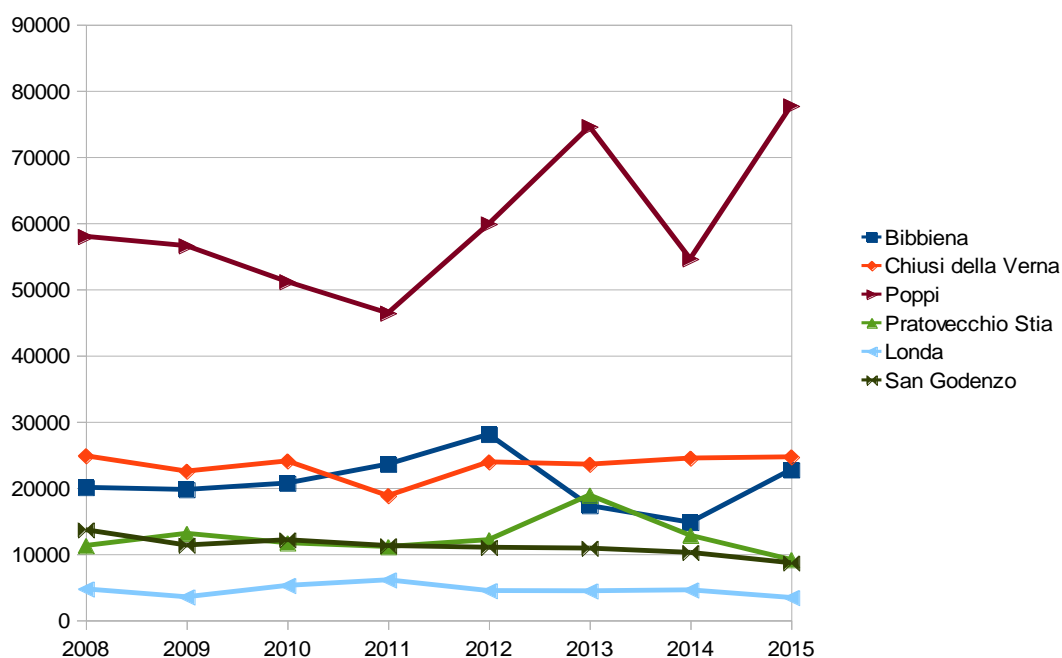
Elaborazione propria

5.2.2 – Presenze ed arrivi per Comune: confronto tra i Comuni della provincia di Arezzo e Firenze

E' possibile constatare che i Comuni del versante toscano del Parco hanno afflussi turistici di differente portata: per quanto riguarda le presenze, Poppi è l'unico che riesce ad attestarsi su valori tra le 50.000 e le oltre 70.000 (nel 2015, per l'esattezza, 77.716) presenze annue, mentre gli altri Comuni presentano picchi positivi che sfiorano le 30.000 presenze e picchi negativi che si aggirano sulle 10.000, fatta eccezione per Londa che registra dati inferiori.

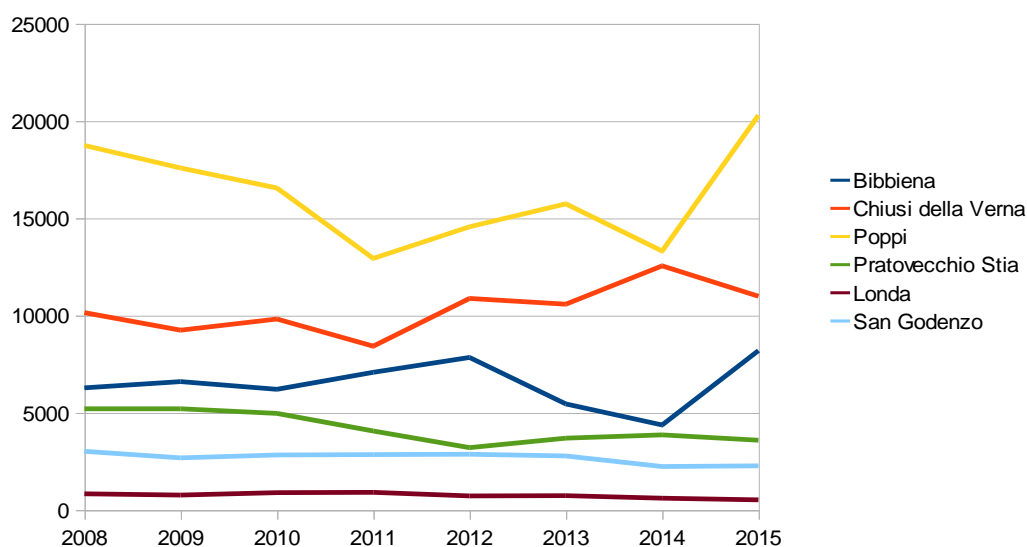
Anche dal punto di vista degli arrivi la situazione non è molto differente, dal momento che Poppi vanta, anche in questo caso, i numeri più alti. Chiusi della Verna comunque riesce ad avvicinare l'altro Comune casentinese, pur disponendo, come vedremo in seguito, di un'offerta minore di strutture ricettive.

Fig. 5.4 - Presenze per Comune (versante toscano)



Elaborazione propria

Fig. 5.5 - Arrivi per Comune (versante toscano)



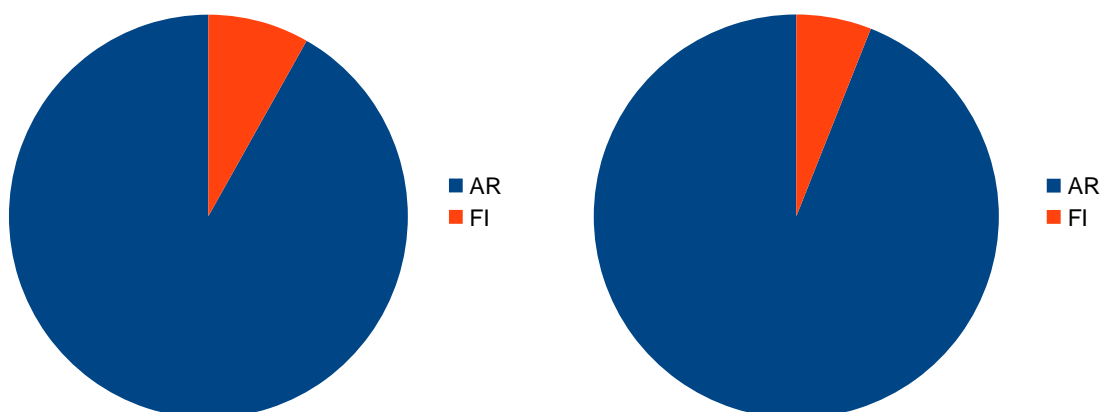
Elaborazione propria

Analizzando i dati sulle presenze e gli arrivi del 2015, emerge come la stragrande maggioranza dei turisti pernotti all'interno dei quattro Comuni in provincia d'Arezzo (92% delle presenze totali, 94% degli arrivi).

I fattori che possono provare a dare una spiegazione di questa disparità sono molteplici:

- I Comuni casentinesi vantano una maggior presenza di strutture ricettive
- Il Casentino beneficia, oltre che dei centri di Camaldoli e la Verna, di una pluralità di borghi antichi e castelli che nella parte fiorentina del Parco non è presente
- I Comuni di Londa e San Godenzo, oltre ad essere di ridotte dimensioni, risentono della loro posizione di isolamento e di scarso collegamento l'uno con l'altro, mentre il Casentino è una vallata in cui le località sono limitrofe e l'aumento del turismo di una ha un effetto trainante su tutta la zona.

Fig. 5.6 – Presenze (a sinistra) ed arrivi (a destra) ripartiti per Provincia



Elaborazione propria

I dati percentuali per Comune relativi ad arrivi e presenze tendono a coincidere quasi perfettamente, con l'eccezione di Poppi, dove le presenze sono, a livello d'incidenza, maggiori rispetto agli arrivi, e a Chiusi della Verna, in cui si registra il fenomeno opposto. Quest'aspetto probabilmente è dovuto ad una presenza più ricca e diversificata di esercizi ricettivi nel primo Comune.

Tab. 5.4 – Presenze Comuni versante toscano (2015)

COMUNE	PRESENZE 2015	%
Bibbiena	22.728	16%
Chiusi della Verna	24.671	17%
Poppi	77.716	53%
Pratovecchio Stia	9.153	6%
Totale Comuni Parco AR	134.268	92%
Londa	3.415	2%
San Godenzo	8.651	6%
Totale Comuni Parco FI	12.066	8%
TOTALE	146.334	100%

Elaborazione propria

Tab. 5.5 – Arrivi Comuni versante toscano (2015)

COMUNE	ARRIVI 2015	%
Bibbiena	8.190	18%
Chiusi della Verna	10.983	24%
Poppi	20.286	45%
Pratovecchio Stia	3.142	7%
Totale Comuni Parco AR	42.601	94%
Londa	519	1%
San Godenzo	2.265	5%
Totale Comuni Parco FI	2.784	6%
TOTALE	45.385	100%

Elaborazione propria

5.2.3 – Italiani e stranieri

Il versante risulta beneficiare di un turismo straniero consistente e significativo, sia dal punto di vista delle presenze che degli arrivi.

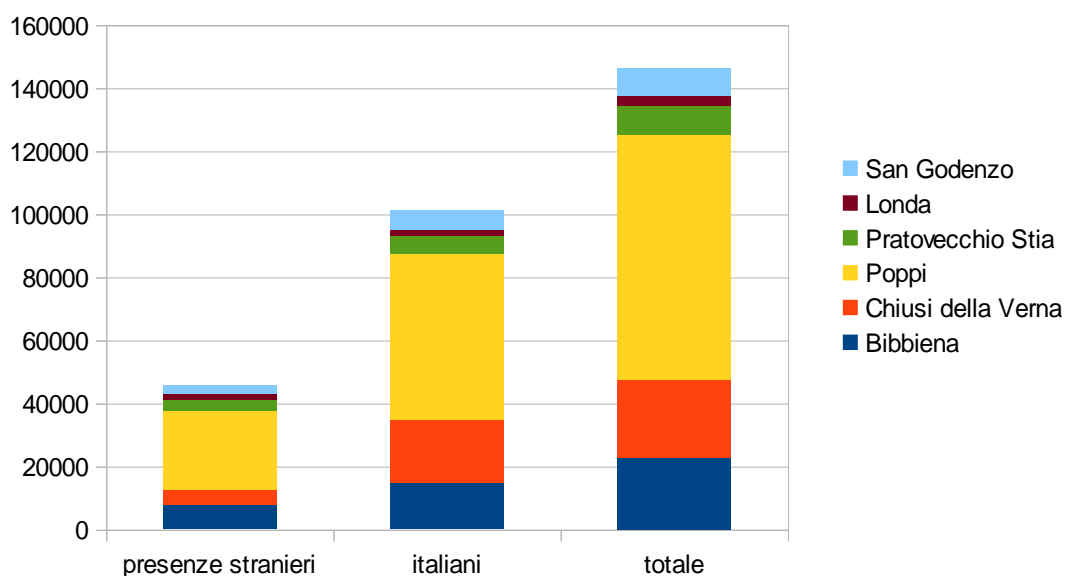
Per quanto riguarda le presenze, è possibile verificare che nel 2015 sono costituite per il 31% dei casi da visitatori stranieri, con un minimo del 19% a Chiusi della Verna ed un massimo del 48% a Londa.

Tab. 5.6 – Presenze stranieri 2015 versante toscano

COMUNE	anno 2015	% stranieri sul tot
<i>BIBBIENA</i>	7.889	34,7%
<i>POPPI</i>	25.086	32,3%
<i>PRATOVECCHIO STIA</i>	3.582	39,1%
<i>CHIUSI DELLA VERNA</i>	4.706	19,1%
<i>LONDA</i>	1.638	48%
<i>SAN GODENZO</i>	2.580	29,8%
<i>TOTALE</i>	45.481	31,1%

Elaborazione propria

Fig. 5.7 – Presenze italiani-stranieri versante toscano



Elaborazione propria

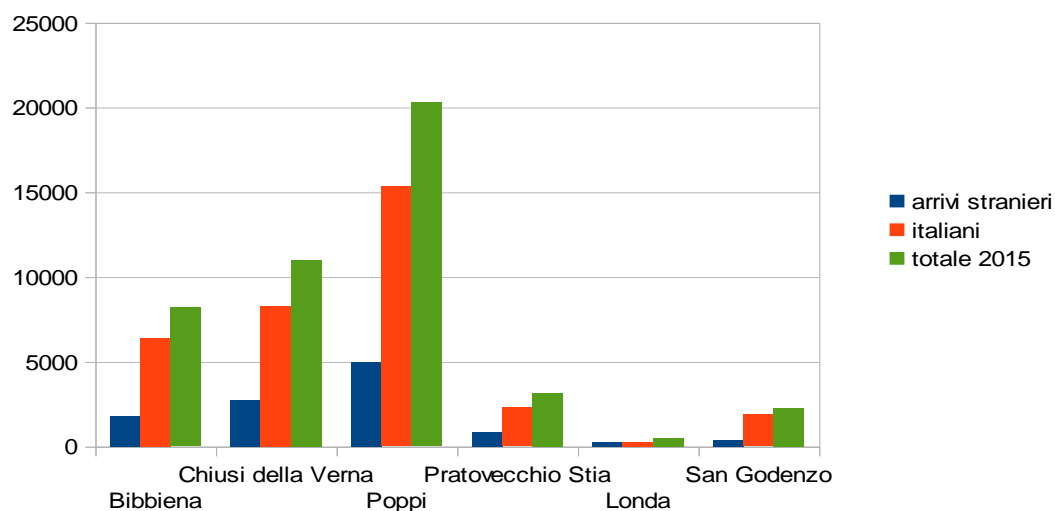
Anche per quanto riguarda gli arrivi, l'incidenza degli stranieri è, seppur in percentuale minore (24%), comunque importante, perché di fatto indica che circa un turista su 4 che nel 2015 si è recato in un Comune del Parco proviene dall'estero.

Tab. 5.7 – Arrivi stranieri 2015 versante toscano

COMUNE	Arrivi stranieri 2015	% sul totale
Bibbiena	1.803	22%
Poppi	4.960	24,4%
Pratovecchio Stia	848	27%
Chiusi della Verna	2.722	24,8%
Londa	266	51,2%
San Godenzo	380	16,8%
TOTALE	10.979	24,2%

Elaborazione propria

Fig. 5.8 – Arrivi italiani - stranieri versante toscano 2015



Elaborazione propria

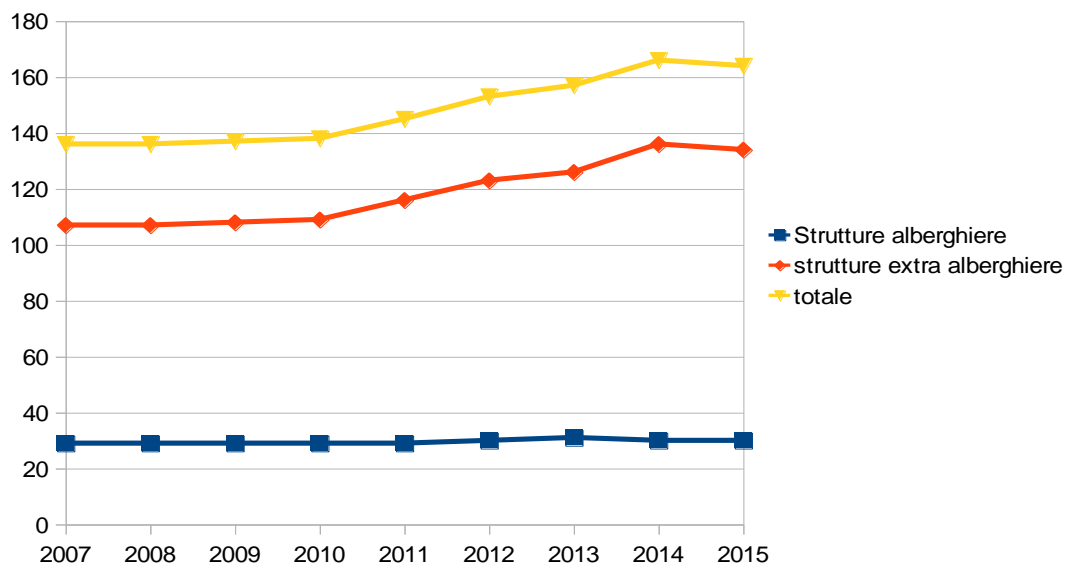
5.2.4 – Trend strutture ricettive

L'analisi dell'offerta turistica cerca di esaminare la variazione delle strutture ricettive con particolare attenzione a due aspetti:

- La differenza dei trend tra strutture alberghiere ed extra-alberghiere
- Le variazioni Comune per Comune, valutando le eventuali diversità tra le località del Parco in provincia di Arezzo e quelle del fiorentino.

Per quanto riguarda il primo aspetto si può riscontrare che, mentre le strutture alberghiere sono rimaste pressoché inalterate dal 2007 al 2015 (da 29 a 30), gli esercizi extra-alberghieri sono aumentati notevolmente, passando da 107 a ben 134 (+25,2%).

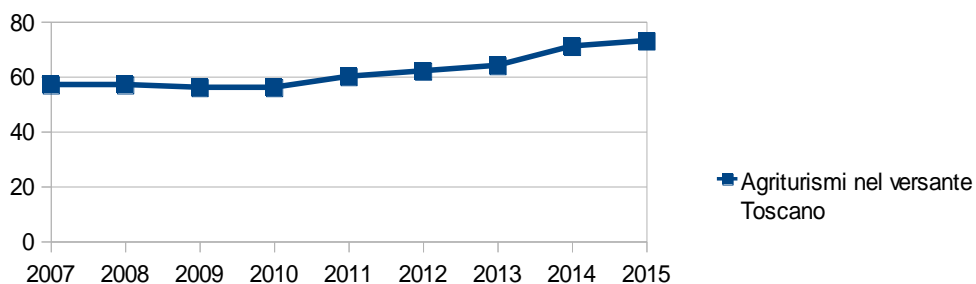
Fig. 5.9 – Strutture ricettive nel versante toscano del Parco



Elaborazione propria

La tipologia ricettiva che ha beneficiato in questi anni dell'incremento più significativo è l'agriturismo (da 57 strutture nel 2007 a 73 nel 2015). Ciò testimonia che nel versante toscano il turismo naturalistico sta assumendo una portata sempre maggiore e probabilmente la presenza del Parco Nazionale ha ricoperto un ruolo importante a favore di questo risultato positivo.

Fig. 5.10 – Agriturismi nel versante toscano del Parco



Elaborazione propria

Le variazioni delle strutture ricettive per singola unità amministrativa mostrano che tutti i Comuni, a parte San Godenzo, hanno ampliato la loro offerta turistica. In particolare, a Bibbiena e Poppi gli esercizi sono aumentati di oltre il 30%. Tuttavia è anche evidente che l'aumento di strutture ricettive abbia interessato più l'entroterra aretino che quello fiorentino: nel territorio che rientra nella provincia d'Arezzo, infatti, l'incremento è stato di oltre il 24%, mentre nell'altro è stato solo del 7%.

Tab. 5.8 – Strutture ricettive 2007-2015 versante toscano del Parco

COMUNE	2007	2015	Var. %
Bibbiena	20	26	+ 30%
Chiusi della Verna	17	18	+ 5,9%
Poppi	45	60	+ 33,3%
Pratovecchio Stia	25	29	+ 16%
Londa	10	12	+ 20%
San Godenzo	19	19	0
TOTALE Comuni AR	107	133	+ 24,3%
TOTALE Comuni FI	29	31	+ 6,9%
TOTALE	136	164	+ 20,6%

Elaborazione propria

5.2.5 – Strutture ricettive: tipologie

Dopo aver analizzato i trend sulla variazione numerica delle strutture ricettive nel versante toscano, è importante sottolineare quali tipologie di esercizi sono più diffuse all'interno di quest'area del Parco.

Un dato che spicca su tutti gli altri è la diffusione degli agriturismi, che sono ben il 44,5% del totale ed è piuttosto rilevante anche l'offerta di case vacanze e per ferie, che insieme costituiscono circa il 19% degli esercizi complessivi.

Dai dati suddivisi per Comune si può notare che 28 alberghi su 30 si trovano nella provincia d'Arezzo: questa statistica mostra che la zona del Parco che interessa il Mugello settentrionale necessita di aumentare l'offerta di strutture alberghiere per poter beneficiare di un aumento del turismo.

I Comuni che hanno il maggior numero di agriturismi sono Poppi e Pratovecchio Stia, mentre San Godenzo vede la presenza di 6 alloggi privati/B&B al suo interno.

Tab. 5.9 – Tipologia di strutture ricettive suddivise per Comune (versante toscano)

Comune	Alberghi	Affittacamere	Agriturismi	All. privati B&B	Case per vacanze	Case per ferie	Campeggi	Res. d'epoca	Ostelli	Rifugi	TOTALE
Bibbiena	5	2	15	1	3	-	-	-	-	-	26
Chiusi della Verna	5	-	6	-	2	4	1	-	-	-	18
Poppi	16	1	26	1	5	3	4	1	1	2	60
Pratovecchio Stia	2	2	17	4	1	-	1	-	1	1	29
Londa	-	2	3	2	3	1	1	-	-	-	12
San Godenzo	2	-	6	6	3	1	-	-	-	1	19
TOTALE	30	7	73	14	17	9	7	1	2	4	164
% sul totale	18,3	4,3	44,5	8,5	10,4	5,5	4,3	0,6	1,2	2,4	100

Elaborazione propria

Al di là delle differenze tra un Comune e l'altro, l'analisi svolta sulle strutture mostra un aumento della ricettività sul versante toscano ed una buona diversificazione degli esercizi extra-alberghieri.

5.2.6 – Analisi dei posti letto

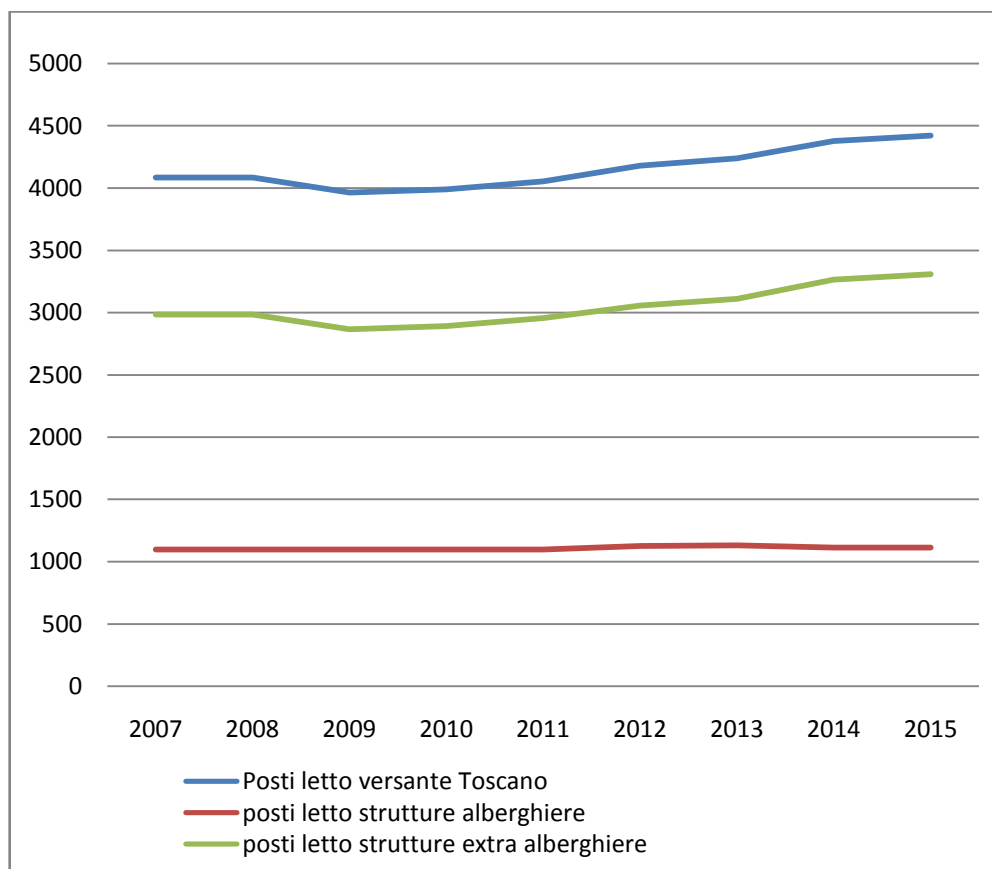
L'analisi quantitativa dei posti letto permette di comprendere se la variazione numerica delle strutture ricettive ha portato o meno ad una maggiore capienza turistica.

Lo studio effettuato mostra che dal 2007 al 2015 i posti letto sono aumentati dell'8,3% (da 4.084 a 4.422), anche se tale crescita è inferiore a quella relativa alla quantità degli esercizi ricettivi, che hanno registrato un incremento di oltre il 20%.

Com'è rimasto pressoché inalterato il numero delle strutture alberghiere, allo stesso modo il numero dei posti letto di queste è variato in modo minimo (+1.3%).

Al contrario le strutture extra-alberghiere hanno aumentato i posti letto del 10,9%.

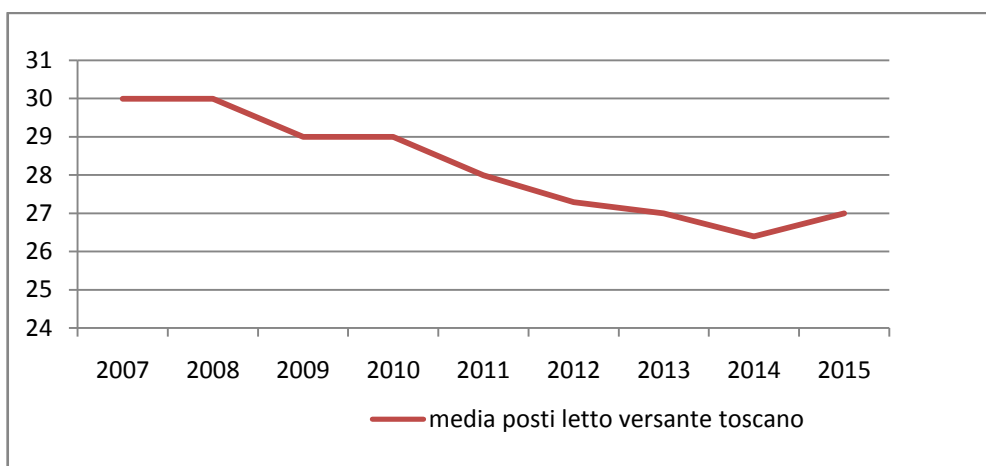
Fig. 5.11 – Posti letto versante toscano del Parco



Elaborazione propria

Lo studio sulla media dei posti letto per struttura mostra un calo del 10%, che risulta essere costante. Ciò è dovuto all'apertura di esercizi ricettivi di piccola dimensione come agriturismi e bed and breakfast, i quali fisiologicamente non possono ospitare un numero troppo rilevante di clienti, ma hanno l'importante pregio di soddisfare le esigenze dei turisti verdi e in particolar modo degli ecoturisti, che ricercano spesso il contatto con la natura e la ruralità in generale.

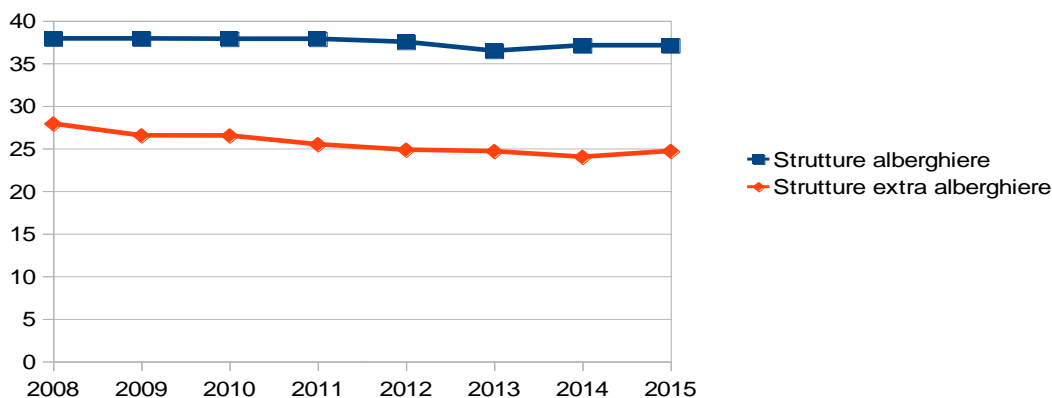
Fig. 5.12 – Media posti letto versante toscano del Parco



Elaborazione propria

E' possibile notare che la media posti letto ha subito una flessione soltanto nelle strutture extra-alberghiere, a testimonianza della tendenza di questi esercizi ad assumere dimensioni sempre più ridotte. In ogni caso, nel 2015 tale media ha registrato un leggero aumento.

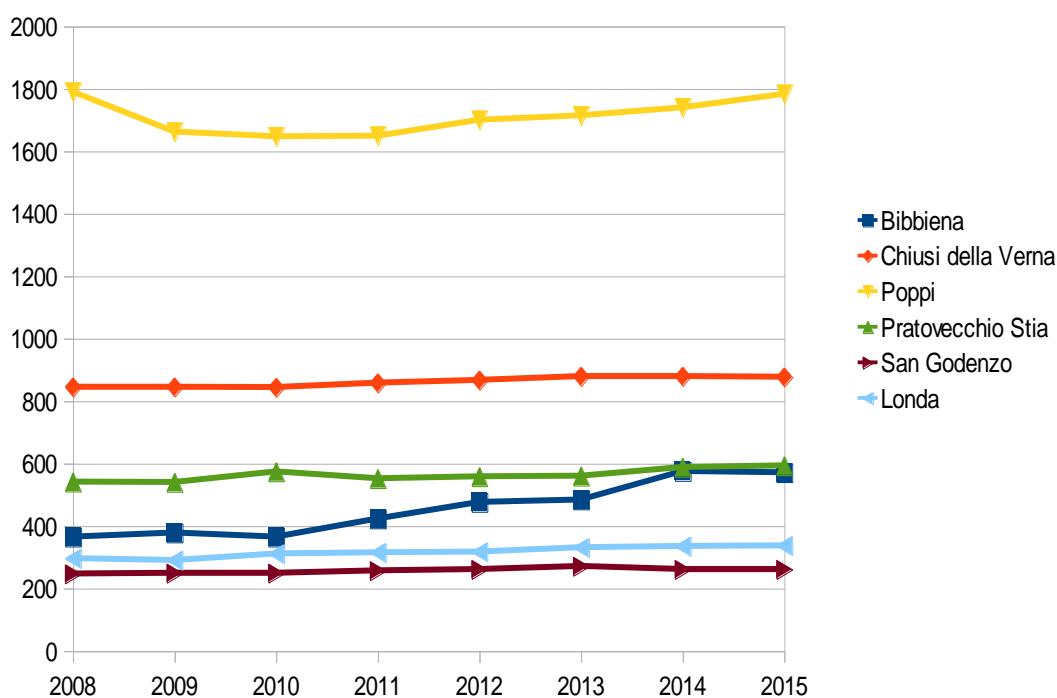
Fig. 5.13 – Media posti letto versante toscano dei Comuni del Parco



Elaborazione propria

I posti letto, come possiamo vedere nella successiva serie storica, risultano aumentati in ogni Comune, seppur in misura diversa: Bibbiena è la località che ha registrato il più consistente aumento di posti letto (da 365 a 571, con un incremento del 56,4%). Gli altri Comuni registrano un trend crescente di minore entità (dal +13,8% di Londa fino ad arrivare al +3,78% di Chiusi della Verna). Sorprendentemente, Poppi, che è il paese dove l'afflusso turistico è più rilevante ed in cui le strutture ricettive hanno avuto la crescita più alta, ha registrato un decremento di posti letto dello 0,4% rispetto al 2008 (anche se dal 2011 è in costante risalita).

Fig. 5.14 – Posti letto per Comune nel versante toscano del Parco



Elaborazione propria

Poppi è il Comune che vanta il maggior numero di posti letto, sia per quanto riguarda le strutture alberghiere (il 64% del totale) sia relativamente alle strutture extra-alberghiere (32,2%). Un dato che evidenzia uno dei principali limiti dell'offerta ricettiva dell'area fiorentina è il fatto che soltanto il 13,5% dei posti letto si trova all'interno dei due Comuni di Londa

e San Godenzo che hanno non più di 300 letti ciascuno mentre ognuna delle località casentinesi ne ha almeno 500.

E' possibile verificare dalla tabella sottostante che soltanto 1.113 su 4.422 alloggi (il 25%) appartengono a strutture alberghiere.

Tab. 5.10 – Posti letto strutture alberghiere ed extra-alberghiere per Comune (versante toscano)

COMUNE	posti letto strutture alberghiere	posti letto strutture extra alberghiere	posti letto totali	%
Bibbiena	151	420	571	12,9%
Chiusi della Verna	113	764	877	19,8%
Poppi	715	1.068	1.783	40,3%
Pratovecchio Stia	74	519	593	13,5%
Totale comuni AR	1.053	2.771	3.824	86,5%
Londa	0	337	337	7,6%
San Godenzo	60	201	261	5,9%
Totale comuni FI	60	538	598	13,5%
Totale	1.113	3.309	4.422	99,9%

Elaborazione propria

5.2.7 – Conclusioni versante toscano

I dati raccolti sul versante toscano indicano un movimento turistico crescente, che testimonia la presenza di varie forme di turismo, tra cui in particolare quello culturale e naturalistico: i valori sempre più elevati di arrivi e presenze indicano un forte interesse in particolare verso il territorio casentinese, che rispetto all'area del fiorentino offre un patrimonio artistico ed architettonico più variegato.

L'area della Val di Sieve presenta più problematiche rispetto al versante del Parco in provincia d'Arezzo: i Comuni di Londa e San Godenzo, pur avendo leggermente registrato miglioramenti a livello di afflusso turistico e di esercizi complementari, non dispongono al momento di un'offerta ricettiva ampia e diversificata. Al contrario, nei 4 Comuni del Casentino sono state aperte numerose tipologie di alloggi, in particolar modo agriturismi, che sono riusciti a soddisfare la domanda "verde" che presenta tassi di crescita elevati in tutto il Mondo e che trova validi elementi

di attrattività in Italia ed in particolare in Toscana. Le iniziative imprenditoriali nel settore turistico hanno portato ad un incremento significativo delle presenze a Pratovecchio Stia, Bibbiena e soprattutto a Poppi.

L'interesse dei visitatori verso la natura è testimoniato dai dati, molto positivi, registrati nelle strutture ecomuseali che si occupano di temi ambientali.

Tuttavia, le strutture alberghiere risultano essere rimaste pressoché le stesse negli ultimi dieci anni e quest'aspetto costituisce un freno alla crescita del turismo. Anche i posti letto, per quanto siano in lieve crescita, necessitano di un ulteriore incremento: dal momento che le strutture ricettive tendono ad essere sì più numerose ma dalla dimensione media in calo, l'apertura di nuovi esercizi non ha sempre garantito una maggior capienza a livello di ospitalità.

Due dati confortanti sono costituiti dal consistente afflusso di visitatori stranieri, da sempre attratti dalla bellezza dei suggestivi paesaggi toscani e dalla varietà di musei sul territorio, nonché dall'enogastronomia locale.

Il Parco, negli ultimi due decenni, ha svolto un ruolo attivo nella promozione del turismo e può essere uno dei principali attori per potenziare ancor più il settore negli anni futuri.

5.3 – Analisi dati del versante romagnolo

Il versante romagnolo del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna è costituito da circa 18.700 ettari, il 51,3% del territorio totale. I Comuni che fanno parte di quest'area sono Portico e San Benedetto, Premilcuore, Santa Sofia, Tredozio e Bagno di Romagna: quest'ultimo è stato spesso analizzato separatamente dagli altri nell'indagine, perché, in particolare grazie alle sorgenti termali presenti al suo interno, beneficia di una domanda turistica molto più consistente rispetto a quella delle restanti quattro località.

Tab. 5.11 – Territorio comunale all'interno del Parco - versante romagnolo

COMUNE	ESTENSIONE IN ETTARI
Bagno di Romagna	5.503
Portico e San Benedetto	2.344
Premilcuore	4.578
Santa Sofia	5.528
Tredozio	743
TOTALE	18.696

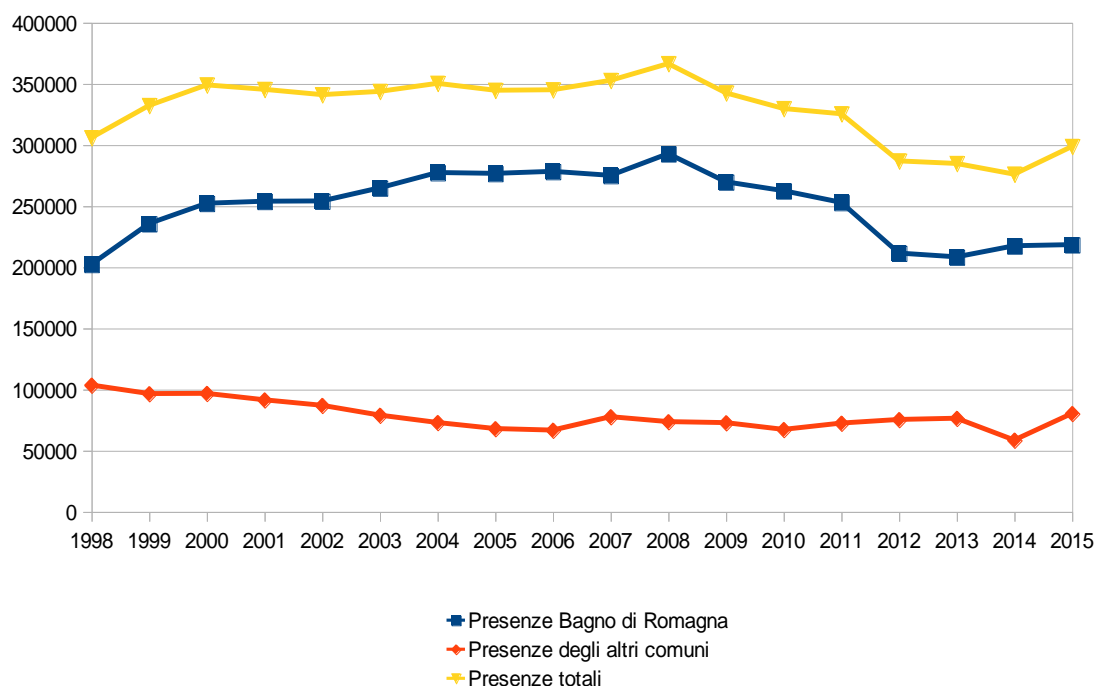
Fonte: Migani 2000, p. 57 - Elaborazione propria

5.3.1 – Presenze, arrivi e permanenza media

Il trend delle presenze è riassumibile in due fasi principali: la prima, che vede un aumento costante fino al 2008, in cui si registra il valore massimo assoluto di 366.405 unità, e la seconda in cui si è verificato un calo ridottosi solo negli ultimi anni (nel 2015 le presenze sono state 298.649). E' possibile verificare che la tendenza riflette l'andamento del Comune di Bagno di Romagna, dove l'iniziale notevole e costante incremento delle presenze dal 1998 al 2008 ha subito un'inversione dal 2008 al 2013, diminuendo del 28,8%.

Gli altri Comuni, invece, sono stati soggetti ad un calo delle presenze dal 1998 al 2006, poi il trend negativo si è interrotto, tant'è che il 2015 ha dato il miglior risultato degli ultimi dieci anni.

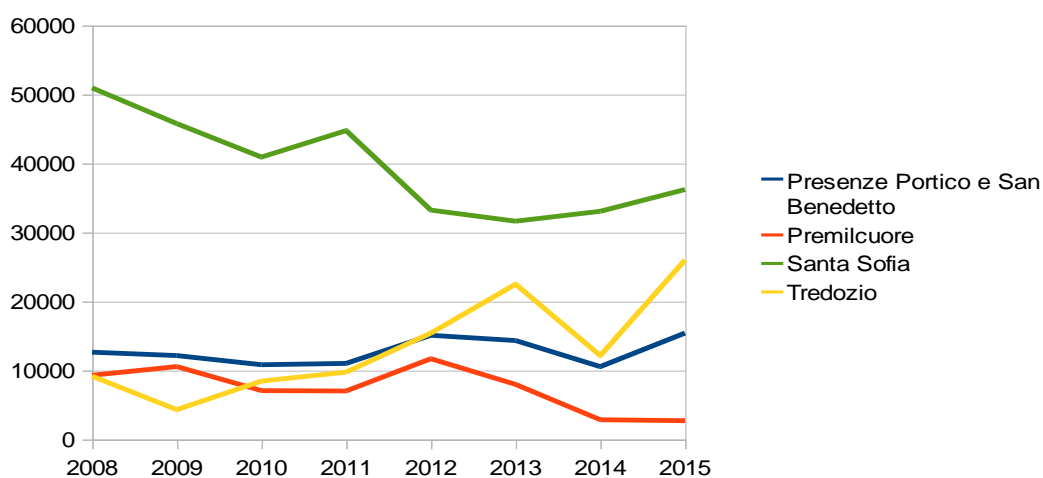
Fig. 5.15 – Serie storica presenze versante romagnolo del Parco



Elaborazione propria

La serie relativa ai quattro Comuni mostra un significativo calo delle presenze dal 2008 al 2013 a Santa Sofia, una situazione pressoché stabile nel tempo a Premilcuore e a Portico e San Benedetto ed una sorprendente crescita di Tredozio nel quadriennio 2012-2015.

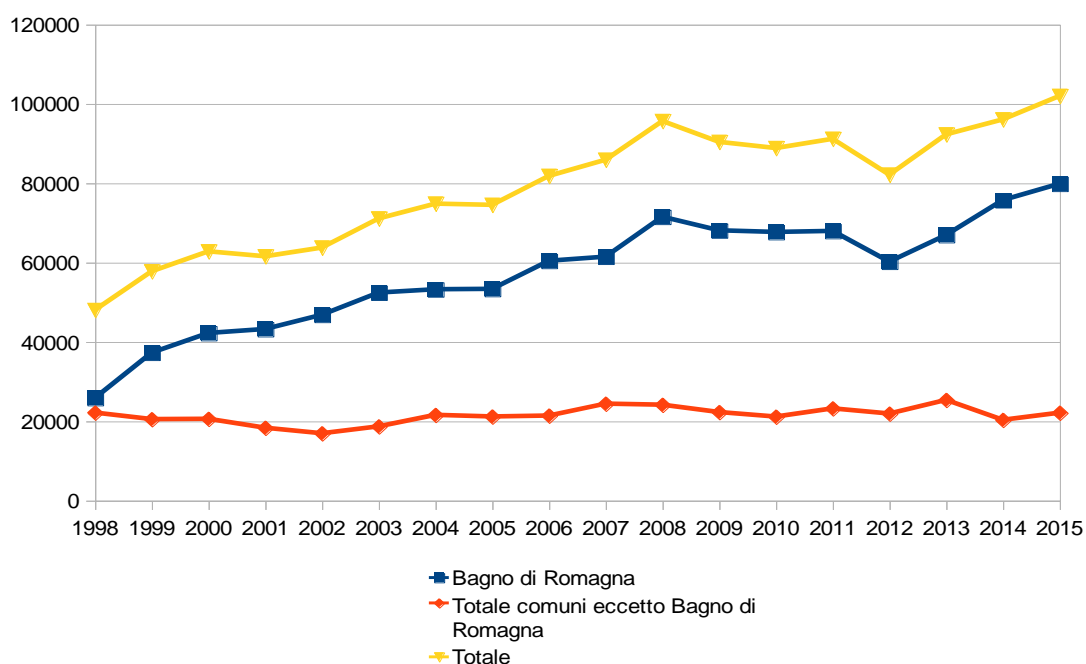
Fig. 5.16 – Presenze turistiche nei Comuni del versante romagnolo del Parco (escluso Bagno di Romagna)



Elaborazione propria

Il trend degli arrivi risulta essere crescente non solo dal 1998 al 2008 ma, dopo un lieve calo fino al 2012, anche dal 2013 al 2015, dove il dato raggiunge il valore massimo assoluto superando le 100.000 unità. Quest'ottimo riscontro è dovuto agli eccellenti risultati di Bagno di Romagna, che di fatto compensa con gli arrivi il decremento delle presenze.

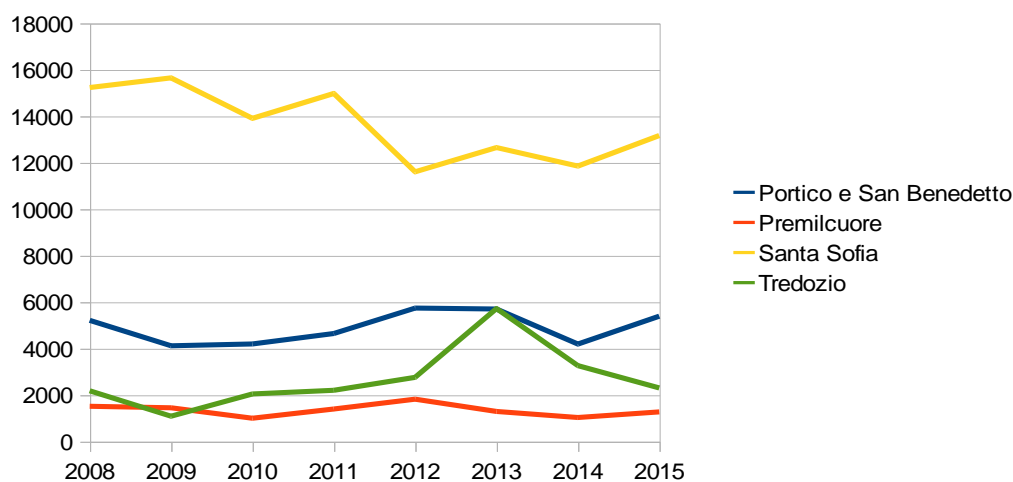
Fig. 5.17 – Serie storica arrivi versante romagnolo



Elaborazione propria

Gli altri quattro Comuni, come è possibile verificare anche dalla serie precedente, non hanno registrato particolari modifiche quanto ad arrivi turistici: i dati tendono ad essere soggetti a fluttuazioni che si compensano a vicenda.

Fig. 5.18 – arrivi per Comune nel versante romagnolo del Parco (eccetto Bagno di Romagna)



Elaborazione propria

Confrontando i dati sulle presenze e gli arrivi nel 2015, è possibile constatare che:

- La stragrande maggioranza delle presenze (73,1%) e soprattutto degli arrivi (78,3%) ha come destinazione Bagno di Romagna.
- Santa Sofia, nonostante abbia registrato un calo soprattutto delle presenze, resta una meta frequentata, presumibilmente grazie al contributo della riserva biogenetica di Campigna.
- Trezzio ha beneficiato di un aumento importante delle presenze, superando nel 2015 unità amministrative di maggiore dimensione come ad esempio Bibbiena nel versante toscano.
- I dati su Premilcuore sono in linea con quelli dei due Comuni del fiorentino ed indicano anche in questo caso la necessità di un aumento di strutture ricettive.

Tab. 5.12 – Presenze nel versante romagnolo del Parco (2015)

COMUNE	PRESENZE 2015	% sul totale
Bagno di Romagna	218.356	73,1%
Portico e San Benedetto	15.400	5,2%
Premilcuore	2.705	0,9%
Santa Sofia	36.205	12,1%
Trezzio	25.983	8,7%
TOTALE (senza Bagno di Romagna)	80.293	26,9%
TOTALE	298.649	100%

Elaborazione propria

Tab. 5.13 – Arrivi nel versante romagnolo del Parco (2015)

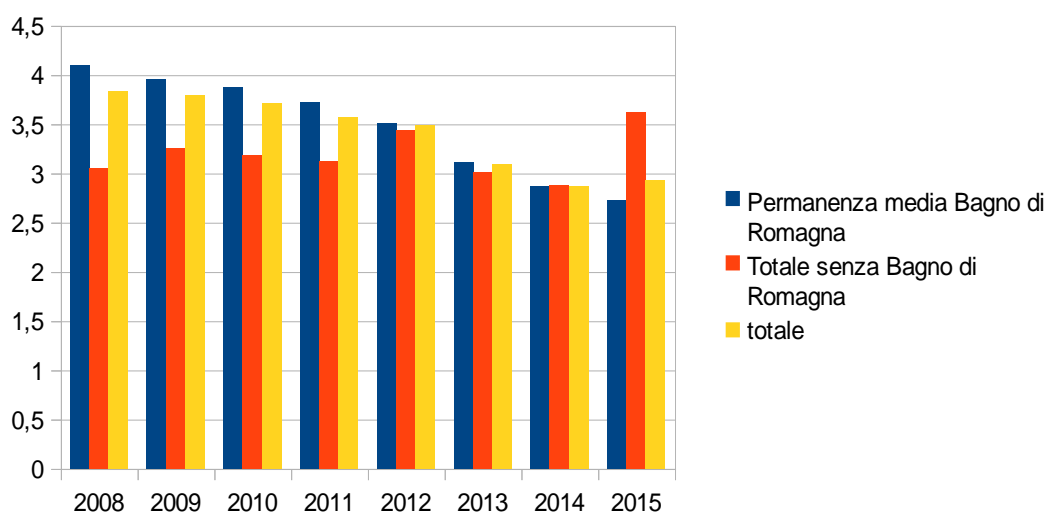
COMUNE	ARRIVI 2015	% sul totale
Bagno di Romagna	79.858	78,3%
Portico e San Benedetto	5.390	5,3%
Premilcuore	1.271	1,2%
Santa Sofia	13.164	12,9%
Tredozio	2.304	2,3%
Totale (senza Bagno di Romagna)	22.129	21,7%
TOTALE	101.987	100%

Elaborazione propria

La permanenza media dei turisti risulta in calo a Bagno di Romagna, essendo diminuita da 4,1 pernottamenti nel 2008 a 2,7 nel 2015, mentre negli altri Comuni è aumentata, con una punta massima nel 2015 (3,6).

Aggregando i due dati vediamo che, in media, i turisti si trattengono nel versante romagnolo per circa tre notti.

Fig. 5.19 – Permanenza media versante romagnolo del Parco



Elaborazione propria

5.3.2 – Italiani e stranieri

Esaminando l'incidenza del turismo straniero sulle presenze totali nel versante romagnolo del Parco, è evidente che questi in totale ricoprono un peso marginale, costituendo soltanto il 7,2% del totale dei visitatori.

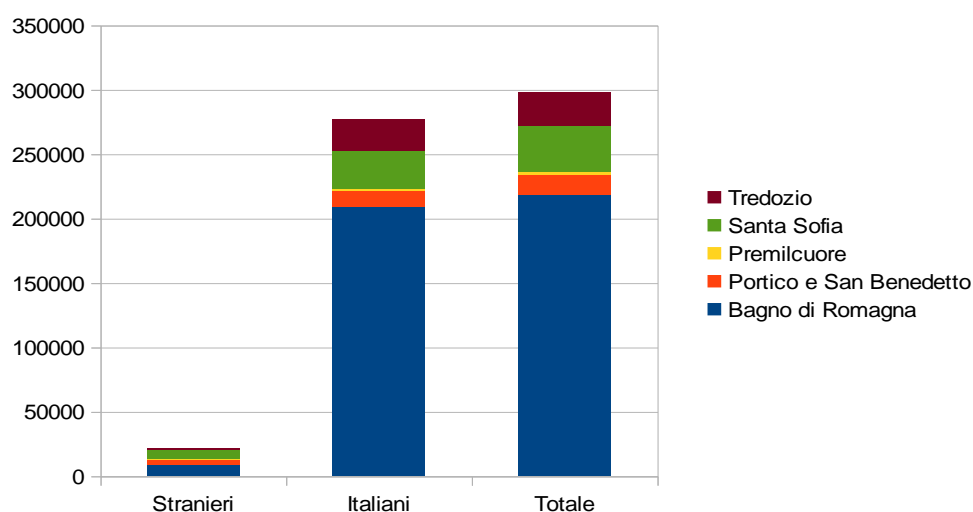
In particolare, Bagno di Romagna risulta avere solo il 4% di clienti che provengono dall'estero, e questo dato, vista la grande portata ricettiva del Comune, incide notevolmente sul risultato finale. Le altre 4 unità amministrative registrano il 15% di turisti stranieri, circa la metà, in termini percentuali, rispetto alla parte toscana dell'area protetta (31%).

Tab. 5.14 – Presenze turisti stranieri versante romagnolo del Parco (2015)

COMUNE	Pres. stranieri 2015	% stranieri/totale
Bagno di Romagna	9.013	4,12%
Portico e San Benedetto	3.689	23,95%
Premilcuore	455	16,82%
Santa Sofia	6.961	19,22%
Tredozio	1.369	5,27%
Totale (senza Bagno di Romagna)	12.474	15,53%
TOTALE	21.487	7,19%

Elaborazione propria

Fig. 5.20 – presenze italiani e stranieri nel versante romagnolo del Parco (2015)



Elaborazione propria

Anche i dati sugli arrivi non si discostano molto da quelli sulle presenze: Premilcuore e Portico e San Benedetto sono gli unici Comuni che hanno una percentuale di arrivi stranieri al di sopra del 20%, mentre Bagno di Romagna ne conta soltanto il 5%. I dati analizzati mostrano che paradossalmente il Comune che ha la maggior parte di presenze e arrivi di tutto il Parco è anche quello in cui il contributo percentuale di turisti stranieri è minore.

Tab. 5.15 – Arrivi turisti stranieri nel versante romagnolo del Parco (2015)

COMUNE	Arr. stranieri 2015	% stranieri/totale
Bagno di Romagna	4.046	5,06%
Portico e San Benedetto	1.084	20,11%
Premilcuore	266	20,92%
Santa Sofia	1.173	8,91%
Tredozio	273	11,84%
Totale (senza Bagno di Romagna)	2.796	12,64%
TOTALE	6.842	6,71%

Elaborazione propria

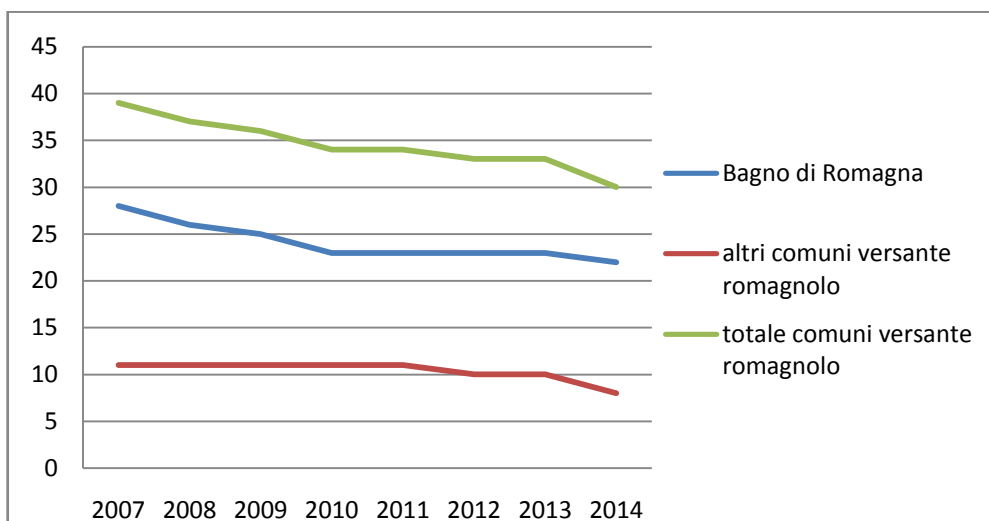
5.3.3 – Strutture ricettive: esercizi alberghieri ed extra-alberghieri

L'analisi delle strutture ricettive¹⁰² analizza dapprima gli esercizi alberghieri, e mostra un calo di questi sia a Bagno di Romagna (del 23,1%, da 39 a 30) sia negli altri 4 Comuni (del 27,3%, da 11 ad 8).

Questo dato, se messo in relazione con il numero degli alberghi nel versante toscano, rimasto pressoché invariato in questo arco di tempo, mostra una criticità dell'offerta ricettiva, che può danneggiare fortemente i risultati turistici dell'area protetta.

¹⁰² I dati di Unioncamere dell'Emilia Romagna sulla domanda turistica sono disponibili fino al 2014.

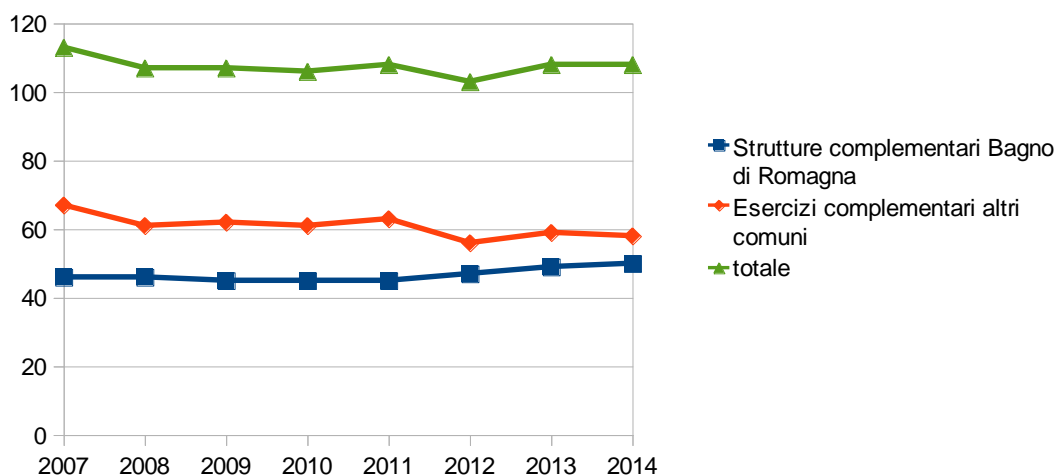
Fig. 5.21 – Esercizi alberghieri versante romagnolo del Parco



Elaborazione propria

Per quanto riguarda gli esercizi extra-alberghieri, la situazione è molto variabile da Comune a Comune: Bagno di Romagna e soprattutto Tredozio hanno aumentato il numero di tali strutture ed il fenomeno opposto si è verificato invece a Premilcuore e soprattutto a Portico e San Benedetto e Santa Sofia. In totale tali esercizi sono diminuiti del 4% dal 2007 al 2014.

Fig. 5.22 – Strutture complementari versante romagnolo del Parco



Elaborazione propria

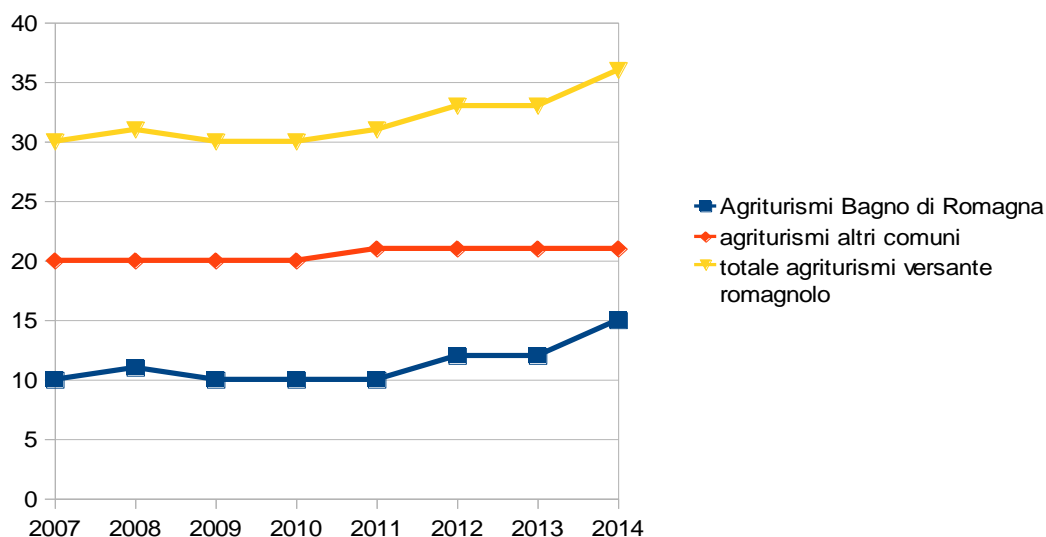
Tab. 5. 16 – Strutture extra-alberghiere nel versante romagnolo per Comune, variazione 2007 – 2014

<i>Comune</i>	<i>strutture complementari 2007</i>	<i>strutture complementari 2014</i>	<i>Var. %</i>
Bagno di Romagna	46	50	+8,7%
Portico e San Benedetto	4	3	-25%
Premilcuore	19	17	-10,5%
Santa Sofia	32	23	-28,1%
Tredozio	12	15	+25%
Totale	113	108	-4,4%

Elaborazione propria

Gli agriturismi appaiono in aumento anche sul versante romagnolo (+16,1%), seppure l'incremento interessa soprattutto Bagno di Romagna (da 11 a 15 strutture, con un incremento del 36,4%) ed è poco significativo negli altri quattro Comuni (+5%)

Fig. 5.23 – Agriturismi versante romagnolo del Parco

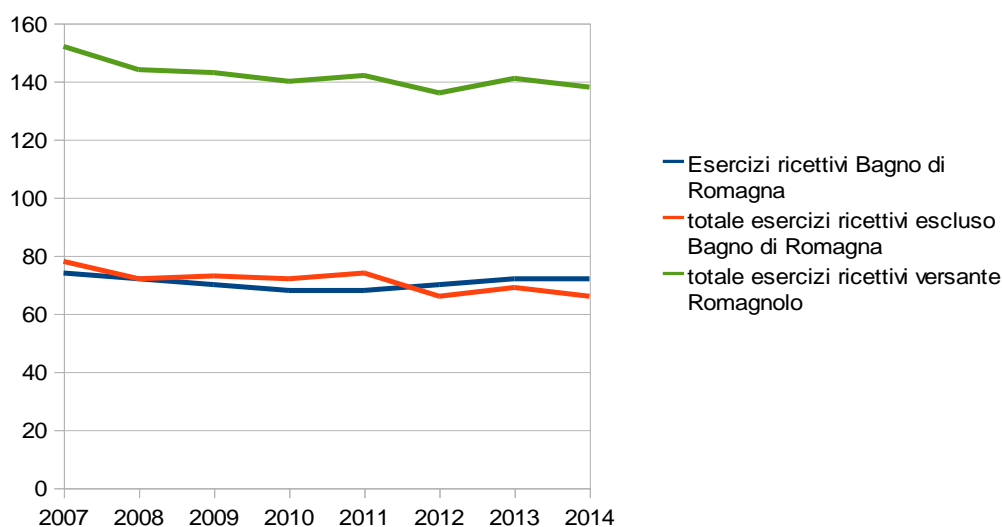


Elaborazione propria

Analizzando il totale delle strutture ricettive (alberghiere ed extra-alberghiere), è possibile constatare che queste sono diminuite del 9,2%, da 152 a 138 unità.

Il calo è stato meno pronunciato a Bagno di Romagna (-2,7%) rispetto alle altre unità amministrative (-15,4%), e ciò ha fatto sì che dal 2012 solo nel primo Comune siano presenti più esercizi che in tutto il resto del versante romagnolo del Parco.

Fig. 5.24 – Trend strutture ricettive nel versante romagnolo del Parco



Elaborazione propria

Lo studio delle strutture ricettive per tipologia mostra che nel 2014 il versante romagnolo presenta soprattutto numerosi alloggi in affitto, che prevalgono leggermente sugli agriturismi (che nel versante toscano sono circa il doppio) e sugli alberghi. Gli esercizi alberghieri, i campeggi ed i rifugi sono distribuiti sul territorio con la stessa frequenza dell'area toscana.

Estendendo l'analisi alle singole realtà comunali, è possibile verificare che:

- La maggior parte delle strutture alberghiere e dei B&B sono situate a Bagno di Romagna
- Ogni Comune ha al suo interno almeno un campeggio
- Premilcuore e Santa Sofia sono provvisti di numerosi alloggi in affitto

- Tre Comuni su cinque (Portico e San Benedetto, Premilcuore e Trezzio) hanno nei loro confini amministrativi meno di 20 strutture ricettive, ed in particolare il primo soltanto 5.

Tab. 5.17 – Tipologia di strutture ricettive suddivise per Comune (versante romagnolo 2014)

Comune	Alberghi	Campeggi e Vill. turistici	Alloggi in affitto	Agriturismi e Country house	Ostelli	Case per ferie	Rifugi alpini	Bed & Breakfast	TOTALE
Bagno di Romagna	22	2	17	15	2	5	2	7	72
Portico e San Benedetto	2	1	1	-	-	-	-	1	5
Premilcuore	1	2	10	3	-	-	1	1	18
Santa Sofia	4	1	8	8	2	2	1	1	27
Trezzio	1	1	2	10	1	-	1	-	16
TOTALE	30	7	38	36	5	7	5	10	138
% sul totale	21,7	5,1	27,6	26,1	3,6	5,1	3,6	7,2	100

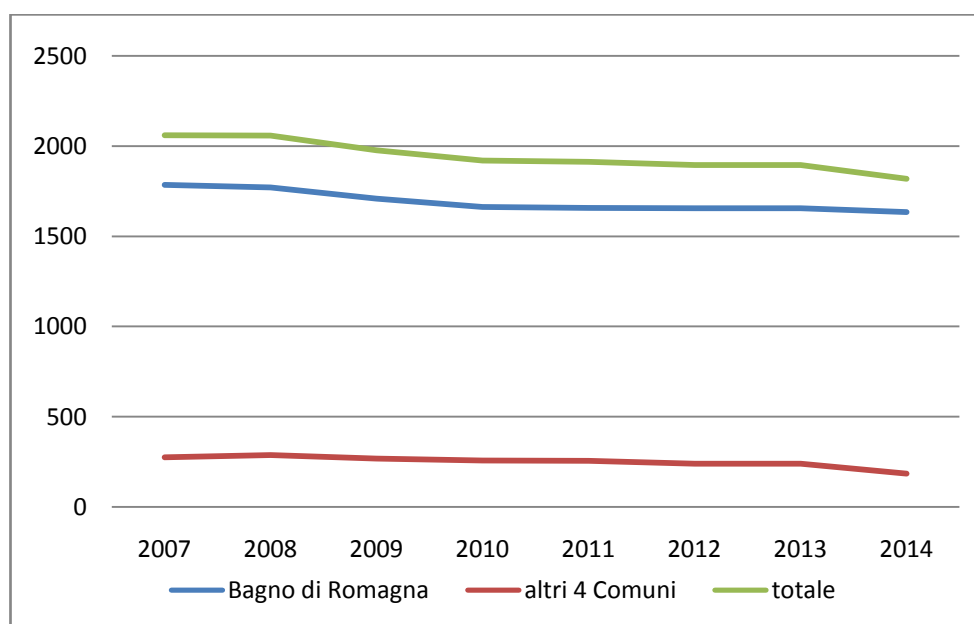
Elaborazione propria

5.3.4 – Analisi dei posti letto

Il quantitativo dei posti letto nelle strutture alberghiere del versante romagnolo appare in calo dell' 11,8% dal 2007 al 2014 e ciò dipende soprattutto dal fatto che numerosi esercizi hanno cessato l'attività durante quest'arco di tempo.

Bagno di Romagna, anche se di fatto è la località dove la diminuzione degli alloggi è stata più significativa, registra al suo interno l'89,8% dei posti letto alberghieri di tutto il versante. Ciò evidenzia un'offerta ricettiva carente negli altri Comuni.

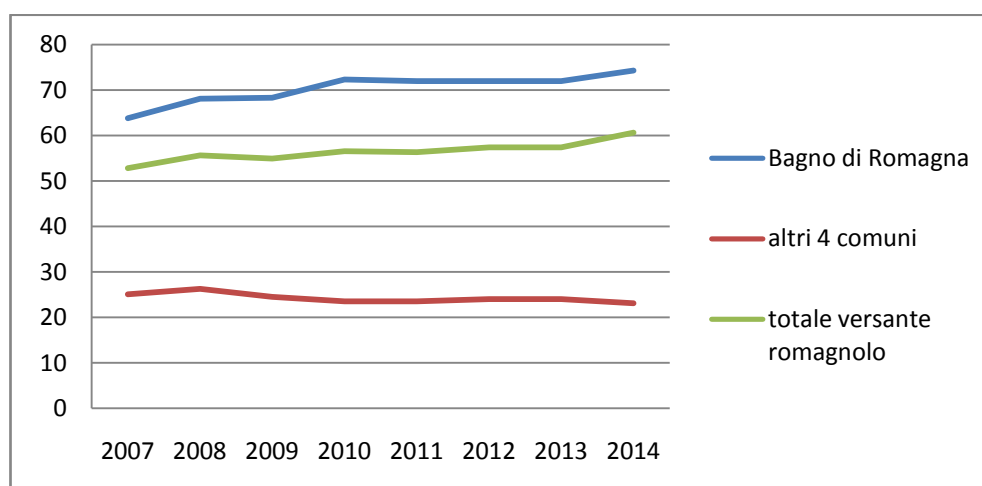
Fig. 5.25 – Posti letto strutture alberghiere (versante romagnolo)



Elaborazione propria

La media dei posti letto all'interno di queste strutture, invece, appare in aumento (superando le 60 unità), così come nel Comune di Bagno di Romagna. Negli altri quattro Comuni, invece, il dato è leggermente diminuito e si attesta poco al di sotto dei 25 posti letto per esercizio.

Fig. 5.26 – Media posti letto strutture alberghiere (versante romagnolo)



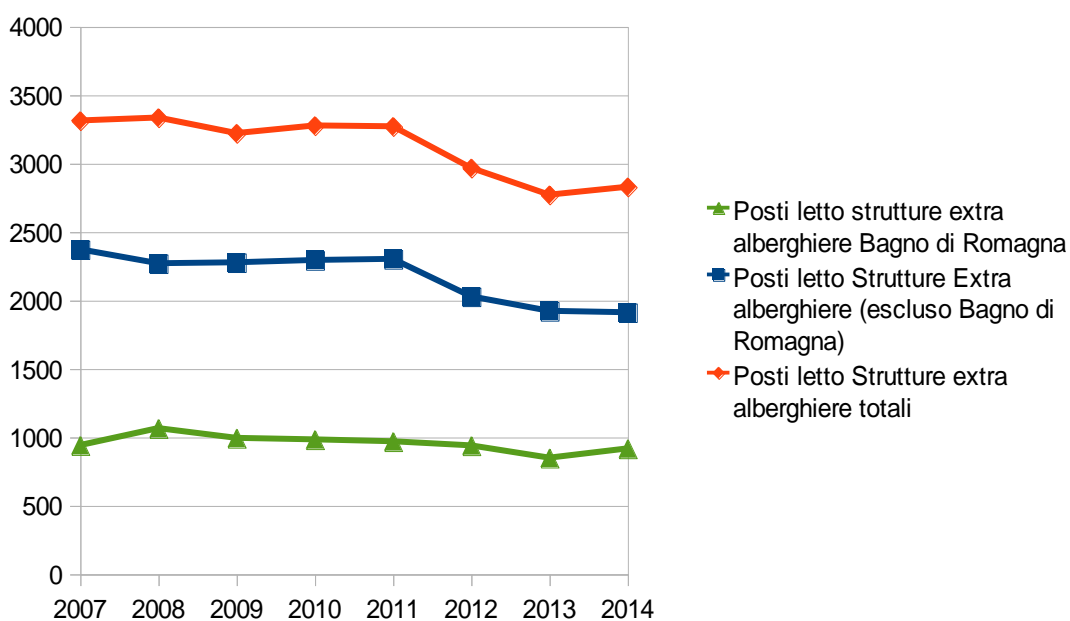
Elaborazione propria

Per quanto riguarda invece le strutture extra-alberghiere, è possibile vedere che, al contrario del caso precedente, il numero di letti presenti a

Bagno di Romagna è inferiore rispetto al dato cumulativo degli altri quattro Comuni.

Gli esercizi complementari sono rimasti pressoché stabili soltanto a Bagno di Romagna (calo del 2,6%) mentre sono diminuiti notevolmente nel resto del versante (-14,6%).

Fig. 5.27 – Trend posti letto strutture extra alberghiere (versante romagnolo)

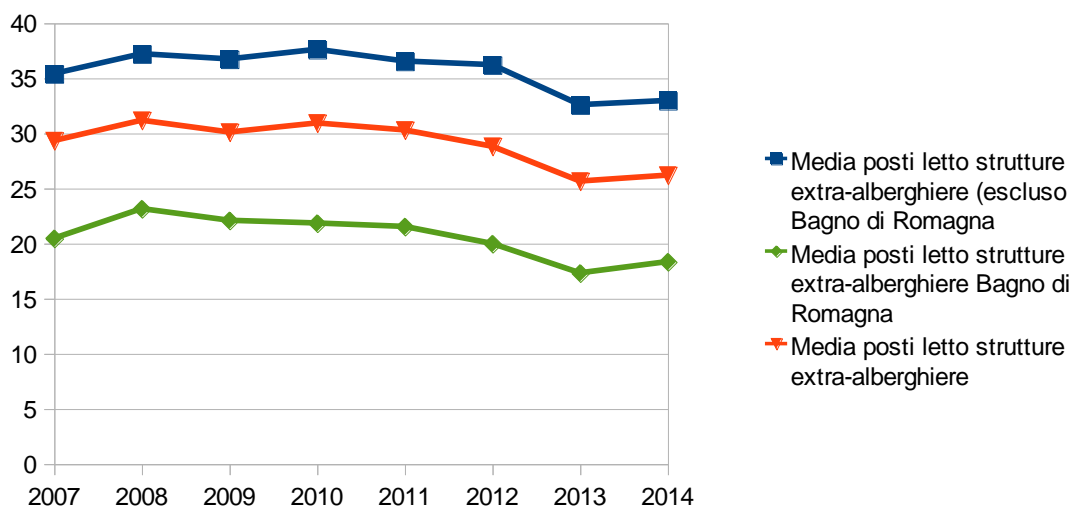


Elaborazione propria

La media di posti letto nelle strutture extra-alberghiere è in calo (da 29,3 del 2007 a 26,2 nel 2014), dato che trova riscontro anche nel versante toscano.

E' interessante vedere che la media dei posti letto di Bagno di Romagna è inferiore alla media complessiva nel versante, poiché è diffusa la presenza di strutture di dimensioni ridotte, come agriturismi e B&B.

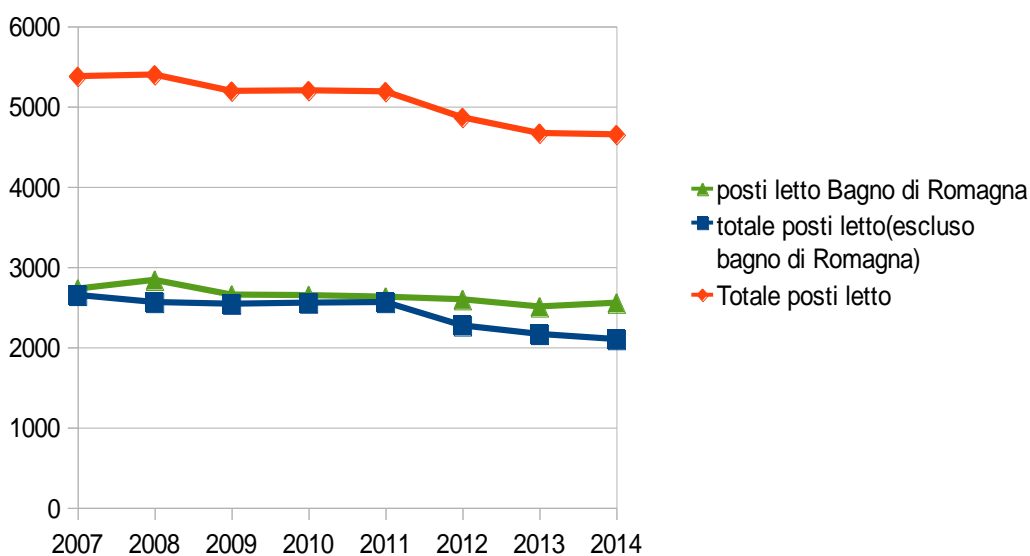
Fig. 5.28 – Media posti letto strutture extra-alberghiere (versante romagnolo)



Elaborazione propria

Aggregando i dati relativi a strutture alberghiere e complementari, è possibile notare che i posti letto sono complessivamente diminuiti del 13,5% (da 5.374 a 4.648): il decremento è stato del 6,6% a Bagno di Romagna e addirittura del 20% nel resto del versante.

Fig. 5.29 – Totale posti letto (versante romagnolo)

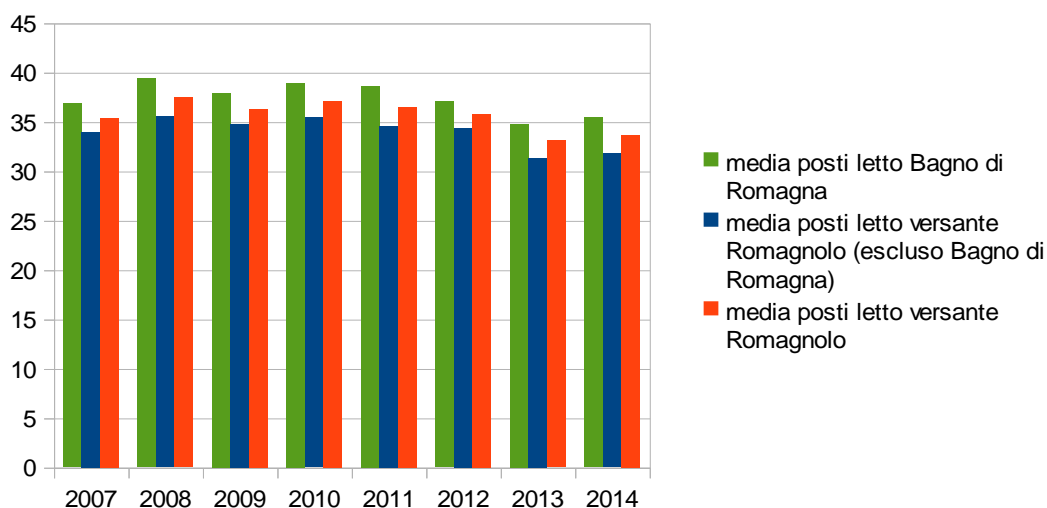


Elaborazione propria

Per quanto riguarda invece la media dei posti letto, il trend generale è piuttosto altalenante, poiché le strutture alberghiere hanno registrato un trend crescente, mentre quelle complementari sono state oggetto della tendenza opposta.

Dal 2007 al 2014, la portata media degli esercizi ricettivi è passata da 35,4 a 33,7 letti (calo del 4,8%).

Fig. 5.30 – Media posti letto (versante romagnolo)



Elaborazione propria

I dati suddivisi Comune per Comune mostrano che quasi tutti i posti letto delle strutture alberghiere sono situati a Bagno di Romagna, mentre nel resto dei Comuni questi sono quasi totalmente assenti (185 in tutto).

Invece i posti letto negli esercizi extra-alberghieri sono distribuiti in modo più uniforme.

In ogni caso, Bagno di Romagna risulta avere al suo interno circa il 55% dei posti letto totali nel versante ed il 20% si trova a Santa Sofia.

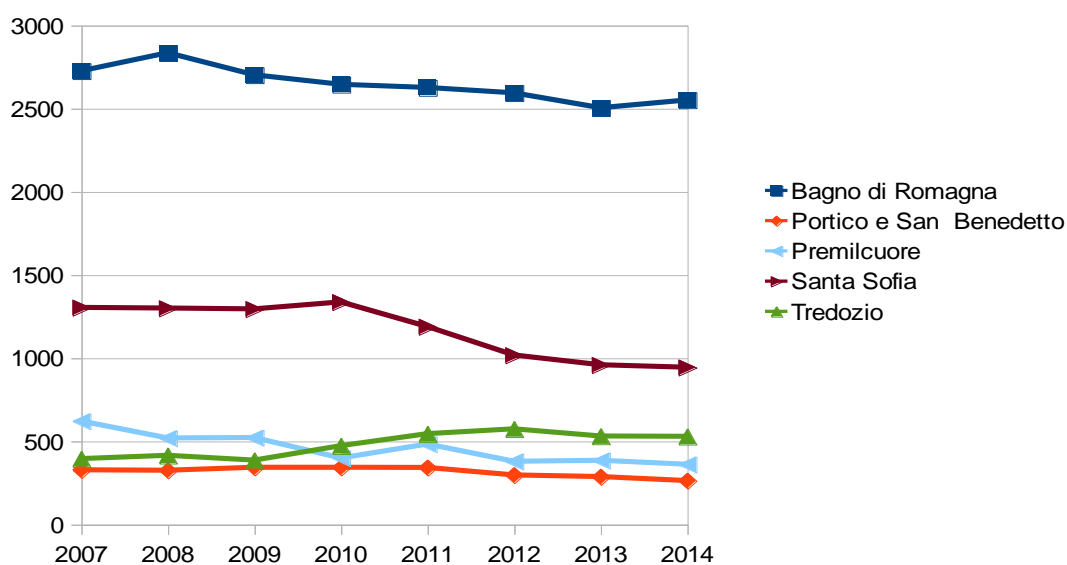
Tab. 5.18 – Posti letto suddivisi per Comune, versante romagnolo 2014

<i>COMUNE</i>	<i>P. letto strutture alberghiere</i>	<i>P. letto strutture extraalberghiere</i>	<i>P.letto totali</i>	<i>%</i>
<i>Bagno di Romagna</i>	1.634	917	2.551	54,9%
<i>Portico e San Benedetto</i>	47	216	263	5,7%
<i>Premilcuore</i>	24	337	361	7,8%
<i>Santa Sofia</i>	99	845	944	20,3%
<i>Tredozio</i>	15	514	529	11,4%
<i>Totale senza Bagno di Romagna</i>	185	1.912	2.097	45,1%
TOTALE	1.819	2.829	4.648	100%

Elaborazione propria

Il trend dei posti letto che analizza ogni singola realtà comunale mostra in generale una tendenza negativa in tutte le località romagnole del Parco (in particolare Santa Sofia e Premilcuore, con un decremento del 25% ciascuno), eccezion fatta per Tredozio, che negli ultimi anni ha ampliato la sua offerta ricettiva soprattutto grazie all'aumento degli esercizi complementari (+33%).

Fig. 5.31 – Trend posti letto per Comune (versante romagnolo)



Elaborazione propria

5.3.5 – Conclusioni versante romagnolo

I dati analizzati mostrano che il versante romagnolo presenta due realtà molto diverse tra loro: da una parte, Bagno di Romagna riesce ad accogliere un numero consistente di villeggianti, anche grazie all'importante contributo della presenza delle terme, mentre gli altri Comuni, in particolare Premilcuore e Portico San Benedetto, stentano a registrare una crescita dal punto di vista turistico.

Il trend sulle presenze risulta essere in calo su tutto il versante, mentre il fenomeno opposto si verifica per quanto riguarda gli arrivi, il che testimonia che i visitatori tendono a restare all'interno dell'area protetta per pochi giorni.

Emerge che, in percentuale, i turisti stranieri nell'area Parco romagnola sono meno del 10%, e questa statistica si contrappone alla realtà toscana, dove invece questi costituiscono una percentuale importante.

Per quanto riguarda le strutture ricettive, è evidente la diminuzione di esercizi sia alberghieri sia, in misura minore, complementari, con conseguente decremento dei posti letto: ciò si è verificato soprattutto nelle unità amministrative più piccole del versante, dove l'offerta ricettiva appare carente e poco diversificata.

Tuttavia, due eccezioni positive sono costituite dall'aumento degli agriturismi a Bagno di Romagna e delle strutture complementari a Tredozio, dove si è verificato un significativo aumento delle presenze: il caso di quest'ultimo Comune dimostra che, a fronte di iniziative imprenditoriali adeguate, anche il versante romagnolo del Parco può avere importanti margini di miglioramento nel settore turistico.

5.4 - Analisi dati dei Centri Visita e Punti Informativi

Per comprendere l'affluenza dei visitatori presso i Comuni del Parco, sono stati analizzati anche i dati dei Centri Visita e dei Punti Informativi, che, tra le loro funzioni, si occupano della registrazione delle presenze turistiche.

Queste statistiche risultano particolarmente utili per una duplice motivazione: innanzitutto riescono a fornire un'idea sui principali luoghi del Parco Nazionale in cui i turisti sono soliti dirigersi e sulle attività da essi svolte, ed inoltre costituiscono l'unico strumento in grado di misurare, seppur in modo parziale, il numero dei villeggianti che non pernottano all'interno dell'area protetta.

Tuttavia è fondamentale specificare che i dati rilasciati da queste strutture sottostimano inevitabilmente il numero dei turisti: infatti il Parco è un'area ad ingresso libero, i Centri Visita ed i P.I. sono aperti soltanto in determinati giorni (in particolare nel weekend) ed in determinate fasce d'orario, peraltro variabili a seconda delle stagioni, e soprattutto non sempre i visitatori li individuano o vi sostano.

Nonostante tali limiti, come vedremo in seguito, queste strutture registrano ogni anno un importante afflusso di visitatori interessati alla biodiversità, alle attività di trekking e turismo sportivo in generale, all'enogastronomia locale ed anche alla quiete e alla tranquillità di luoghi che non costituiscono meta di un turismo di massa. Inoltre la ricerca sul campo effettuata tramite le interviste ha testimoniato queste tendenze dei visitatori a tal punto che, se decidono di pernottare in esercizi ricettivi, prediligono quelli a distanza minima dai confini del Parco per poterlo raggiungere a piedi o in bicicletta. Non è da trascurare neppure il fatto che ogni anno l'area protetta è destinazione di numerose gite scolastiche a scopo didattico coadiuvate da guide ambientali autorizzate dall'Ente.

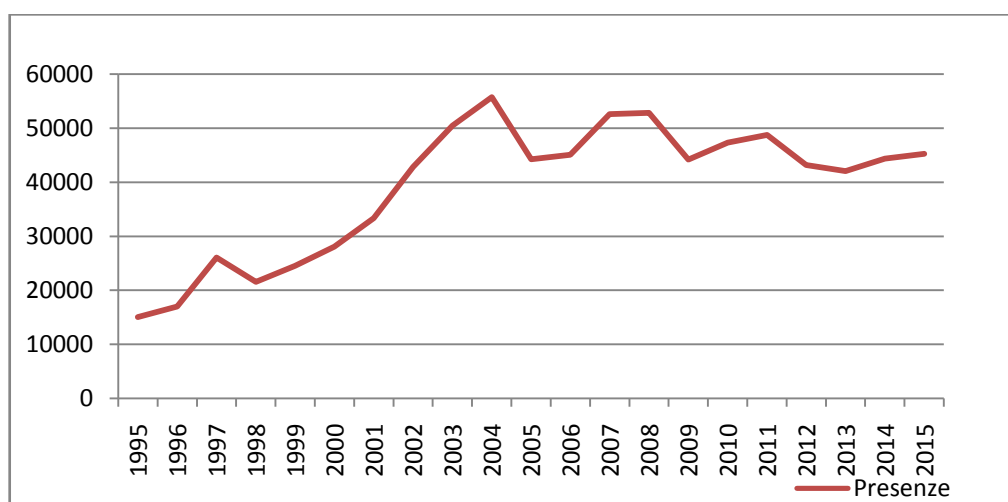
A tal proposito il Parco, per poter disporre di riscontri più attendibili, potrebbe adottare alcune soluzioni, come ad esempio:

- posizionare sul territorio ulteriori Punti Informativi in zone centrali e ben visibili
- mantenere aperti i Centri Visita ed i P.I. in fasce d'orario più estese e durante tutto l'arco settimanale
- richiedere dati sui visitatori alle guide turistiche.

5.4.1 – Trend visitatori nei Centri Visita e P.I.

Il trend dei turisti registrati dai Centri Visita e dai Punti Informativi, nel ventennio dal 1995 al 2015, è suddivisibile in due fasi: nel primo decennio si assiste ad una crescita delle presenze costante e molto significativa, tant'è che dal 1995 al 2004 i visitatori sono aumentati del 271,5% (da 15.005 a 55.733, dato più elevato in assoluto in tutto l'intervallo di tempo studiato). Successivamente, invece, i risultati sono piuttosto variabili e le fluttuazioni oscillano da valori minimi attorno alle 44.000 registrazioni a massimi di circa 53.000.

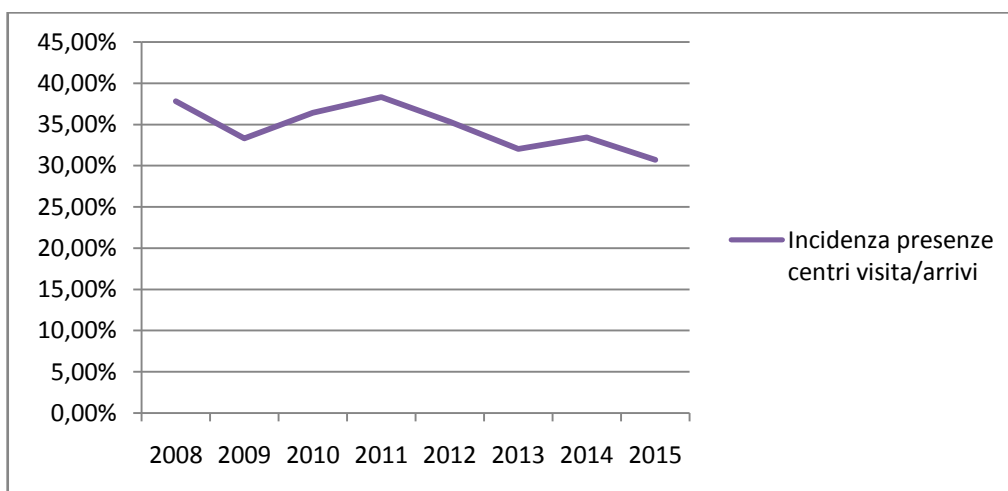
Fig. 5.32 – Trend presenze Centri Visita e P.I. del Parco



Elaborazione propria

Un dato rilevante che conferma l'elevato afflusso di visitatori nel Parco Nazionale è costituito dal rapporto tra le presenze nei Centri Visita e Punti Informativi e gli arrivi nei Comuni dell'area protetta, che negli ultimi anni risulta attestarsi sempre al di sopra del 30%. Ciò indica che sicuramente molti turisti che pernottano nei Comuni dell'area protetta si fermano nei Centri Visita e nei P.I., testimoniando di conseguenza interesse verso quest'ultima, seppure è importante ribadire che le statistiche di queste strutture includono anche i visitatori che rimangono nel territorio solo per un giorno.

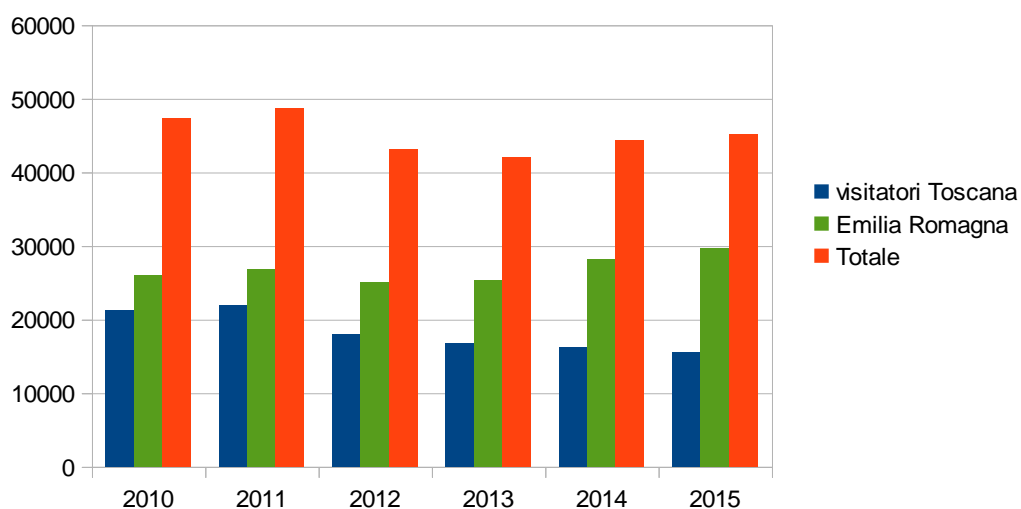
Fig. 5.33 – Incidenza delle presenze nei Centri Visita e P.I. sugli arrivi



Elaborazione propria

Esaminando il quinquennio 2010-2015, è possibile evidenziare una progressiva diminuzione delle presenze nei Centri Visita del versante toscano (da 21.288 nel 2010 a 15.521 nel 2015, con calo del 27,1%), mentre il fenomeno contrario è avvenuto in Romagna (da 26.012 a 29.711, con aumento del 14,2%).

Fig. 5.34 – Presenze Centri Visita del Parco e P.I., confronto tra versante toscano e romagnolo



Elaborazione propria

Nel 2015, circa due terzi delle presenze totali sono state registrate nelle strutture del Parco presenti nel versante romagnolo.

Tab. 5.19 – Presenze nei Centri Visita (2015) - confronto versante toscano e romagnolo

<i>Nome</i>	<i>Visitatori 2015</i>	<i>% sul totale</i>
Centri visita e P.I. Toscana	15.521	34,31%
Centri visita e P.I. Romagna	29.711	65,69%
TOTALE	45.232	100%

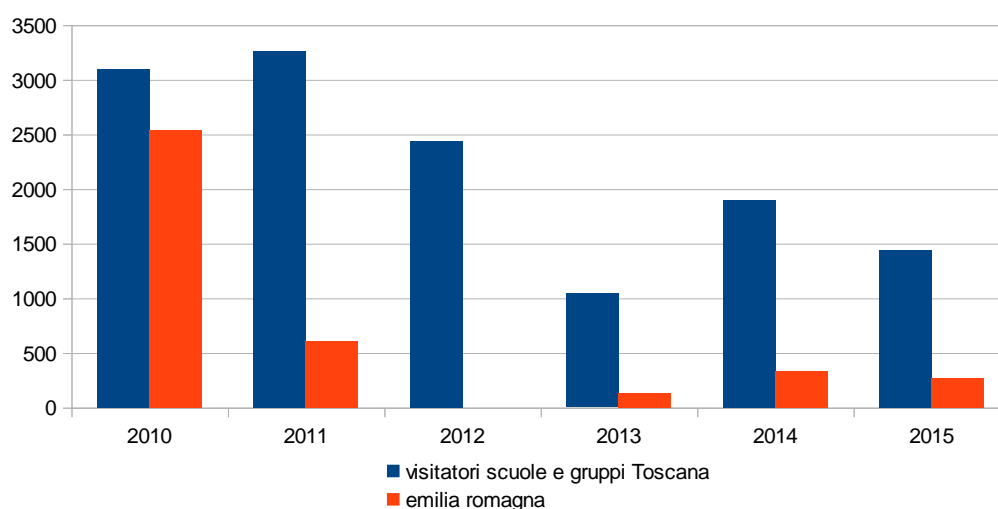
Elaborazione propria

5.4.2 – Presenze scuole e gruppi e analisi della stagionalità

Il Parco delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna è un'area protetta che, per i suoi preziosi ecosistemi ed il suo elevato valore naturalistico, è una meta visitata anche a fini didattici, in particolare da scuole e gruppi organizzati.

I Centri Visita, nel computo delle presenze, distinguono gli studenti delle scuole ed i membri di altre organizzazioni dai normali turisti. Quest'ultima categoria di visitatori, pur risultando in calo rispetto agli anni 2010-2011, ha costituito nel 2015 quasi il 10% del totale delle presenze nelle strutture toscane, mentre riveste un peso nettamente inferiore nel versante romagnolo (circa l'1%).

Fig. 5.35 – Presenze scuole e gruppi nei centri visita e P.I. del Parco



Elaborazione propria

Tab. 5.20 – Incidenza di scuole e gruppi sul totale sulle presenze nei centri visita (2015)

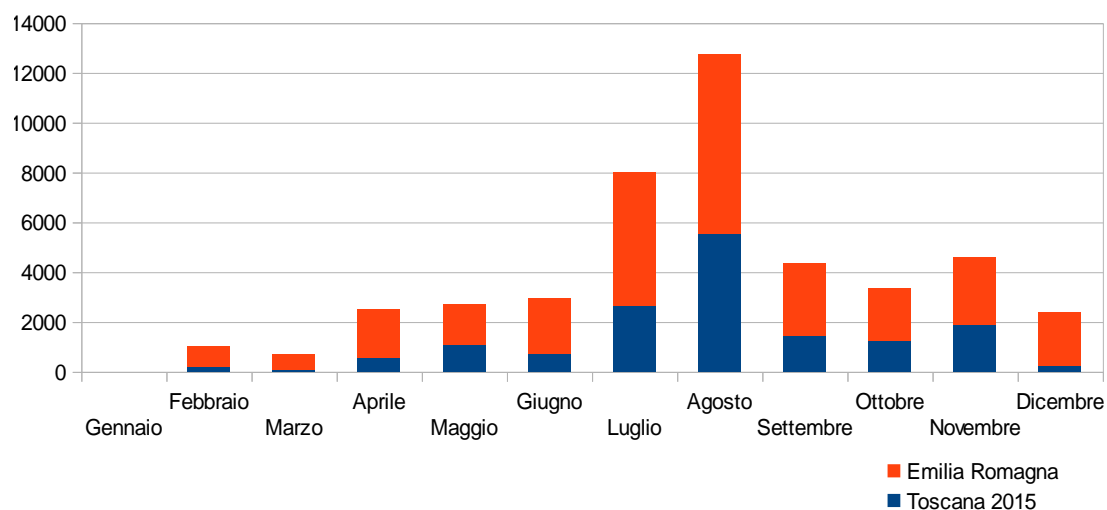
Versante	Presenze scuole e gruppi	Totale presenze Centri visita e P.I.	% sul totale
TOSCANA	1.443	15.521	9,3%
EMILIA ROMAGNA	268	29.711	0,9%
TOTALE	1.711	45.232	3,8%

Elaborazione propria

Dai dati mensili dei Centri Visita e dei P.I. è possibile valutare anche alcune dinamiche legate alla stagionalità del turismo.

Prendendo in considerazione l'anno 2015, Agosto risulta il mese in cui è concentrata la maggior parte delle presenze (12.745, cioè il 28,2% complessivo), seguito da Luglio (7.995), Novembre (4.588) e Settembre (4.335).

Fig. 5.36 – Presenze dei centri visita e P.I. per mese (2015)



Elaborazione propria

La stagione estiva è quella in cui le strutture del Parco registrano più della metà dei turisti totali (52,3%), ma anche in autunno il riscontro è positivo (circa 15.000 presenze).

Il periodo da Gennaio a Maggio è quello in cui i visitatori sono meno numerosi, soprattutto nel versante toscano.

Tab. 5.21 – Stagionalità presenze nei Centri Visita e P.I. (2015)

Periodo visite	Dati Centri Visita e P.I. 2015	% sul totale
Gennaio-Maggio	6.884	15,22%
Giugno-Agosto	23.672	52,33%
Settembre-Dicembre	14.676	32,45%
Totale	45.232	100%

Elaborazione propria

5.4.3 – Presenze nei singoli Centri Visita e P.I. del Parco

I Centri Visita ed i P.I. presenti nel Parco delle Foreste Casentinesi sono in tutto 14:

- 6 nell'area aretina del versante toscano, cioè i Centri Visita di Badia Prataglia, La Verna, Serravalle (inattivo nel 2015), il P.I. di Camaldoli ed il Planetario di Stia.

- 2 nella parte fiorentina del Parco, ossia i Centri Visita di Londa e Castagno d'Andrea

- 6 nel versante romagnolo: il P.I. della Riserva Biogenetica di Campigna ed i Centri Visita di Bagno di Romagna, San Benedetto, Tredozio, Premilcuore e Santa Sofia.

Il Centro Visita che in assoluto ha registrato il maggior numero di presenze è quello di Bagno di Romagna (35,6%) del totale, seguito da quello di Badia Prataglia (15%) e dal P.I. di Campigna (11,3%).

Tab. 5.22 – Dati sulle presenze dei singoli Centri Visita nel Parco (2015)

<i>CENTRI VISITA E PI</i>	<i>Visitatori 2015</i>	<i>% sul totale</i>
<i>Premilcuore</i>	2.380	5,26%
<i>Santa Sofia</i>	1.288	2,85%
<i>Tredozio</i>	4.430	9,79%
<i>Bagno di Romagna</i>	16.120	35,64%
<i>San Benedetto</i>	385	0,85%
<i>PI Campigna</i>	5.108	11,29%
TOTALE ROMAGNA	29.711	65,69%
<i>Badia Prataglia</i>	6.786	15%
<i>La Verna</i>	1.626	3,59%
<i>Serravalle</i>	0	-
<i>Londa</i>	749	1,66%
<i>Castagno</i>	1.174	2,6%
<i>PI Camaldoli</i>	3.466	7,66%
<i>Planetario Stia</i>	1.720	3,8%
TOTALE TOSCANA	15.521	34,31%
TOTALE	45.232	100%

Elaborazione propria

Oltre ai dati riportati, è importante segnalare che il giardino botanico della località di Valbonella (Comune di Santa Sofia), che non è né un Centro Visita né un P.I. ma un importante centro didattico a carattere naturalistico, nel 2015 ha registrato 2.083 presenze.

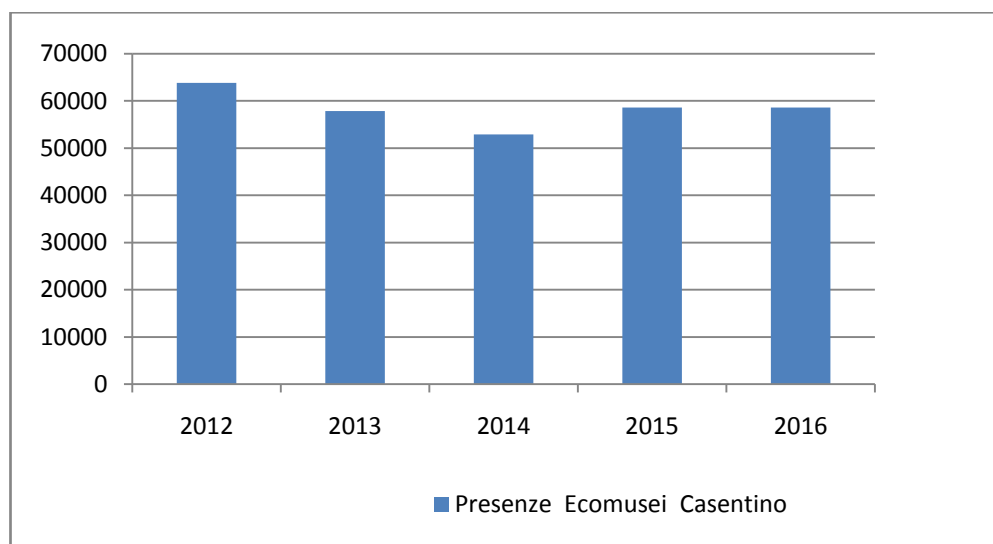
5.4.4 – EcoMuseo del Casentino

Il progetto EcoMuseo del Casentino, che è stato introdotto alla fine degli anni '90 su iniziativa della Comunità Montana (oggi Unione dei Comuni Montani) e grazie al supporto dei finanziamenti comunitari LEADER 2 e LEADER PLUS, ha portato all'apertura di numerosi musei e centri culturali situati all'interno della vallata casentinese, compresi i quattro Comuni del Parco.

In particolare, com'è già stato descritto nel capitolo precedente, le collaborazioni tra Ente Parco ed Ecomuseo sono state da sempre importanti e proficue, permettendo così la proliferazione di numerose iniziative a favore della conoscenza del territorio sia per la popolazione locale sia per i turisti.

Dai dati, forniti dal coordinatore dell'EcoMuseo Andrea Rossi, è possibile vedere che la rete ecomuseale vanta, dal 2012 al 2016, una media di quasi 58.500 presenze l'anno.

Fig. 5.37 – Presenze rete ecomuseale



Elaborazione propria

Analizzando le presenze del 2016 nelle singole strutture, è possibile vedere che molti dei centri culturali esaminati trattano tematiche legate all'ambiente e pertanto sono in collegamento più o meno diretto con il Parco. Le mete più visitate sono i castelli medievali, ed in particolare il Castello dei Conti Guidi di Poppi. Tuttavia anche i musei relativi al patrimonio naturalistico riescono ad attrarre un quantitativo non irrilevante di turisti (l'Ecomuseo del Bosco e della Montagna, l'Ecomuseo del Carbonaio, della Pietra e della Castagna nel 2016 hanno registrato in totale più di 11.000 visite).

Le strutture situate nei Comuni del Parco sono otto: il Museo del Bosco e della Montagna, il Castello di Porciano e il Mulin di Bucchio si trovano a Pratovecchio Stia; nel Comune di Poppi, oltre al Castello, si trovano la bottega del Bigonaio a Moggiona ed il Sentiero dei Castelletti a Badia Prataglia entrambi nel pieno dell'area Parco; rientra nel Comune di Bibbiena la raccolta rurale di Casa Rossi ed infine l'Ecomuseo della Valle Santa si trova a Chiusi della Verna.

Gli altri ecomusei sono nei Comuni casentinesi di Ortignano Raggiolo, Subbiano, Talla, Castel San Niccolò e Chitignano.

Tab. 5.23 – Strutture rete ecomuseale

MUSEO	VISITATORI 2016	%
Museo del Bosco e della Montagna	1.950	3,3%
Ecomuseo del Carbonaio	5.730	9,8%
Ecomuseo della Pietra	430	0,7%
Castello Conti Guidi	35.789	61,1%
Bottega del Bigonaio	1.610	2,7%
Raccolta rurale casa Rossi	1.220	2,1%
Ecomuseo della Castagna	3.683	6,3%
Ecomuseo del Contrabbando	415	0,7%
Centro doc. Cultura rurale	513	0,9%
Casa natale Guido Monaco	523	0,9%
Centro doc. cultura archeologica	309	0,5%
Museo del castello di Porciano	2.520	4,3%
Ecomuseo Vallesanta	580	1%
Centro Doc. Acqua	Chiuso	-
Mulin di Bucchio	1.750	3%
Sentiero dei castelletti	1.600	2,7%
Totale Ecomusei Comuni Parco	47.109	80,2%
TOTALE	58.622	100%

Elaborazione propria

Circa l'80% delle presenze all'interno dei centri dell'EcoMuseo riguarda i Comuni del Parco.

Il CRED¹⁰³ nel 2016 ha effettuato una serie di indagini qualitative sui visitatori, formulando un questionario che è stato compilato da 106

¹⁰³ Il CRED (Centro Risorse Educative e Didattiche) dell'Unione dei Comuni Montani del Casentino fa parte della rete regionale dei CRED e ha quattro funzioni principali: coordinamento della rete ecomuseale, riferimento e supporto per la progettazione territoriale, educazione ambientale, supporto alle scuole nella comunicazione multimediale.

turisti all'interno delle strutture del Mulin di Bucchio, Ecomuseo del Carbonaio, Bottega del Bigonaio e Museo del Bosco e della Montagna.

Lo studio ha prodotto in sintesi i risultati seguenti:

- l'80% circa dei turisti visita il Museo per la prima volta
- la maggior parte delle visite è stata effettuata tramite un gruppo organizzato, che per oltre il 75% dei casi interessa contemporaneamente più Ecomusei della vallata
- i turisti sono venuti a conoscenza dei Musei principalmente grazie a volantini o locandine ed in misura minore attraverso internet, una guida o casualmente.
- i visitatori risultano avere soprattutto un'età tra i 46 ed i 65 anni ed in larga misura sono dotati di un diploma o di una laurea
- su un campione di 106 individui, soltanto 21 provengono dalla provincia di Arezzo, ben 70 sono originari di un'altra provincia italiana e 15 sono stranieri.
- tra le osservazioni ed i suggerimenti emergono giudizi molto positivi sulla cortesia, la preparazione e la disponibilità dei gestori ed anche il forte legame con il territorio dei Musei incontra ampio apprezzamento da parte dei clienti. I visitatori suggeriscono di incrementare la pubblicità e la segnaletica.

5.5 – Dati aggregati e confronto tra i due versanti

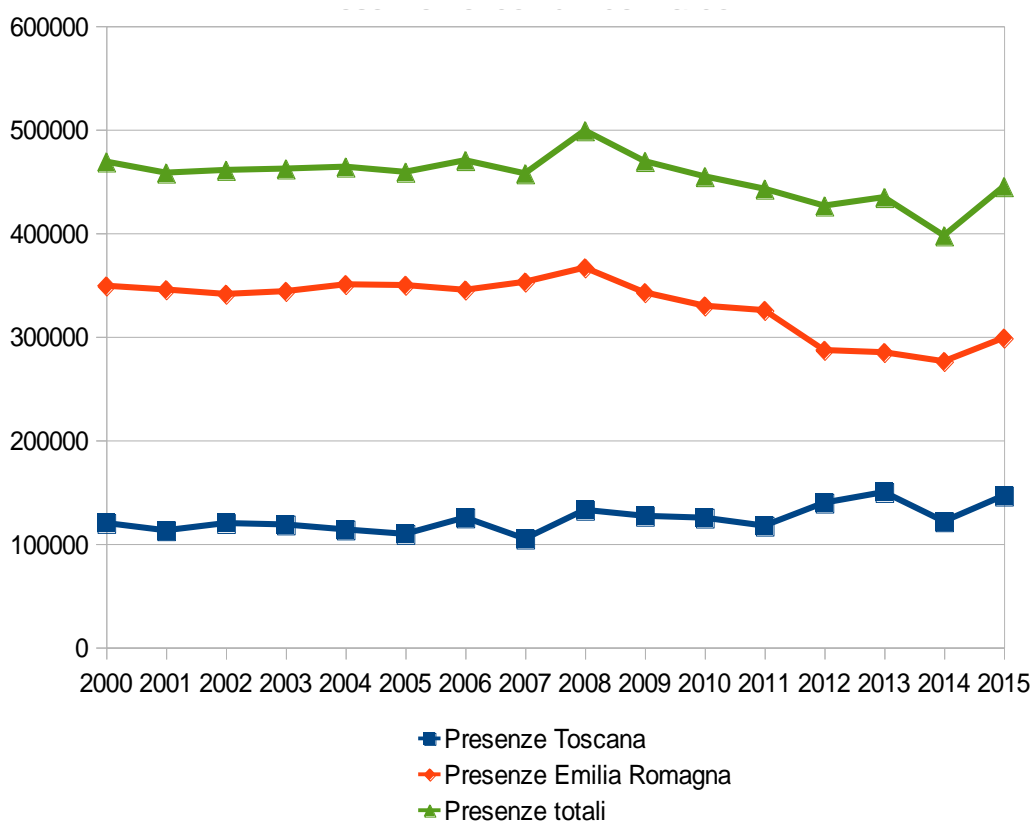
Attraverso un'analisi aggregata delle statistiche raccolte, interpretate ed esposte è possibile svolgere un'indagine che metta a confronto la realtà del versante toscano con quello romagnolo oltre ad avere a disposizione dei dati su tutta l'area Parco.

5.5.1 – Presenze, arrivi e permanenza media

Il trend delle presenze mostra due tendenze diverse tra versante toscano e romagnolo: infatti, mentre nel primo il dato appare in crescita costante (eccezion fatta per alcune annate negative, come il 2014), nel secondo l'andamento crescente cessa dal 2009 in poi, dove avviene un decremento significativo che s'interrompe solamente nel 2015.

Il massimo di presenze è registrato nel 2008 (in tutto 498.915, con un aumento dell'8,7% rispetto al 2005), mentre l'unico anno in cui queste sono inferiori alle 400.000 unità è il 2014. I numeri tornano ad essere migliori nel 2015, in cui le presenze sono 444.983.

Fig. 5.38 – Trend presenze nei versanti del Parco



Elaborazione propria

Confrontando i valori del 2000 con quelli del 2015, il versante toscano mostra un aumento delle presenze del 22%, mentre l'opposto avviene nella realtà romagnola (-14,4%). L'effetto di questi due trend porta ad una diminuzione totale del 5,1%.

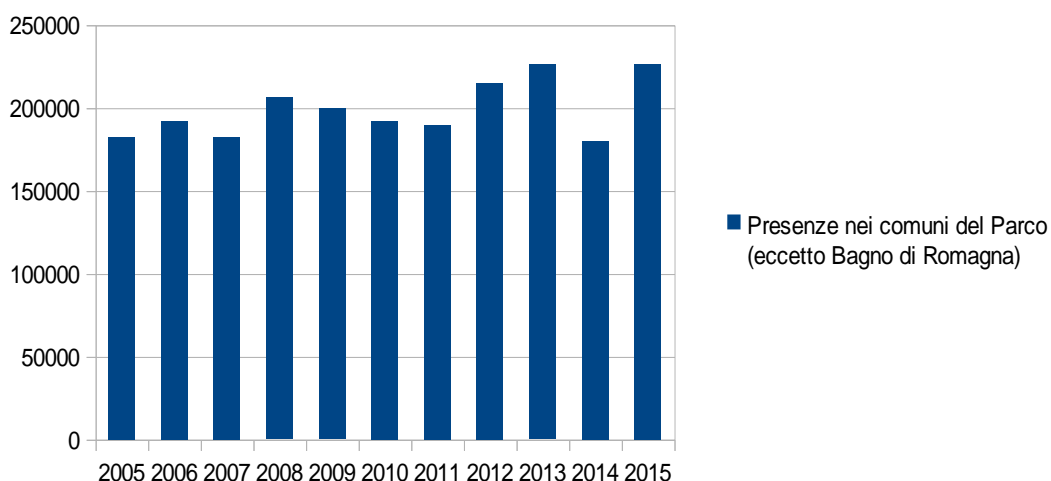
Tab. 5.24 – Variazione presenze 2000-2015 nei versanti del Parco

Versante	Presenze 2000	Presenze 2015	Var % 2000-2015
TOSCANA	119.895	146.334	+22,1%
EMILIA ROMAGNA	348.980	298.649	-14,4%
TOTALE	468.875	444.983	-5,1%

Elaborazione propria

La statistica sulle presenze risente fortemente dei dati di Bagno di Romagna, in cui si è verificato un significativo decremento dal 2008 al 2015: escludendo il Comune dall'analisi, è possibile verificare che nelle altre 10 unità amministrative le presenze turistiche sono generalmente crescenti (con un incremento del 24,35% tra il 2005 ed il 2015), e addirittura il 2015 presenta il valore assoluto più elevato dell'ultimo decennio (266.627 unità).

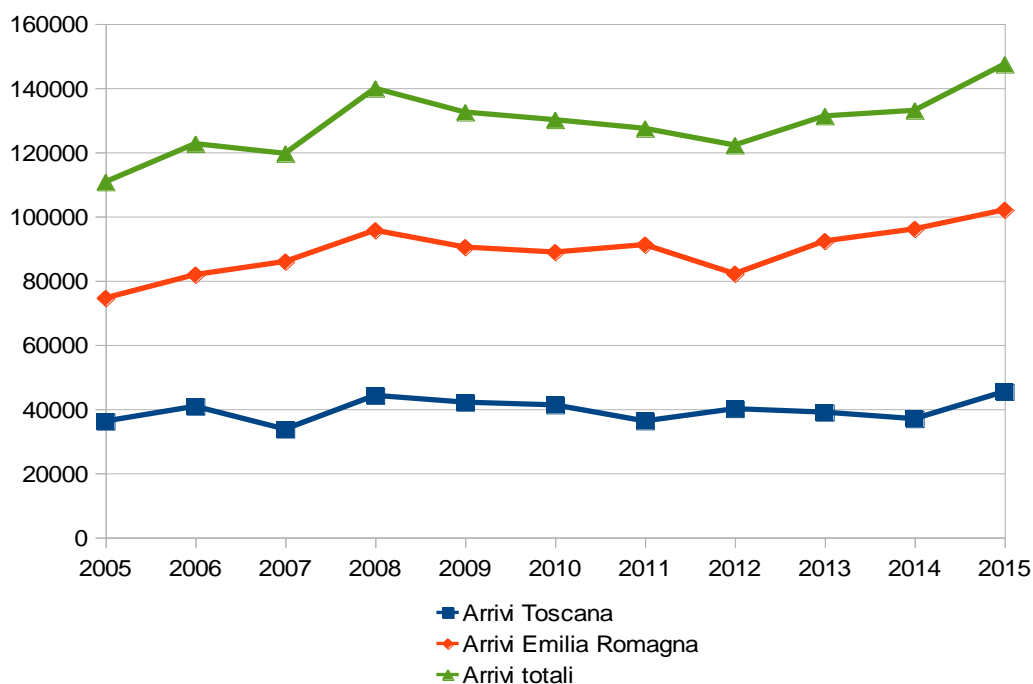
Fig. 5.39 – Trend presenze nei Comuni del Parco (eccetto bagno di Romagna)



Elaborazione propria

Il trend degli arrivi presenta dati più positivi rispetto a quello delle presenze: infatti si è verificato anche in questo caso un andamento crescente fino al 2008, seguito da un calo dal 2009 al 2011. Dall'anno successivo, tuttavia, è stata registrata una nuova crescita che ha portato al valore massimo assoluto nel 2015 (ben 147.372 arrivi, il 33,1% in più rispetto al 2005).

Fig. 5. 40 – Trend arrivi nei versanti del Parco



Elaborazione propria

Attraverso una comparazione tra i dati degli arrivi del 2005 e quelli del 2015 è possibile vedere che l'aumento è stato consistente in entrambi i versanti, in particolare quello romagnolo (anche se, di fatto, dipendente più dal contesto di Bagno di Romagna che da quello degli altri quattro Comuni).

Tab. 5.25 – Confronto arrivi 2005 - 2015 nei versanti del Parco

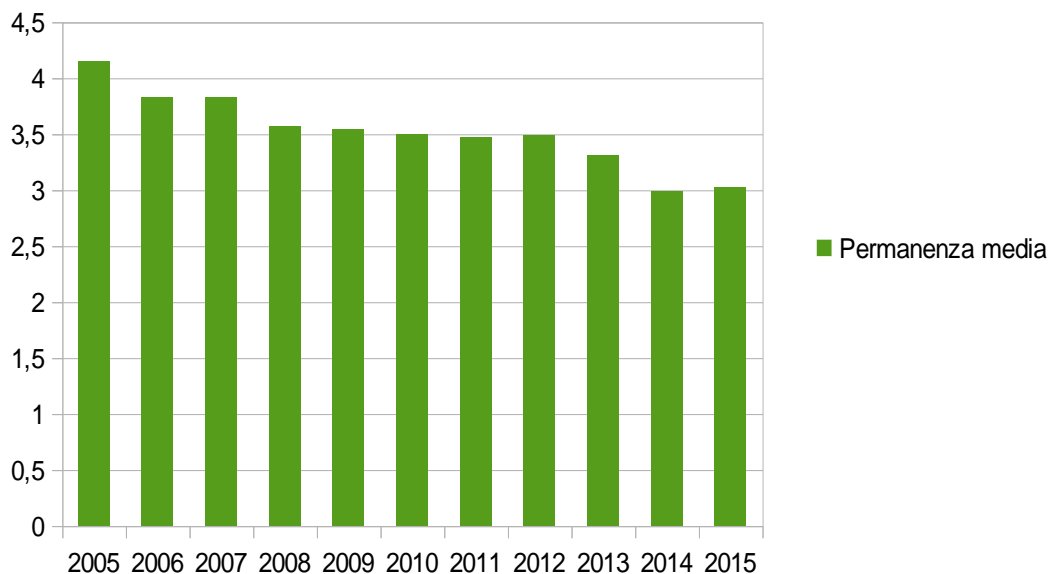
Versante	Arrivi 2005	Arrivi 2015	Var.% 2005 -2015
Toscana	36.173	45.385	+25,4%
Emilia Romagna	74.526	101.987	+36,8%
TOTALE	110.699	147.372	+33,1%

Elaborazione propria

La permanenza media ha visto un calo quasi costante negli ultimi 10 anni, passando da un valore di 4,15 nel 2005 a 3,02 nel 2015. Ciò mette in luce soprattutto due aspetti: il primo, negativo, che le presenze non sono aumentate in larga misura (a causa del forte calo a Bagno di Romagna ed in

misura minore nel resto del versante dell'Emilia Romagna, nonché per l'assenza di un incremento dei posti letto), il secondo, positivo, che il dato degli arrivi è stato in netta crescita su quasi tutto il territorio del Parco.

Fig. 5. 41 – Permanenza media nelle strutture ricettive del Parco



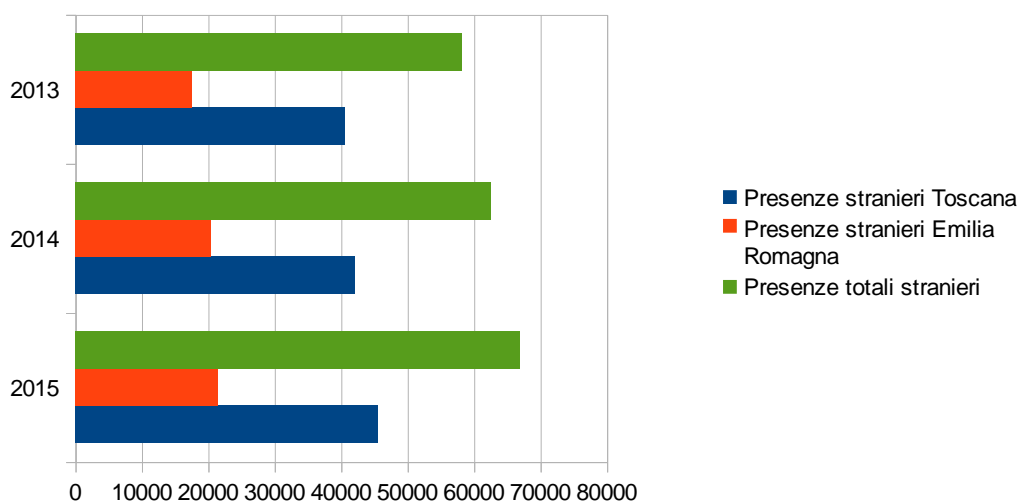
Elaborazione propria

5.5.2 – Italiani e stranieri

Per comprendere l'impatto del turismo straniero, il grafico seguente mostra le presenze di turisti di provenienza estera registrate tra il 2013 ed il 2015.

Esse risultano in aumento in entrambi i versanti: in Toscana del 12,3% ed in Romagna del 22,2%. In totale le 66.968 presenze del 2015 sono superiori del 15,3% rispetto alle 58.101 del 2013.

Fig. 5.42 – Presenze stranieri 2013 - 2015 nei due versanti del Parco



Elaborazione propria

Mettendo a confronto le presenze straniere con il totale è evidente che, mentre in Toscana il turismo estero assume un peso specifico importante (circa il 31%), nel versante romagnolo, pur con l'aumento registrato negli ultimi anni, ha ancora un ruolo marginale.

In tutto, il 15% delle presenze totali è da attribuire a turisti di provenienza estera.

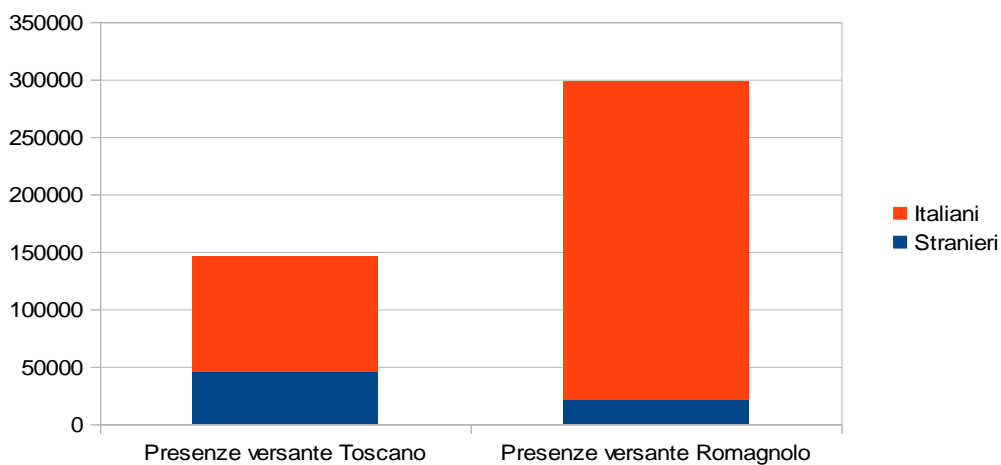
Tab. 5.26 – Incidenza presenze stranieri sul totale (2015)

VERSANTE	PRESENZE STRANIERI	PRESENZE TOTALI 2015	%
Toscana	45.481	146.334	31,08%
Emilia Romagna	21.487	298.649	7,19%
TOTALE	66.968	444.983	15,05%

Elaborazione propria

E' interessante verificare che il versante toscano, pur essendo stato nel 2015 oggetto di un numero di presenze complessive di circa la metà rispetto all'Emilia Romagna (49%), ha visto al suo interno un'affluenza straniera di più del doppio (211,6%) rispetto all'altra area del Parco.

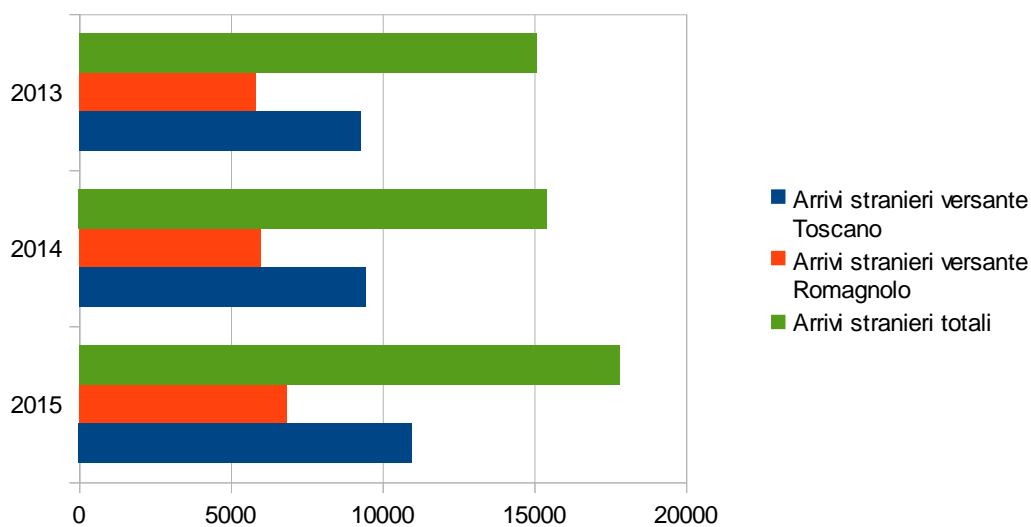
Fig. 5.43 – Confronto presenze italiani e stranieri (2015)



Elaborazione propria

Il dato positivo delle presenze trova conferma anche negli arrivi stranieri: il loro aumento complessivo è stato del 18,1% negli ultimi tre anni (con il risultato di 17.821 arrivi nel 2015), con una crescita del 18,3% nei Comuni toscani e del 17,7% in quelli dell'Emilia Romagna.

Fig. 5.44 – Arrivi stranieri (2013 - 2015) nei versanti del Parco



Elaborazione propria

Anche l'impatto percentuale degli arrivi stranieri sul totale, cioè il 12,1%, è in linea con quanto già descritto riguardo le presenze: nel versante toscano circa un turista su 4 proviene dall'estero, mentre in Emilia Romagna poco più di uno su 16.

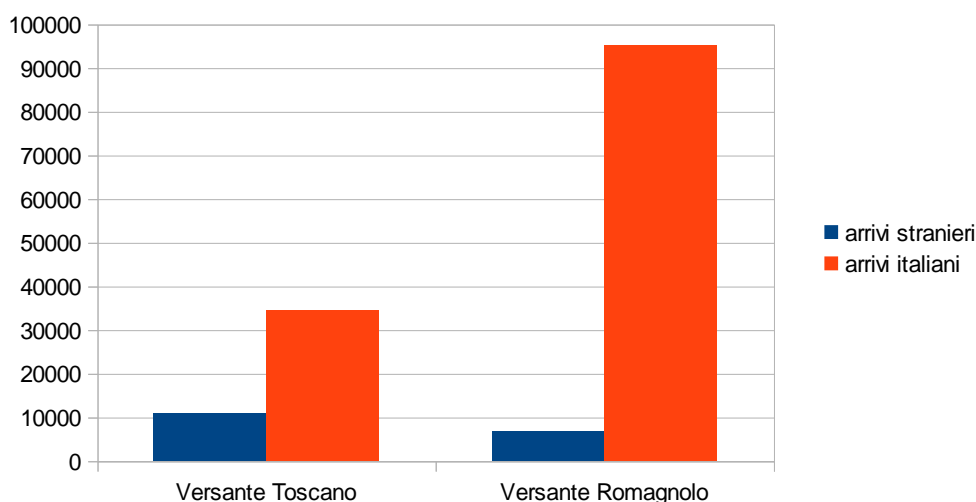
Tab. 5.27 – Incidenza arrivi stranieri sul totale (2015)

VERSANTE	Arrivi Stranieri	Arrivi Totali 2015	%
Toscana	10.979	45.385	24,2%
Emilia Romagna	6.842	101.987	6,7%
TOTALE	17.821	147.372	12,1%

Elaborazione propria

Il versante toscano presenta nuovamente un maggior numero di stranieri rispetto alla parte romagnola (il 37,6% in più) per quanto gli arrivi complessivi non vadano oltre il 30%.

Fig. 5.45 – Confronto arrivi italiani e stranieri (2015)



Elaborazione propria

Sia gli arrivi sia le presenze mostrano un bilancio tendenzialmente positivo: le presenze risultano essere incrementate in quasi tutti i Comuni e l'unico dato negativo è quello di Bagno di Romagna, che tuttavia nel 2015 è

apparso in ripresa. Le difficoltà relative a questa località non sembrano dovute a fattori riguardanti il Parco (al contrario il turismo naturalistico ha assunto un peso crescente, visto che gli agriturismi sono aumentati negli ultimi anni), ma appaiono legate alla crisi economica, che sicuramente ha comportato un effetto negativo sul settore termale, di cui il Comune è un importante centro.

Il dato degli arrivi vede un miglioramento in entrambi i versanti, così come sono aumentati i turisti stranieri. Tuttavia resta bassa la percentuale di visitatori di provenienza estera nel versante romagnolo, lasciando presagire ampi margini di miglioramento attraverso un aumento di strutture ricettive, in particolare extra- alberghiere.

5.5.3 – Trend strutture ricettive

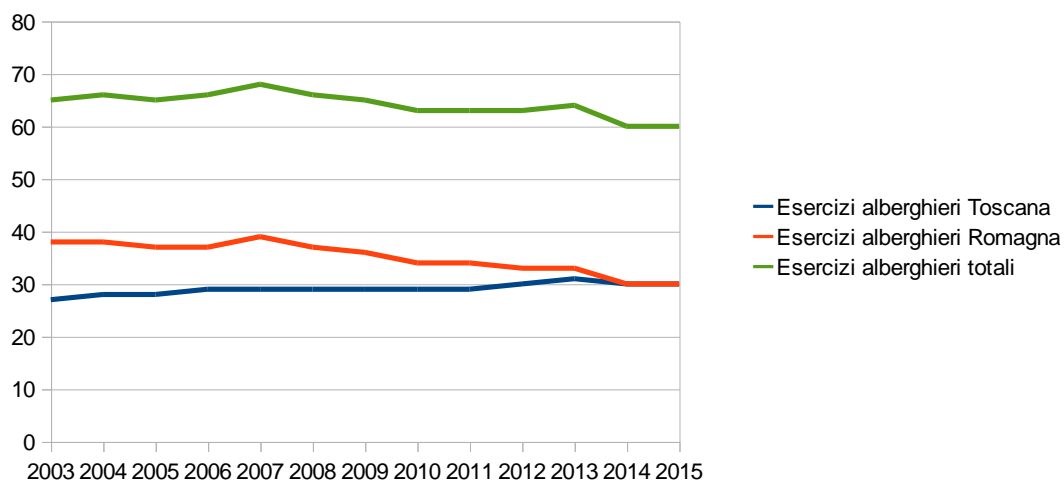
Prima di effettuare lo studio sui dati aggregati delle strutture ricettive, è fondamentale ricordare che le statistiche sull'offerta turistica del versante romagnolo risalenti all'anno 2015 non sono ancora disponibili. Pertanto, per effettuare il confronto con la realtà toscana, nelle serie storiche è stato ipotizzato che tra l'anno 2014 e 2015 il numero degli esercizi nell'area romagnola sia rimasto invariato.

L'analisi evidenzia alcune differenze nei trend tra esercizi alberghieri e complementari.

Per quanto riguarda i primi, il dato che emerge è senza dubbio la diminuzione degli alberghi nel territorio del Parco (da 68 nel 2003 a 60 nel 2015, con calo dell'11,8%).

È importante tuttavia sottolineare che il decremento di queste strutture si è verificato esclusivamente nel versante romagnolo (-26,7%), poiché nell'area toscana al contrario si è verificato un aumento del 10%, seppur riconducibile ai primi anni del periodo considerato.

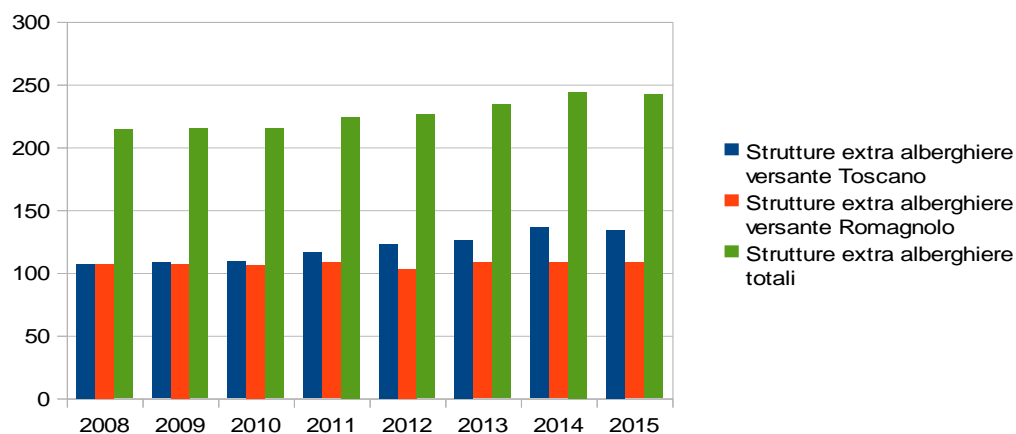
Fig. 5.46 – Trend esercizi alberghieri nei versanti del Parco



Elaborazione propria

Il trend delle strutture extra-alberghiere appare migliore: il numero degli esercizi complementari dal 2008 al 2015 è complessivamente aumentato del 11% (da 218 a 242), grazie alla consistente crescita avvenuta nel versante toscano (con un aumento da 108 a 134 unità pari al 24,1%). L'offerta ricettiva nell'area romagnola è rimasta pressoché invariata (+1,9%).

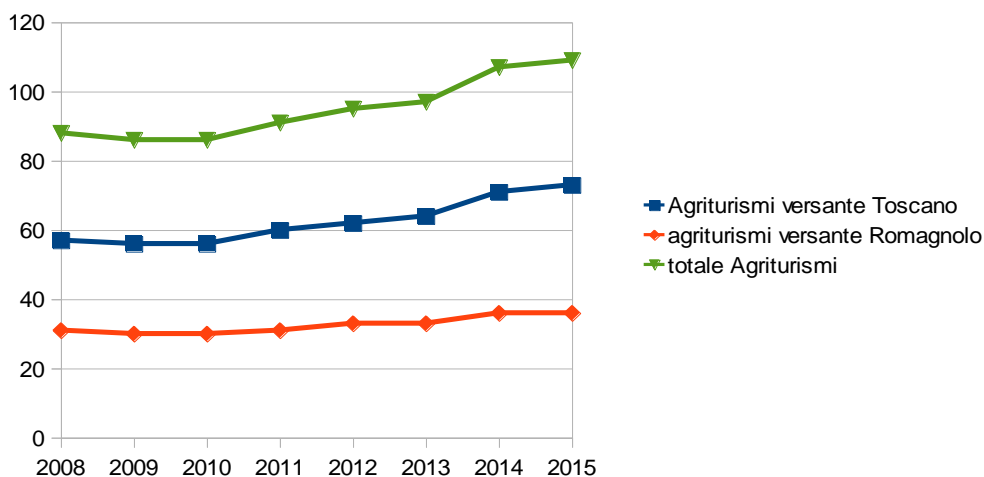
Fig. 5.47 – Trend esercizi complementari nei versanti del Parco



Elaborazione propria

La tipologia di struttura che ha registrato la crescita più pronunciata è sicuramente l'agriturismo. Infatti la sua diffusione è stata significativa sia nel versante romagnolo (+16,1% dal 2008 al 2015) sia, ancor di più, in Toscana (+28,1%).

Fig. 5.48 – Trend agriturismi nei versanti del Parco



Elaborazione propria

Il divario tra l'incremento dell'offerta extra-alberghiera e l'andamento decrescente delle strutture alberghiere è spiegabile sulla base di alcune considerazioni:

- L'aumento degli esercizi complementari è un fenomeno avvenuto non soltanto nell'area protetta ma in tutto il territorio nazionale, a fronte di una domanda turistica sempre più diversificata.

- La ricerca del contatto diretto tra uomo e natura è più facilmente attuabile in una struttura complementare come un agriturismo, che necessariamente è localizzato in aree verdi, piuttosto che in un albergo che è invece per lo più posizionato in centri urbani o di elevata antropizzazione. Negli esercizi extra-alberghieri, spesso prossimi all'area protetta, è più semplice la realizzazione di attività connesse al Parco, come le esperienze educative presso fattorie didattiche e le escursioni guidate.

- I piani di sviluppo rurale (PSR) hanno incentivato la proliferazione delle strutture extra-alberghiere promuovendo la

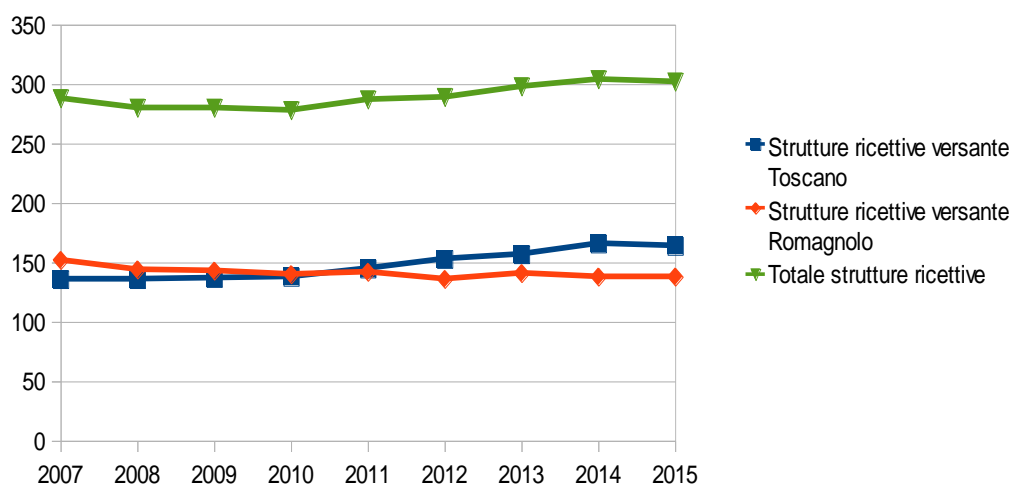
multifunzionalità dell'agricoltura. L'incremento delle attività agrituristiche è stata diretta conseguenza, tra l'altro, di strategie di policy nazionali e regionali, che hanno visto anche nel turismo una possibilità di “sviluppo economico nelle zone rurali”¹⁰⁴

- Gran parte delle strutture complementari negli ultimi anni ha ampliato notevolmente i servizi offerti, mettendo a disposizione della clientela ad esempio la piscina, la connessione internet, gli impianti sportivi: questi miglioramenti hanno permesso a tali strutture di essere più ricercate dai visitatori.

Prendendo in considerazione il dato aggregato di tutte le strutture ricettive, è possibile constatare che tra il 2007 ed il 2015 il numero di esercizi nel territorio del Parco è aumentato del 4,9% (da 288 a 302 aziende) raggiungendo il valore massimo nel 2014 (con 166 unità).

Questo risultato positivo è frutto di due evidenze empiriche contrastanti: da una parte il versante romagnolo ha diminuito i suoi esercizi del 9,2% (da 152 a 138) mentre quello toscano ha significativamente ampliato la sua offerta ricettiva, con un incremento del 18,9% (da 138 a 164).

Fig. 5.49 – Trend strutture ricettive totali nei versanti del Parco



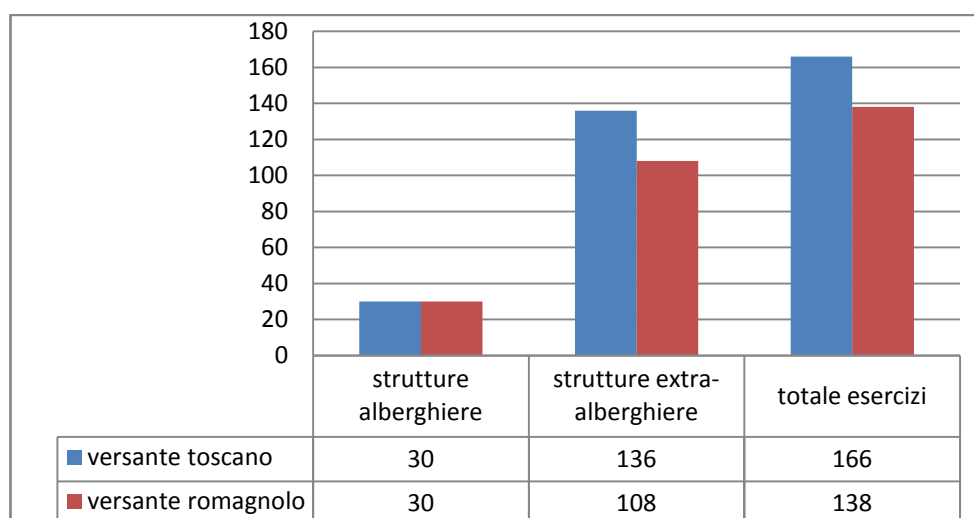
Elaborazione propria

¹⁰⁴ Il secondo pilastro della PAC 2014 – 2020 individua tra gli obiettivi della politica di sviluppo rurale “Inclusione sociale, riduzione della povertà e sviluppo economico nelle zone rurali” (priorità 6).

5.5.4 – Strutture ricettive: tipologie

L'anno più recente in cui sono disponibili i dati ufficiali di entrambi i versanti è il 2014, in cui l'area toscana e la Romagna hanno lo stesso numero di strutture alberghiere (30 ciascuno) mentre, per quanto concerne gli esercizi complementari, la prima ne presenta 28 in più.

Fig. 5.50 – Strutture ricettive alberghiere e complementari nel Parco (2014)



Elaborazione propria

L'offerta ricettiva è costituita in tutto da 304 esercizi, di cui il 53,9% si trova nel versante toscano e l'altro 46,1% è invece in Romagna, concentrato soprattutto nel Comune di Bagno di Romagna.

Le strutture più diffuse sono gli agriturismi (35,2%), gli alloggi privati e i B&B (23,4%) e gli alberghi (19,7%), tuttavia la distribuzione delle tipologie di esercizio per versante non è totalmente omogenea. In Toscana il numero degli agriturismi e delle case vacanze e per ferie è nettamente superiore rispetto alla Romagna, mentre si registra il dato opposto per quanto riguarda gli alloggi privati, affittacamere e B&B. Questo risultato lascia presupporre che il versante toscano abbia saputo cogliere le dinamiche del turismo naturalistico in modo più tempestivo ed efficace, beneficiando probabilmente del suo brand: la realtà rurale della Toscana ha ormai un'immagine consolidata che riesce ad attrarre numerosi turisti italiani e soprattutto stranieri, che ricercano l'immersione nel suo tipico paesaggio. Inoltre questo versante, rispetto a quello romagnolo, ha un

territorio meno scosceso e più collinare che di conseguenza si presta ad una maggiore diffusione di strutture extra-alberghiere.

Tab. 5.28 – Strutture ricettive suddivise per tipologia nei versanti del Parco (2014)

Tipologia	Toscana	Emilia Romagna	Totale 2014	%
Alberghi	30	30	60	19,7%
Agriturismi e country house	71	36	107	35,2%
Alloggi privati, affittacamere e B&B	23	48	71	23,4%
Case vacanze/per ferie	28	7	35	11,5%
Campeggi	7	7	14	4,6%
Residence	-	-	-	-
Residenze d'epoca	1	-	1	0,3%
Ostelli	2	5	7	2,3%
Rifugi	4	5	9	3%
Aree sosta	-	-	-	-
Villaggi turistici	-	-	-	-
TOTALE	166	138	304	100%

Elaborazione propria

L'assenza di villaggi turistici e residence è da ricondurre alle caratteristiche geografiche e morfologiche dell'area protetta, che non si addice perfettamente a tale tipologia di strutture ricettive.

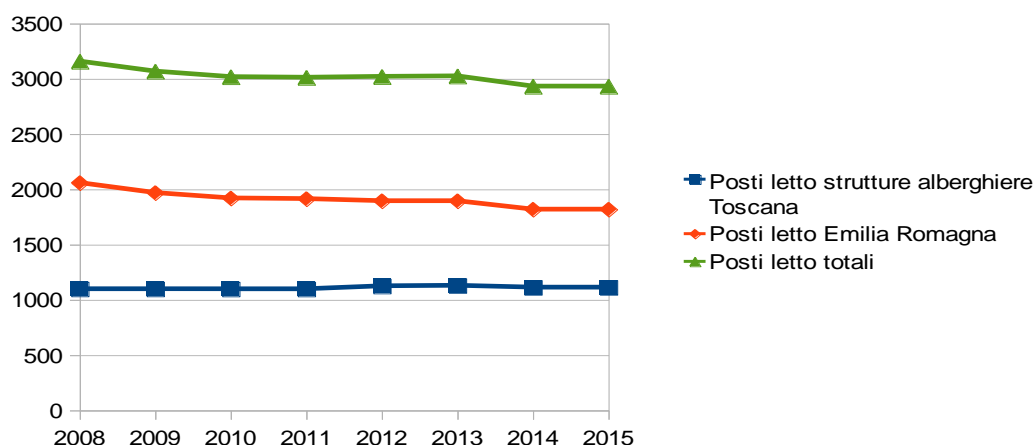
5.5.5 – Analisi dei posti letto

Anche l'analisi dei posti letto esamina prima il trend nelle strutture ricettive alberghiere, poi in quelle extra-alberghiere ed infine il dato aggregato.

Per quanto riguarda le prime, si può desumere dal grafico successivo che, mentre i posti letto in Toscana sono rimasti quasi inalterati negli ultimi 7 anni (aumento dell'1,27%), in Romagna la diminuzione è stata costante (dal 2008 al 2015 sono calati dell'11,66%).

Ciò ha fatto sì che i 3.158 posti complessivi del 2008 siano diventati soltanto 2.932 (-7,2%).

Fig. 5.51 – Trend posti letto strutture alberghiere nei versanti del Parco

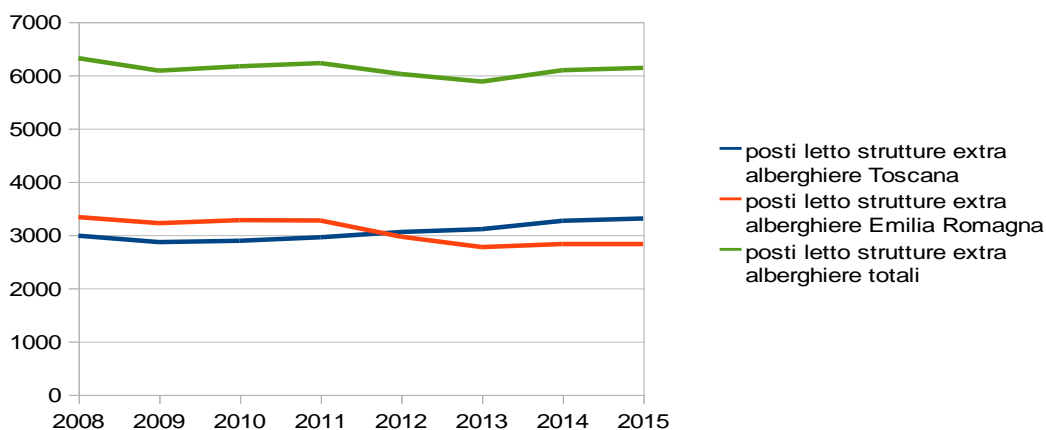


Elaborazione propria

I dati sui posti letto nelle strutture extra-alberghiere, pur non essendo del tutto positivi, sono leggermente migliori rispetto al caso precedente: il trend generale mostra che il valore massimo (6.320) risale al 2008, dopo il 2011 si è verificato un calo fino ai 5.880 posti letto del 2013 ed infine è stato registrato un incremento negli ultimi due anni (nel 2015 i posti sono 6.134).

Questi dati dipendono da un andamento opposto nei due versanti: mentre in Toscana si è verificato, assieme all'aumento di strutture complementari, un aumento di posti letto del 10,85%, in Romagna questi sono diminuiti del 15,17%.

Fig. 5.52 – Trend posti letto strutture extra-alberghiere nei versanti del Parco

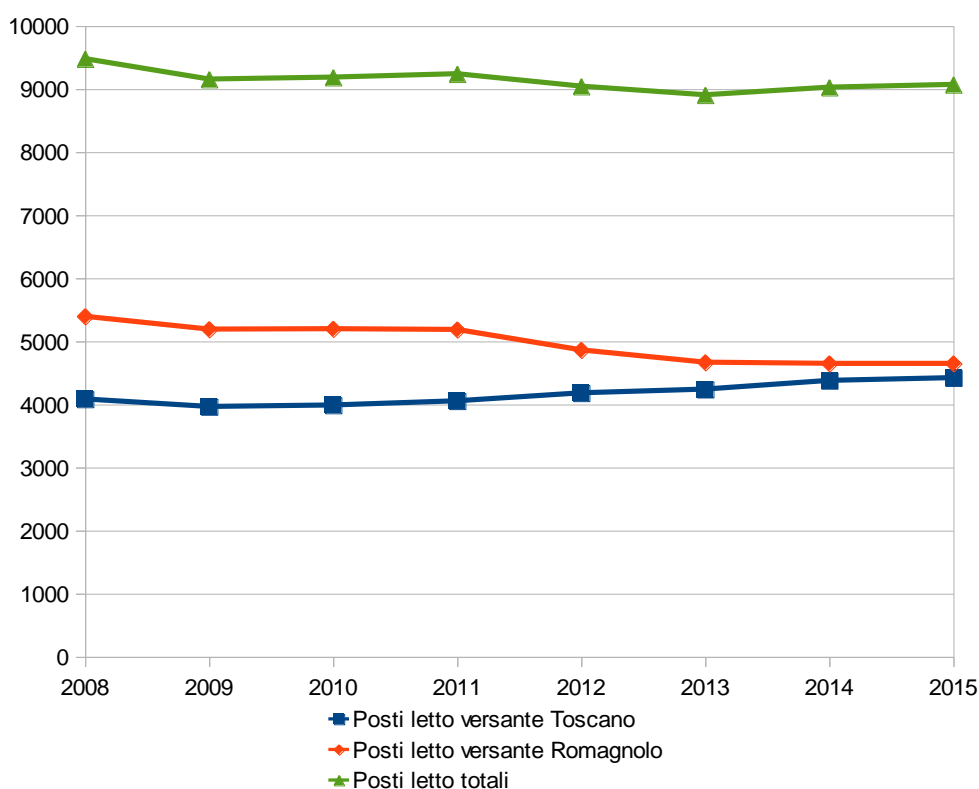


Elaborazione propria

Il trend che prende in considerazione tutte le strutture ricettive del Parco mostra che i posti letto sono diminuiti complessivamente del 4,31% dal 2008 al 2015. Ciò è imputabile al costante decremento registrato nel versante romagnolo (-8,26%), a cui fa da contrappeso l'aumento di alloggi della realtà toscana (+8,28), che tuttavia non è sufficiente per invertire la tendenza negativa.

Il dato indica che negli ultimi anni gli esercizi ricettivi non hanno incrementato la portata turistica e ciò ostacola fortemente l'aumento dell'afflusso di visitatori. Sarà pertanto necessario, in prospettiva, non solo un ulteriore aumento di esercizi ricettivi ma soprattutto una maggior disponibilità di posti letto.

Fig. 5.53 – Trend posti letto nei versanti del Parco



Elaborazione propria

Nel 2014, soltanto il 32,5% dei posti letto (di cui il 38% in Toscana, il 62% nel versante romagnolo) è attribuibile a strutture alberghiere, mentre

il 67,5% appartiene ad esercizi complementari (53,4% Toscana, 46,6% Emilia Romagna).

Per quanto riguarda gli alloggi nelle strutture extra-alberghiere è importante sottolineare che la Toscana, grazie all'aumento dell'offerta ricettiva, è riuscita a superare numericamente l'area romagnola del Parco dal 2012.

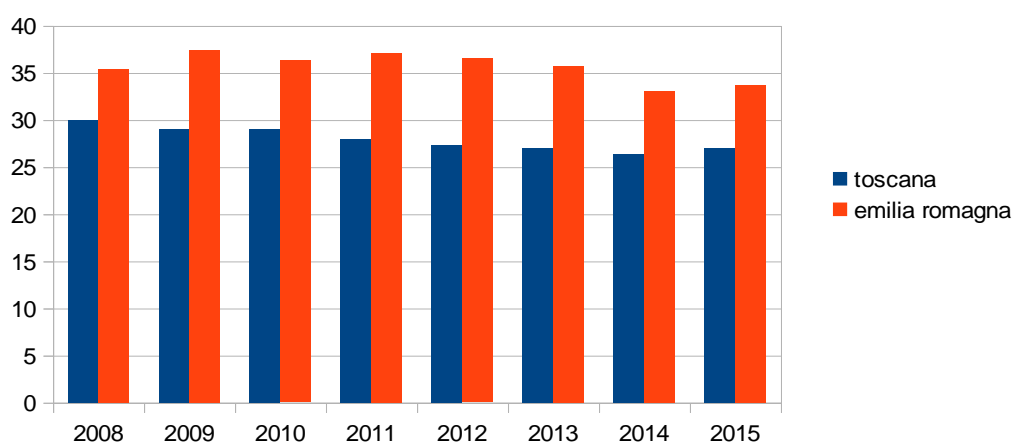
Tab. 5.29 – Ripartizione posti letto per versante (2014)

	TOSCANA	EMILIA ROMAGNA	TOTALE 2014	%
Posti letto strutture alberghiere	1.113	1.819	2.932	32,5%
Posti letto strutture extra-alberghiere	3.265	2.829	6.094	67,5%
Posti letto	4.378	4.648	9.026	100%

Elaborazione propria

L'analisi della media dei posti letto mostra che le strutture ricettive toscane presentano generalmente una capienza minore rispetto a quelle dell'Emilia Romagna. In entrambi i contesti la media è diminuita (in Toscana da 30 a 27 dal 2008 al 2015, -10% ; in Romagna da 35,4 a 33,7, -4,8%).

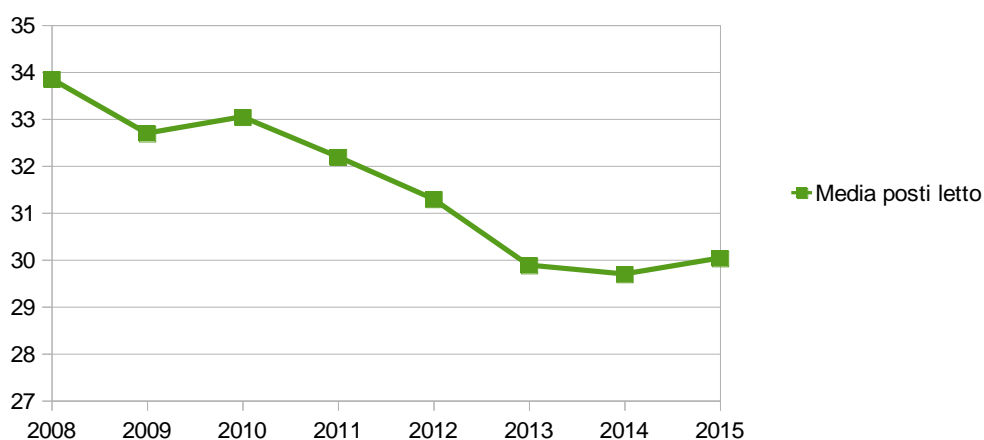
Fig. 5.54 – Media posti letto nei versanti del Parco



Elaborazione propria

Dal 2008, la media complessiva dei posti letto per struttura è diminuita del 12,7%. Questa statistica riflette la crescente diffusione di strutture extra-alberghiere medio-piccole (agriturismi, B&B, case per ferie ecc.) a discapito dei tradizionali alberghi, che al contrario si sono numericamente ridotti.

Fig. 5.55 – Media posti letto nei Comuni del Parco



Elaborazione propria

La tabella seguente mostra che, a fronte di un aumento di strutture dell'8,6% (e tale incremento è da attribuire all'aumento degli esercizi extra-alberghieri), i posti letto sono diminuiti del 4,77% e la media di questi ultimi è calata del 12,29%.

Pertanto, dall'indagine risulta che negli ultimi anni l'aumento di esercizi ricettivi non è stato associato ad una maggior offerta di posti letto e la capienza turistica è di fatto diminuita.

Tab. 5.30 – Media posti letto nel Parco. Confronto 2008 - 2014

	2008	2014	Var. % 2008-2014
<i>Strutture</i>	280	304	+ 8,57%
<i>Posti letto</i>	9.478	9.026	- 4,77%
<i>Media posti letto</i>	33,85	29,69	- 12,29%

Elaborazione propria

Un possibile strumento per misurare la capacità ricettiva delle strutture presenti nel Parco è l'indice di utilizzazione netta (UN), che è costituito dal rapporto percentuale tra le presenze registrate negli esercizi e la disponibilità di letti al loro interno durante il periodo annuale di apertura¹⁰⁵.

Quest'indice si attesta, nel periodo 2008-2015, tra l'8,4% ed il 10,4% nel versante toscano e tra il 17,9% ed il 20,6% nel versante romagnolo. Il dato aggregato di tutti i Comuni dell'area protetta invece oscilla tra il 13,3% ed il 16%.

La disparità tra le due aree del Parco evidenzia che nella parte romagnola la stagionalità del turismo risulta meno accentuata, soprattutto grazie alla presenza delle terme a Bagno di Romagna, che garantiscono un numero consistente di visitatori anche nei mesi autunnali ed invernali.

L'indice mostra un aumento uniforme dell'utilizzo dei posti letto tra il 2014 ed il 2015.

5.6 – Analisi finale dei risultati e considerazioni conclusive

L'analisi svolta ha permesso di cogliere importanti caratteristiche della domanda e dell'offerta turistica nel territorio del Parco delle Foreste Casentinesi, evidenziandone numerose peculiarità. E' stato cruciale, ai fini dello studio, ricorrere a due indagini separate relative ai due versanti, perché la semplice raccolta dei dati aggregati non avrebbe permesso di comprendere le differenti dinamiche di un'area rispetto all'altra, che peraltro si sono rivelate diverse sotto molti aspetti. Allo stesso modo, la raccolta statistica e l'elaborazione di serie storiche Comune per Comune hanno potuto evidenziare alcuni particolari di ogni singola unità amministrativa, mettendone in luce i punti di forza e le criticità.

Le presenze nei Centri Visita hanno fornito un'indicazione sull'afflusso dei visitatori del Parco, anche se è fondamentale ricordare che le pur preziose informazioni attinte presso queste strutture non sono sufficienti per descrivere in modo esaustivo il fenomeno del turismo pendolare, estremamente diffuso nelle aree protette.

¹⁰⁵ Per il calcolo dell'indice, è stato utilizzato per tutte le strutture un periodo di apertura annuale pari a 330 giorni.

L'analisi ha permesso di tracciare un quadro sintetico di tutte e tre le aree del Parco suddivise per provincia:

- nell'area in provincia di **Arezzo**, costituita dalla valle del Casentino, i dati risultano essere generalmente positivi, indicando un'evidente crescita dell'afflusso turistico italiano e straniero in tutti i Comuni ed un'apprezzabile proliferazione di strutture ricettive extra-alberghiere connesse al turismo naturalistico, come agriturismi e case vacanze. L'attivismo in campo imprenditoriale, che i riscontri statistici hanno messo in luce, ha tratto beneficio dalla presenza del Parco, con il suo ricco patrimonio forestale nonché i due centri spirituali di Camaldoli e la Verna. In ogni caso, il turismo all'interno di questi Comuni è alimentato anche da altri fattori, tra cui la bellezza dei borghi medievali, con numerosi castelli e pievi, e la relativa vicinanza alla città di Arezzo.

- L'area che fa parte della città metropolitana di **Firenze**, che è la meno vasta a livello di ettari e comprende soltanto due Comuni, pur presentando alcune evidenze positive, come ad esempio una discreta diffusione di turisti stranieri, risente negativamente del numero ridotto di strutture ricettive, dovuto anche alle piccole dimensioni dei due centri abitati.

Nell'arco di tempo considerato si è verificato un leggero aumento di esercizi extra-alberghieri, che se avrà un seguito potrà essere un valido punto di partenza in prospettiva.

- Il versante romagnolo, in provincia di Forlì Cesena, è quello che registra più differenze da Comune a Comune: da una parte, la località di Bagno di Romagna, la più consistente a livello demografico, è molto ben avviata a livello turistico soprattutto grazie al turismo termale ma anche al turismo naturalistico, testimoniato da buoni riscontri nel settore extra-alberghiero. Un altro vantaggio è dato dal collegamento con importanti centri urbani (Cesena, Arezzo, Perugia) grazie all'uscita della superstrada E45. Una buona affluenza è presente anche a Santa Sofia, che ha al suo interno la Riserva biogenetica di Campigna. Più problematico, invece, è il contesto di Portico San Benedetto, Premilcuore e Tredozio, anche se in quest'ultimo caso il recente aumento dell'offerta ricettiva ha portato alcuni risultati confortanti.

La principale criticità di quest'area, che la differenzia dall'altra, è la generale diminuzione di strutture ricettive, elemento in grado di limitare fortemente il turismo soprattutto nei quattro Comuni più piccoli del versante.

L'analisi della domanda e dell'offerta ha fornito importanti risposte relative alle dinamiche del turismo all'interno del Parco, che possono essere riassunte in questi termini:

➤ Per quanto riguarda la **domanda turistica**, il primo risultato fondamentale da segnalare è l'aumento consistente degli arrivi, che ha superato anche quello delle presenze: ciò indica che il numero di visitatori nei Comuni del Parco è aumentato nel tempo, anche se i soggiorni sono per lo più di breve durata. Infatti, la permanenza media è diminuita e si attesta sulle 3-4 notti per turista, tendenza che trova riscontro in numerose realtà nel contesto nazionale, in cui l'opzione per lo *short break*¹⁰⁶ prevale sulla scelta di intraprendere vacanze di oltre una settimana.

Entrambi i versanti mostrano un aumento percentuale di clienti stranieri, che si rivelano sempre più attratti non soltanto dalle città d'arte ma anche dal patrimonio naturalistico presente nelle aree protette italiane.

I risultati positivi sul fronte della domanda non devono essere intesi come un punto d'arrivo ma al contrario costituire una base di partenza per possibili miglioramenti nel settore, raggiungibili attraverso la continua promozione del patrimonio culturale ed ambientale del Parco Nazionale e delle specificità dei suoi Comuni (le iniziative ed i conseguenti dati numerici dell'EcoMuseo ne sono una testimonianza concreta) e con un incremento dell'offerta ricettiva a livello qualitativo, quantitativo ed in termini di diversificazione.

➤ L'**offerta turistica** presenta tre caratteristiche essenziali:

la diminuzione complessiva di alberghi

l'aumento di esercizi complementari

la riduzione della media posti letto per struttura.

Prima di analizzare ciascun punto, è necessario premettere che i dati maggiormente positivi sono stati riscontrati nel versante toscano aretino e

¹⁰⁶ Per l'approfondimento vedi p.22.

nel Comune di Bagno di Romagna, dove l'offerta ricettiva pare essere in grado di adeguarsi alle esigenze del nuovo turismo sempre più attento all'ambiente e alla cultura locale.

La riduzione numerica degli alberghi costituisce una limitante criticità, soprattutto perché la struttura alberghiera è generalmente di dimensioni medie o elevate e pertanto dotata di una maggior capienza turistica.

L'aumento degli esercizi extra-alberghieri ha il merito di costituire un fattore di compensazione ed è anche un elemento a favore della diversificazione dal punto di vista ricettivo: la diffusione di case vacanze e case per ferie si addice al visitatore alla ricerca di un turismo-relax, mentre i B&B, gli ostelli e soprattutto i campeggi e gli agriturismi sono le tipologie ideali per i turisti natura e gli ecoturisti.

L'incremento delle strutture complementari non è stato tuttavia sufficiente ad aumentare la totalità dei posti letto, che anzi risultano leggermente diminuiti all'interno dei Comuni del Parco. Questa, di fatto, è la problematica principale che è stata individuata nel lavoro di ricerca svolto: se la disponibilità degli alloggi non beneficerà di un aumento, la capacità ricettiva non sarà in grado di compiere un vero e proprio salto di qualità, poiché la possibilità di pernottamento è la condizione necessaria per l'arrivo di visitatori provenienti da località più distanti dall'area protetta o dall'estero.

Il trend decrescente della media dei posti letto, in ogni caso, non costituisce di per sé un dato negativo, poiché è un'ulteriore manifestazione della progressiva diffusione di piccoli esercizi complementari, che proprio per la loro dimensione ridotta e l'immersione negli spazi verdi giovano del gradimento di numerosi clienti. Tuttavia è evidente che, data l'esigua quantità di letti all'interno delle strutture extra-alberghiere, queste debbano o subire un ulteriore incremento (per quanto i risultati, soprattutto relativi agli agriturismi, siano stati già importanti) o essere supportate da un rilancio delle attività alberghiere.

Le statistiche relative agli undici Comuni studiati, nonostante queste unità amministrative vantino soltanto una porzione del loro territorio all'interno dell'area protetta, mostrano come l'influenza del Parco sia stata

non trascurabile e talvolta determinante nel settore turistico: la già citata proliferazione dell'offerta extra-alberghiera ne è un esempio ed un'altra conferma può essere costituita dal trend delle presenze dei Centri Visita, che è stato crescente fino al 2005 e poi ha comunque mantenuto una buona media intorno alle 50.000 registrazioni annue. I principali meriti dell'Ente Parco sono, oltre all'impegno a favore della creazione di progetti ed all'adesione ad iniziative sul territorio, sicuramente l'attività di conservazione dei sentieri e degli ettari sottoposti a tutela in generale, nonché la collaborazione con le associazioni locali e le strutture ricettive. Sotto quest'ultimo aspetto, l'Ente può svolgere il ruolo di promotore del *turismo sostenibile* sul territorio ed uno strumento a tal fine può essere il Marchio di Qualità del Parco.

L'argomento è uno dei principali temi dell'ultimo capitolo, in cui vengono riportati i risultati della ricerca sul campo attuata tramite le interviste ai soggetti istituzionali ed agli operatori turistici.

CAPITOLO 6 - IL RUOLO DEL PARCO NEL SETTORE TURISTICO LOCALE ED IL “MARCHIO DI QUALITÀ” DELL’AREA PROTETTA: LE INTERVISTE AGLI STAKEHOLDERS SUL TERRITORIO

6.1 – Introduzione e metodologia scelta

Il lavoro svolto nel capitolo precedente, costituito dall’analisi statistica dei principali aspetti riguardanti la domanda e l’offerta turistica, ha fornito un quadro dettagliato delle dinamiche legate al settore nel Parco.

Tuttavia la trattazione dei dati, se corroborata da una ricerca diretta sul campo, è in grado di fornire ulteriori risposte e dare allo stesso tempo conferma di quanto è stato già presentato nelle interpretazioni grafiche e numeriche.

L’obiettivo del lavoro di ricerca, infatti, è quello di comprendere se le aree protette siano o meno un fattore in grado di rilanciare, attraverso la loro attrattività turistica, l’economia locale: per rispondere a tale quesito, si è ritenuto importante poter disporre di un ventaglio di opinioni dirette da parte di chi vive quotidianamente il Parco.

Sulla base delle pubblicazioni esaminate nel secondo capitolo, le metodologie di studio percorribili erano molteplici, così come le variabili su cui era necessario impostare le modalità operative:

- il primo aspetto da definire era rappresentato dalla individuazione della domande specifiche di ricerca e della conseguente selezione degli **argomenti** d’indagine

- selezionati gli argomenti, era necessario decidere se utilizzare come strumento d’analisi un **questionario** (cartaceo o via mail) oppure **l’intervista**

- successivamente, doveva essere individuata la tipologia di **destinatario** tra visitatori, titolari di strutture ricettive o operatori turistici, soggetti istituzionali legati alle realtà amministrative ed al Parco

- in ogni caso, era inevitabile selezionare un **campione** statistico, poiché qualsiasi metodologia scelta non avrebbe materialmente permesso di contattare tutte le tipologie di stakeholders e le oltre 300 strutture ricettive presenti sul territorio del Parco.

A seguito di una serie di valutazioni, il metodo di ricerca scelto è stato quello dell'intervista sia a soggetti di carattere istituzionale sia ad operatori legati a strutture ricettive. Gli argomenti affrontati hanno interessato due principali tematiche: la prima parte ha cercato di analizzare il **ruolo del Parco Nazionale** all'interno del settore turistico e la seconda ha effettuato uno studio di fattibilità relativo ad un **Marchio di qualità dell'area protetta**.

La decisione di effettuare, anziché un questionario, un'intervista, che nella stragrande maggioranza dei casi è stata diretta e soltanto in poche occasioni è stata realizzata tramite e-mail, è avvenuta sulla base di alcune valutazioni:

- l'intervista, attraverso il contatto con il rispondente, permette un maggior approfondimento delle percezioni e delle opinioni di quest'ultimo
- in numerosi casi, grazie alla disponibilità dell'intervistato, è stato possibile sia raccogliere utili informazioni sulle caratteristiche delle attività ricettive sia formulare ulteriori domande non impostate nello schema predefinito, riportato nel paragrafo successivo, ed attinenti ai due argomenti d'indagine
- l'intervista è, per sua natura, uno strumento facilmente adattabile e modificabile a seconda dei contesti, mentre il questionario tende a seguire uno schema più rigido
- il questionario via telefonica o via e-mail, specialmente se composto da una pluralità di domande, risente del cosiddetto "fastidio statistico" ed è suscettibile di mancate risposte. Al contrario, l'intervista suscita maggior interesse ed i soggetti destinatari percepiscono in modo più tangibile il loro prezioso contributo ai fini del progetto di ricerca.

6.2 – Descrizione del campione d'indagine e struttura delle interviste

La ricerca sul campo è stata effettuata nel periodo tra il 26 Aprile ed il 7 Giugno 2017 ed ha coinvolto sei soggetti istituzionali e quattordici esercizi ricettivi presenti nei Comuni del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna.

L'indagine è avvenuta tramite colloquio in 16 casi su 20, mentre nei restanti 4 è stata svolta via e-mail.

I soggetti istituzionali coinvolti sono stati:

- Luca Santini – Presidente del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna
- Nicolò Caleri – Sindaco del Comune di Pratovecchio Stia, sede del Parco
- Daniele Valbonesi – Sindaco del Comune di Santa Sofia, sede della Comunità del Parco
- Sergio Paglialunga – Direttore del Parco
- Carlo Pedrazzoli – servizio pianificazione e gestione delle risorse del Parco
- Andrea Rossi – Coordinatore dell'EcoMuseo del Casentino

Le **strutture ricettive** che sono state oggetto dell'intervista sono:

- versante toscano (AR):

Albergo Falterona – Stia

Agriturismo Lucatello – Pratovecchio

Parc Hotel – Poppi

Camping Camaldoli – Poppi

Rifugio Casanova – Badia Prataglia (Poppi)

Agriturismo La Casetta delle Erbe – Bibbiena

- versante toscano (FI):

Camping Campo all'Oca – Londa

Agriturismo Eremo dei Toschi – San Godenzo

B & B Il Vado – Castagno d'Andrea (San Godenzo)

- versante romagnolo:

Hotel delle Terme Santa Agnese – Bagno di Romagna

Agriturismo B&B Casenuove – Bagno di Romagna

Hotel Granduca – Campigna (Santa Sofia)

Agriturismo Il Poderone – Campigna (Santa Sofia)

Ostello Il Vignale – San Benedetto in Alpe

L'indagine ha permesso di conoscere più a fondo le singole realtà dell'area protetta e di avere testimonianza diretta delle attività a favore della valorizzazione ambientale nonché del legame radicato con il territorio.

Le imprese intervistate corrispondono ad un campione del 4,5% sul totale¹⁰⁷ e sono state selezionate nell'ottica della diversificazione sotto due punti di vista:

- diversificazione territoriale, in quanto il campione comprende 6 strutture ricettive del Casentino, 3 della Val di Sieve e 5 del versante romagnolo, distribuite in differenti Comuni dell'area protetta.

- diversificazione di tipologia, dal momento che i soggetti intervistati sono in rappresentanza di 4 alberghi, 4 agriturismi, 2 Bed&Breakfast e 2 campeggi suddivisi equamente per versante ed infine un ostello ed un rifugio.

L'intervista alle strutture ricettive si articola secondo il seguente schema di base:

Tab.6.1 – Struttura dell'intervista agli esercizi ricettivi del Parco

SEZIONE	DOMANDE
<p style="text-align: center;">Ruolo del Parco Nazionale nel settore turistico</p>	<p>1) Quali sono, a suo parere, i punti di forza ed i limiti del territorio in cui è situata la sua struttura?</p> <p>2) La presenza del Parco Nazionale ha avuto un ruolo determinante sul turismo?</p> <p>3) Che tipo di iniziative si sentirebbe di proporre ai rappresentanti del Parco per rafforzare il settore turistico?</p> <p>4) La sua struttura interagisce con il Parco per aumentare la potenzialità turistica? Sono state instaurate in tal senso delle forme di collaborazione?</p>

¹⁰⁷ Attualmente sono segnalate all'interno del Parco delle Foreste Casentinesi 312 strutture ricettive. Vedi www.parks.it

<p style="text-align: center;">Studio di fattibilità del “Marchio di qualità del Parco”</p>	<p>5) Il lavoro che sto svolgendo prevede uno studio di fattibilità di un Marchio di Qualità del Parco: ritiene che l’istituzione di un Marchio possa essere per le strutture ricettive un elemento in grado di attrarre un maggior numero di turisti?</p> <p>6) L’adeguamento ad un Marchio di Qualità comporta il rispetto di una serie di standard qualitativi: pensa che il Marchio possa essere più un costo o un’opportunità per la sua struttura?</p> <p>7) Quali aspetti dovrebbe mettere in risalto il Marchio per essere elemento di interesse per la clientela?</p> <p>8) Sarebbe disposto ad investire finanziariamente per adeguare la sua struttura alle regole del Marchio?</p>
--	--

Elaborazione propria

Ai titolari di imprese ricettive è stata chiesta, prima di procedere con le domande, una descrizione della loro struttura ed in queste presentazioni è emerso come tanti esercizi, in particolar modo quelli extra-alberghieri, operino sotto numerosi aspetti a favore della sostenibilità e della conoscenza ambientale, a partire dalle pratiche dell’agricoltura biologica fino ad arrivare all’organizzazione di escursioni guidate.

Per quanto riguarda i soggetti istituzionali è importante sottolineare che è stata utilizzata una modalità di formulazione delle domande simile a quella relativa alle imprese, ma a seconda del ruolo e delle specifiche competenze del destinatario i quesiti si sono spostati su determinate direzioni. Con il Presidente del Parco, Luca Santini, è stato approfondito il rapporto tra conservazione degli equilibri naturalistici e promozione del settore turistico, dal momento che durante il suo mandato le iniziative a favore del turismo sostenibile sono state numerose, a partire dall’adesione alla CETS.

Il tema della Carta Europea è stato trattato anche con l’ing. Sergio Paglialonga, direttore dell’area protetta dal 2015, che sta seguendo direttamente le pratiche per ottenere la certificazione della seconda fase, cioè del *turismo sostenibile per imprese turistiche locali*.

La problematica relativa al Marchio è stata analizzata dettagliatamente nell'intervista a Carlo Pedrazzoli, che si è occupato in prima persona del progetto relativo al segno di qualità.

I Sindaci Nicolò Caleri e Daniele Valbonesi, primi cittadini dei Comuni in cui sono situate la sede del Parco (Pratovecchio Stia) e la sede della Comunità del Parco (Santa Sofia) hanno spiegato le principali interrelazioni tra l'Ente e le realtà comunali nell'area protetta.

Infine il coordinatore dell'EcoMuseo Andrea Rossi ha fornito importanti informazioni sulle iniziative intraprese dal CRED in collaborazione con il Parco.

6.3 – Prima sezione dell'intervista: il Parco e il settore turistico nel suo territorio

La prima parte dell'intervista ha cercato di inquadrare il ruolo rivestito dal Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna in relazione al turismo sostenibile, per comprendere se l'istituzione di quest'area protetta abbia effettivamente comportato un afflusso maggiore di visitatori e quindi opportunità di sviluppo per chi opera nel settore e per la comunità locale.

Ai soli soggetti in rappresentanza di esercizi ricettivi è stato chiesto:

- Quali siano a loro parere i punti di forza ed i limiti del territorio in cui è situata la loro struttura.
- Quali iniziative o idee si sentano di proporre al Parco per rendere l'afflusso di visitatori ancor più consistente in prospettiva.

A tutti gli intervistati, invece, sono state poste queste domande:

- Se la presenza del Parco Nazionale sia stata determinante o meno per lo sviluppo del turismo all'interno dei suoi Comuni
- Quali siano attualmente le forme di collaborazione tra Ente Parco, strutture ricettive ed unità amministrative per valorizzare il turismo

La disponibilità degli stakeholders che hanno preso parte alla ricerca ha permesso non solo di ottenere numerose opinioni e proposte, ma anche di disporre di valide spiegazioni e motivazioni alla base di ogni risposta, che

hanno dato modo di elaborare su ciascun punto dell'intervista un'analisi dettagliata dei risultati.

6.3.1 - Il territorio del Parco: punti di forza e limiti

L'intervista ai soggetti che rappresentano le strutture ricettive nell'area protetta inizia con una domanda sulle caratteristiche del territorio, con l'intento di comprendere quali siano gli elementi su cui le aziende puntano maggiormente nella promozione del turismo e quali invece siano gli ostacoli che frenano il settore.

Sulla base delle risposte date, sono stati raggruppati in varie categorie i risultati dell'indagine, distinguendo i rispondenti che esercitano l'attività nei Comuni del versante toscano da quelli che operano nel versante romagnolo.

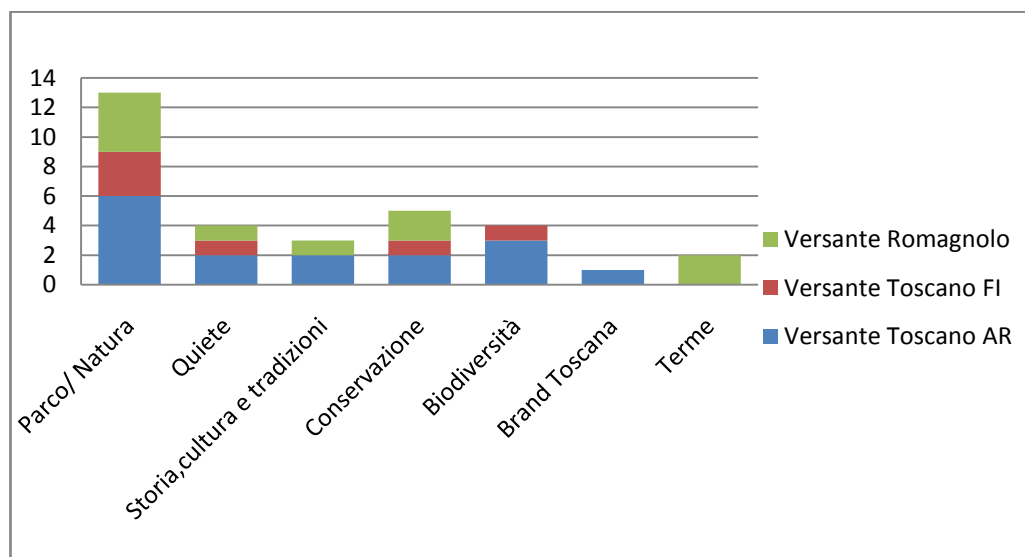
Il primo punto di forza sottolineato in modo pressoché unanime, poiché indicato da 13 soggetti su 14, è la presenza del Parco, che riesce ad attrarre visitatori sia per la bellezza naturalistica che vanta al suo interno sia per il fatto di essere, appunto, un Parco Nazionale.

Sempre legati a quest'aspetto sono la quiete, la ricca biodiversità e l'ottimo stato di conservazione ambientale, che sono stati ribaditi da almeno 4 intervistati, riconoscendo l'impegno continuo dell'Ente e del Corpo Forestale nella tutela degli ecosistemi.

Un altro elemento di vantaggio dell'area protetta che è stato evidenziato è la presenza di un patrimonio storico, architettonico, culturale e di tradizioni testimoniato da Camaldoli, La Verna, i castelli ed i palazzi, dalle pratiche agricole, enogastronomiche, artigianali locali, dal fatto che anche Dante e Dino Campana abbiano scritto versi su alcune aree del Parco.

Tra gli aspetti maggiormente trainanti del turismo sono stati segnalati anche il brand della Toscana, che è in grado di attrarre anche molti visitatori stranieri, e le due strutture di Bagno di Romagna hanno messo in luce che, nel loro Comune, le acque termali sono il maggior fattore d'interesse, sia per motivazioni terapeutiche sia di benessere.

Fig. 6.1 – Punti di forza del territorio secondo gli intervistati nelle strutture ricettive nel Parco



Elaborazione propria

Tra i limiti territoriali, emergono differenze di risposte da versante a versante.

Gli intervistati in Casentino affermano che le principali problematiche sono dettate dalla viabilità, poiché la vallata non è raggiungibile direttamente tramite superstrade o autostrade, ma soltanto attraversando passi di montagna (passo della Calla e dei Mandrioli, valico di Croce ai Mori e della Consuma) oppure percorrendo la strada statale da Arezzo. Un'altra difficoltà è data dalla presenza di animali selvatici come cinghiali e lupi, che di notte danneggiano i raccolti ed i pascoli.

Per quanto riguarda l'area in provincia di Firenze, sono stati sottolineati l'isolamento, che può costituire un pregio poiché fonte di quiete e di immersione con la natura, ma anche un ostacolo per un consistente afflusso di visitatori, ed un difetto di ospitalità collettivo, non dovuto all'ostilità verso i visitatori ma più presumibilmente all'idea generale che il turismo sia fisiologicamente un settore poco compatibile con la realtà locale. Negli anni più recenti, in ogni caso, questa tendenza si è affievolita e anche le comunità della zona sperano che il turismo possa divenire un vero e proprio motore di sviluppo.

Nei Comuni della Romagna, ed in misura minore anche in Toscana, è stato segnalato come limite anche la presenza dei vincoli di conservazione del Parco, che pongono a volte freni all'iniziativa imprenditoriale.

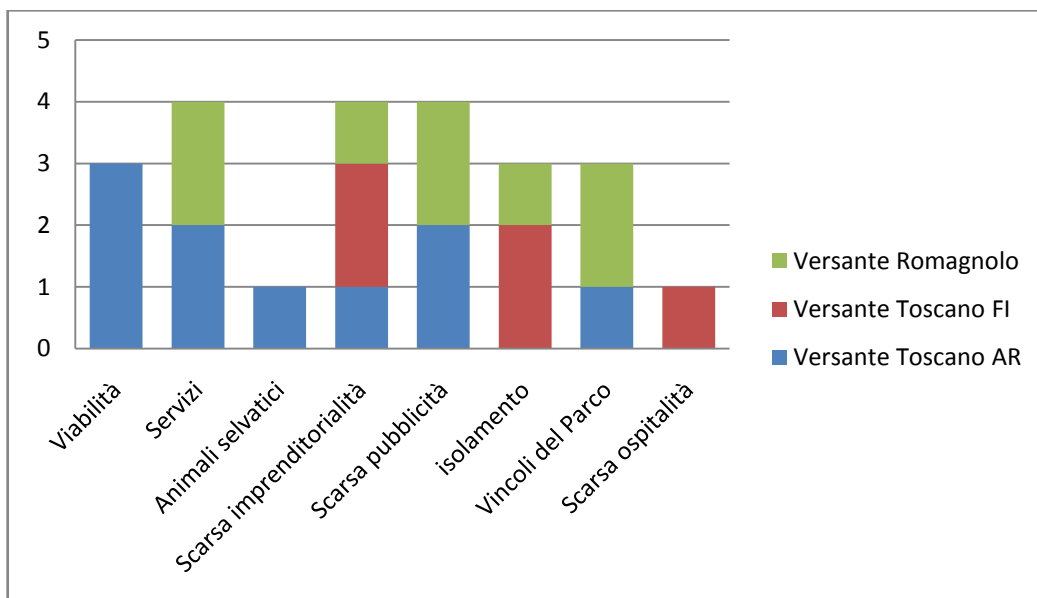
Le criticità più diffuse che sono state messe in evidenza dagli intervistati in entrambi i versanti sono:

- La carenza di servizi, tra cui quelli di trasporto (come ad esempio i pullman) e la manutenzione delle strade, in particolare la E45 che passa da Bagno di Romagna.

- La pubblicizzazione insufficiente del Parco Nazionale, delle sue peculiarità, delle iniziative al suo interno ed in generale del suo valore: come sarà analizzato successivamente, la proposta di diffondere una maggiore conoscenza dell'area protetta sarà uno dei principali suggerimenti forniti all'Ente.

- L'imprenditorialità non sempre attiva e pronta a cogliere le opportunità che offre il mercato.

Fig. 6.2 – Limiti del territorio secondo gli intervistati nelle strutture ricettive del Parco



Elaborazione propria

6.3.2 – Il ruolo del Parco nello sviluppo turistico

L'indagine sull'importanza che ha avuto il Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna nello sviluppo del turismo all'interno dei suoi Comuni ha mostrato che, dal momento in cui l'area protetta è venuta alla luce, il settore ha assunto un peso crescente all'interno dei suoi Comuni, evidenza che è stata confermata anche in sede d'intervista.

I soggetti istituzionali concordano sul fatto che il Parco abbia vissuto varie fasi: nel momento della sua istituzione, i primi obiettivi perseguiti furono quelli della *“conservazione e tutela della natura e della biodiversità”*¹⁰⁸, previsti dalla legge 394/1991.

L'altro aspetto regolato dalla legge quadro, cioè lo sviluppo socioeconomico e socioculturale dei residenti, è stato avviato successivamente, ed il Presidente Luca Santini spiega che fin dalla sua precedente nomina a Commissario del Parco si è adoperato, stipulando appositi accordi con l'Agenzia Toscana Promozione e l'APT Emilia Romagna, a favore dell'incremento del turismo sostenibile nell'area protetta, ed il recente riconoscimento della CETS ne è una dimostrazione tangibile. Il Direttore dell'Ente ribadisce che il turismo è uno dei *“settori trainanti e compatibili all'interno del territorio del Parco”*, e proprio la compatibilità ambientale permette di avviare politiche a favore dell'incremento del turismo, pur nel rispetto della biodiversità e degli ecosistemi. Nel corso della sua intervista conferma, tra l'altro, che gli 11 Comuni non hanno tutti lo stesso livello di afflusso di visitatori: mentre il Casentino e Bagno di Romagna sono in una fase ben avviata, le altre località della Romagna e soprattutto quelle della Val di Sieve avranno bisogno in futuro di incrementare la loro offerta ricettiva per trarre maggiori benefici dalla presenza del Parco Nazionale.

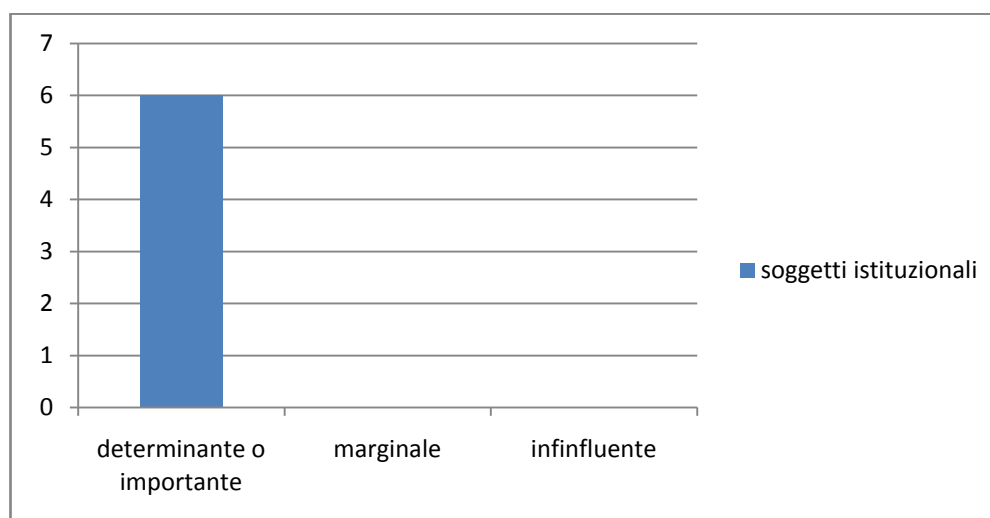
Carlo Pedrazzoli, che fa parte del servizio promozione del Parco e si occupa di *“interventi legati alla valorizzazione turistica”*, dichiara di aver verificato un *“trend molto positivo di aumento di presenze all'interno del Parco legato ad obiettivi ben particolari: c'è chi viene nel Parco per*

¹⁰⁸ Estratto dall'intervista al Presidente del Parco Nazionale.

andare a camminare e quindi è interessato all'escursionismo, chi va in bicicletta, c'è un forte richiamo del turismo religioso per la presenza di Camaldoli, la Verna, San Benedetto in Alpe.(...) Si sta creando un turismo di tipo ambientale o ambientalistico, che è sempre più in crescendo". L'aumento delle presenze ed in particolare del turismo naturalistico sono stati testimoniati anche dal coordinatore dell'EcoMuseo del Casentino, sulla base dei dati a sua disposizione e che sono stati analizzati nel capitolo precedente.

Anche i Sindaci Daniele Valbonesi e Nicolò Caleri hanno ripercorso nell'intervista la storia del Parco, affermando che il suo ruolo nel settore turistico è stato importante, soprattutto nel momento in cui è diventato un obiettivo primario da perseguire in sinergia con altri organismi e associazioni operanti sul territorio, senza dimenticare il sostegno della comunità locale.

Fig. 6.3 – Ruolo del Parco nel turismo secondo i soggetti istituzionali



Elaborazione propria

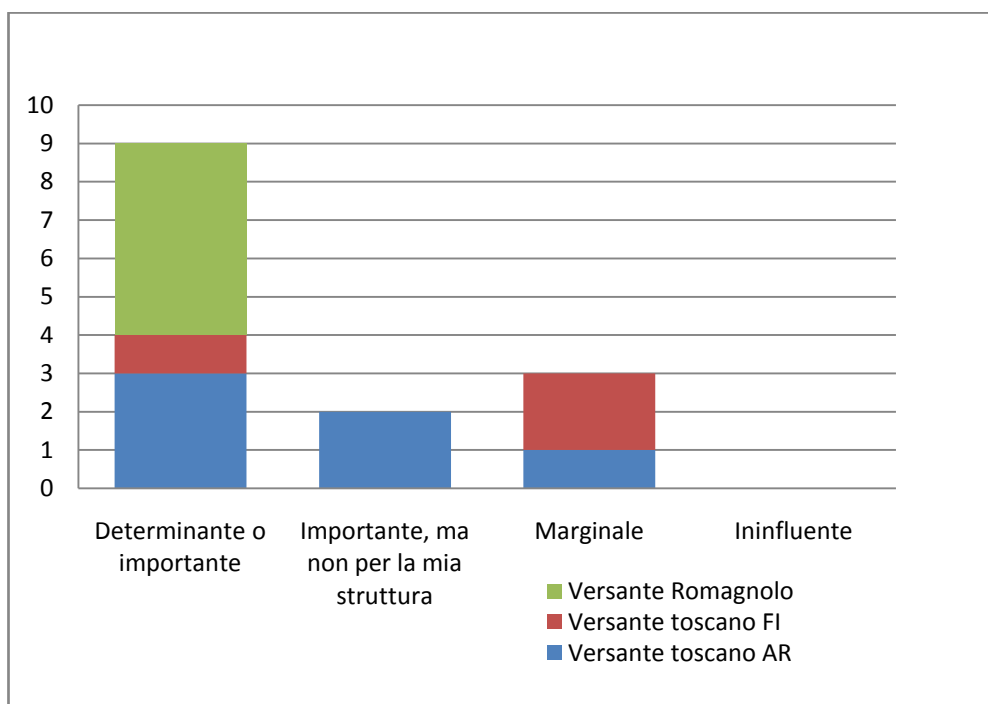
I gestori delle strutture ricettive, nella stragrande maggioranza dei casi ed all'unanimità nel versante romagnolo, hanno dichiarato che l'istituzione del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna ha avuto un ruolo determinante, o comunque importante, nel settore turistico all'interno del territorio.

Due intervistati in rappresentanza di esercizi alberghieri nella provincia d'Arezzo hanno confermato il contributo positivo dell'area protetta, pur constatando che le loro attività non ne hanno tratto particolare beneficio: infatti i turisti verdi ed in particolare gli ecoturisti tendono a cercare alloggio non in alberghi situati in centri storici o zone urbane, ma in strutture vicine ai confini del Parco, di modo che questo possa essere raggiunto senza dover ricorrere all'uso di un mezzo di trasporto.

Soltanto tre rispondenti hanno ritenuto poco significativo l'impatto del Parco Nazionale: due di essi operano nel fiorentino, dove effettivamente i dati statistici mostrano un'offerta ricettiva non ancora nel pieno dello sviluppo, ed uno in Casentino, adducendo come motivazione della risposta il fatto che il territorio protetto non sia ancora ben noto ai visitatori stranieri, che raggiungono la vallata attratti da altri fattori come l'enogastronomia o i castelli medievali.

Quasi tutti gli intervistati concordano nel dichiarare che il turismo nei loro Comuni possa essere ulteriormente promosso e valorizzato dal Parco: nel paragrafo successivo saranno valutate le proposte suggerite all'Ente e le attuali forme di collaborazione tra strutture ricettive, unità amministrative e Parco per alimentare e rafforzare il settore.

Fig. 6.4 – Ruolo del Parco nel turismo secondo le strutture ricettive



Elaborazione propria

6.3.3 – Il Parco, i Comuni e le strutture ricettive: proposte per lo sviluppo turistico ed attuali collaborazioni

I rappresentanti delle strutture ricettive hanno indicato una serie di suggerimenti rivolti al Parco, nell'intento di contribuire ad un miglioramento del settore turistico all'interno dei Comuni dell'area protetta.

Ben 13 su 14 rispondenti si sono espressi con almeno una proposta, mentre soltanto uno ha dichiarato che le iniziative presenti sono già sufficienti per fruire di un buon afflusso di visitatori.

Il principale punto su cui hanno insistito gli intervistati è quello di incrementare la pubblicità (aspetto su cui si sono soffermati in 7 su 14), poiché a loro parere il Parco Nazionale non è adeguatamente conosciuto, soprattutto al di fuori delle regioni in cui si estende.

I titolari delle imprese hanno affermato che alcuni loro clienti hanno scoperto di trovarsi dentro un'area protetta soltanto durante il soggiorno, ma che poi hanno deciso di tornare nelle strutture ricettive anche negli anni seguenti, poiché affascinati dalla bellezza delle foreste di cui inizialmente ignoravano l'esistenza.

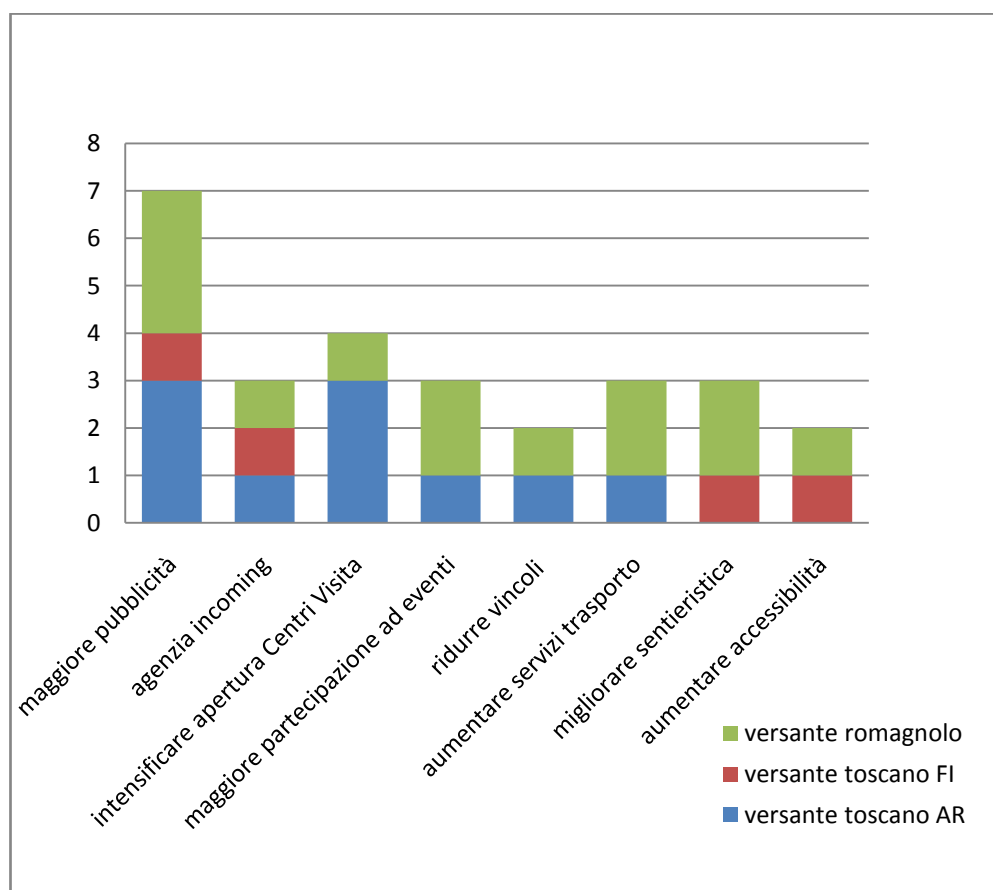
Un altro aspetto che 4 soggetti hanno ribadito è l'esigenza di estendere gli orari ed i giorni di apertura dei Centri Visita e dei Punti Informativi: questi uffici hanno la funzione fondamentale di diffondere nei villeggianti la conoscenza del Parco e di fornire loro suggerimenti e materiale necessario per rendere la loro esperienza di viaggio più completa e consapevole. Soprattutto, è stato richiesto che i Centri Visita siano attivi durante le festività, in cui i visitatori tendono ad essere più numerosi.

In entrambi i versanti sono emersi i suggerimenti di aprire un'agenzia di incoming che possa progettare pacchetti turistici appositi per promuovere la conoscenza dell'area protetta e di introdurre nuovi servizi di trasporto. Tra questi ultimi è stato proposto ad esempio l'utilizzo di un pullman a chiamata che possa essere impiegato al bisogno dai gruppi organizzati o dagli escursionisti in generale.

Nell'area del fiorentino e nel versante romagnolo è stato caldeggiato anche un miglioramento della sentieristica, che invece ha trovato ampio apprezzamento dal lato casentinese.

Infine, le ultime due proposte rivolte al Parco sono state quella di partecipare in modo sempre più attivo ad eventi come fiere, ad esempio attraverso uno stand apposito che veda la presenza di personale disponibile a dare informazioni sull'area protetta, e la riduzione dei vincoli di conservazione, che a detta di alcuni intervistati limitano l'iniziativa imprenditoriale.

Fig. 6.5 – Proposte per il Parco da parte degli intervistati



Elaborazione propria

E' importante segnalare che l'Ente Parco è in stretto contatto con tutte le realtà comunali dell'area protetta nella promozione di eventi per favorire il turismo locale: come è stato sottolineato dal Presidente *“la Comunità del Parco, che è formata dagli 11 Comuni del Parco Nazionale e che ha un ruolo semplicemente consultivo, è stata tenuta sempre più in*

considerazione anche per quanto riguarda la socializzazione stessa delle scelte. Nel percorso di valorizzazione turistica del territorio avviato con la certificazione CETS naturalmente i Sindaci sono stati i primi a sposare questo progetto e a sostenerlo fortemente proprio perché hanno visto nel turismo l'unica possibilità di sviluppo per i loro territori.

A questo proposito, il sindaco di Pratovecchio Stia ricorda, tra le varie collaborazioni, la messa in atto della manifestazione “Vivere Bio”, “nata per promuovere tutto il mondo del biologico, in particolar modo legato al nostro territorio”, ed il progetto delle Officine Capodarno, un laboratorio di “sviluppo di imprenditoria montana” che sarà realizzato presumibilmente entro il prossimo Settembre ed avrà sede nella ex scuola elementare di Stia.

Un'altra iniziativa degna di nota è la “Banca della Memoria”, un progetto gestito dal CRED a partire dagli anni '90¹⁰⁹, finalizzato alla raccolta e alla conservazione delle tradizioni e della memoria orale ed immateriale, a cui il Parco ha collaborato.

Passando alle strutture ricettive, gli intervistati evidenziano di essere in collegamento con l'Ente Parco, che negli anni ha organizzato spesso una serie di incontri con le imprese locali per promuovere il settore turistico sul territorio. I progetti che sono nati dalla collaborazione tra il Parco e le aziende sono stati numerosi:

- Buona parte dei rispondenti (Albergo Falterona, Agriturismo Lucatello, Hotel Terme di Sant'Agnese, Rifugio Casanova) dichiara che la loro struttura ha instaurato rapporti con il Parco all'interno della CETS.

- L'albergo Falterona, insieme all'omonimo ristorante, organizza degustazioni con i prodotti tipici del territorio.

- L'hotel Terme di Sant'Agnese ha collaborato alla manifestazione “Fall Foliage” tenutasi nell'autunno 2016 a Bagno di Romagna

- Il Rifugio Casanova ha dato vita al “un Parco per tutte le età”, che è attualmente alla terza edizione. L'iniziativa è rivolta alle scuole ed alle

¹⁰⁹ www.bancadellamemoria.casentino.toscana.it

associazioni culturali: sono proposti dei pacchetti a carattere didattico e di divulgazione e chi aderisce ha un abbattimento della spesa, nel senso che il Parco contribuisce finanziariamente mettendo a disposizione le guide in modo gratuito.

I soggetti intervistati concordano nel riconoscere l'effettivo impegno che il Parco ha mostrato negli ultimi anni a favore del turismo, anche se buona parte di essi afferma che non sempre i risultati auspicati in sede di riunioni con le imprese sono stati all'altezza delle aspettative.

In ogni caso, gli esercizi ricettivi si dichiarano disponibili a collaborare con l'Ente anche in futuro per rendere ancora più consistente l'affluenza turistica nei loro Comuni.

Le principali caratteristiche del turismo all'interno del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi sono riassumibili attraverso un'analisi SWOT costruita sul modello presentato nella pubblicazione di Romano S. e Luongo V. [2003], *La valutazione del potenziale turistico del Parco Nazionale del Pollino*, esaminata nel capitolo 2.

Tab. 6.2 – analisi SWOT del settore turistico all'interno del territorio del Parco

<p>Punti di forza</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Patrimonio ambientale dal valore straordinario - Ottimo stato di conservazione della natura - Quietudine ed assenza del turismo di massa - Enogastronomia tipica di elevata qualità - Differenti tipologie di turismo: culturale (borghi antichi e castelli), religioso (Camaldoli, La Verna), termale (Bagno di Romagna), naturalistico (Parco in generale) - Offerta extra-alberghiera in costante miglioramento - Iniziative ed eventi promossi dall'Ente Parco
<p>Punti di debolezza</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Isolamento dai grandi centri - Viabilità problematica ed assenza di collegamento autostradale diretto - Esistenza del Parco non sempre adeguatamente nota e pubblicizzata - Clima rigido nella stagione invernale - Offerta alberghiera carente - Disparità dell'offerta ricettiva tra Comuni - Stagionalità del turismo

<p style="text-align: center;">Opportunità</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ulteriore crescita dell'offerta ricettiva - Aumento dell'occupazione legata al turismo - Incremento dei servizi di utilità pubblica - Creazione di un'agenzia di incoming che promuova il Parco con appositi pacchetti turistici - Nuove e più frequenti collaborazioni tra imprese e Parco a livello turistico - Maggiore pubblicizzazione del Parco, soprattutto online - Sinergie tra settore ricettivo ed agroalimentare
<p style="text-align: center;">Minacce – Rischi</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Possibili investimenti sul turismo non efficaci a causa della fisiologia del territorio (in particolare isolamento e viabilità) - Insufficiente iniziativa imprenditoriale da parte degli stakeholders operanti nel turismo - Difficoltà di instaurare politiche di sviluppo locale uniformi nel territorio - Possibili danni agli ecosistemi e perdita di biodiversità in caso di aumento consistente del turismo - Rischio di perdita della cultura e delle tradizioni locali

Elaborazione propria

6.4 – Il Marchio del Parco

La seconda parte delle interviste ha trattato il tema legato allo studio di fattibilità di un Marchio di qualità del Parco rilasciato dall'Ente alle strutture ricettive: com'è già stato visto nel Capitolo 3, questa tipologia di emblema può essere un elemento di differenziazione per l'area protetta e per le imprese che ottengono il riconoscimento ed inoltre può essere utilizzato per promuovere un turismo responsabile, attento agli ecosistemi ed al rispetto dell'ambiente.

Il progetto Marchio non costituisce una novità assoluta per il Parco delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna, a tal punto che tra il 2011 ed il 2013 erano state definite le pratiche per introdurlo, anche se il processo ha subito una battuta d'arresto e, di fatto, non è mai stato attuato.

La trattazione del segno di qualità è suddivisa in due parti. La prima esamina la storia del Marchio del Parco, a partire dal primo emblema "esercizi consigliati" che è rimasto in vigore nei primi anni 2000 e poi è caduto in disuso. A questo proposito sarà descritto il regolamento del

Marchio del 2013¹¹⁰, per comprendere le sue caratteristiche e le modalità di funzionamento. La seconda parte analizza le risposte fornite dagli intervistati: un generale interesse ed un'opinione favorevole sull'utilità di questo strumento costituirebbero una motivazione ulteriore per riprendere il progetto e portarlo a termine.

6.4.1 – La storia del Marchio del Parco: da “Esercizio consigliato” al Corso Workshop del 2011

Il Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi ha mostrato fin dagli inizi della sua attività l'intento di avvalersi del Marchio non soltanto come fattore distintivo ma come strumento per promuovere il turismo sostenibile.

Il segno che fu scelto, ed approvato definitivamente nell'Ottobre 2000, faceva parte del progetto “Esercizio consigliato dal Parco”, predisposto secondo i dettami di Agenda 21 e che vide il coinvolgimento anche di altre aree protette come il Parco del Beigua¹¹¹ ed il Parco delle Alpi Apuane¹¹².

Dal punto di vista grafico, fu utilizzata la medesima dicitura “esercizio consigliato” posta al di sotto del logo ufficiale del Parco, costituito da una foglia di rovere ispirata ai dipinti di Kandinskij e tagliata a metà da uno spacco verticale per simboleggiare i due versanti: la parte sinistra è di colore bianco mentre l'altra è verde.

Fig. 6.6 – Logo *esercizio consigliato* del Parco



Fonte: www.parks.it

¹¹⁰ Vedi Appendice p. 262.

¹¹¹ Naviglio 2011, p.83.

¹¹² www.parks.it/parco.alpi.apuane/sog_ecoregole.php?id=51&id_lingua=it

Il primo Marchio istituito dall'Ente Parco presentava le caratteristiche, le procedure di concessione ed i requisiti seguenti:

Tab. 6.3 – Caratteristiche Marchio “Esercizio consigliato” del Parco

Anno istituzione	Disciplinare ecologico, approvato definitivamente nell'ottobre 2000, per il progetto “esercizio consigliato dal Parco”. Composto da 10 articoli, 13 schede di impegni delle strutture e 1 scheda di impegni del Parco
Tipologia di attività cui è destinato	Strutture turistico-ricettive: alberghi, case per ferie, agriturismi, campeggi, ostelli, rifugi
N° adesioni	24 adesioni, distinte in: alberghi, agriturismi, appartamenti, affittacamere, campeggi, ostelli, rifugi.
Requisiti	I requisiti ambientali che devono essere soddisfatti obbligatoriamente dagli aderenti al progetto entro i tempi e secondo i modi previsti, riguardano: <ul style="list-style-type: none"> - Riduzione dei recipienti a perdere per bevande - Eliminazione delle posate e dei piatti monouso - Risparmio delle risorse energetiche - Misure per il risparmio dell'acqua - Educazione all'uso delle risorse - Sensibilizzazione alla raccolta differenziata - Divieto di fumo nei locali da pranzo - Promozione della cucina tipica - Promozione della fruizione del territorio - Promozione delle iniziative del Parco - Disponibilità a fornire questionari ai clienti - Formazione professionale
Titolo oneroso o gratuito	Gratuito
Procedure di concessione	La partecipazione è volontaria, il titolare della struttura stipula una convenzione con l'ente parco ed accetta, così, di sottoporsi ai controlli previsti. La concessione ha durata annuale; al termine di questo periodo gli esercizi a seguito dell'esito positivo dei controlli possono rinnovare, su base volontaria, la partecipazione al progetto. In sede di proposta di rinnovo dell'adesione, l'Ente Parco può modificare i requisiti ambientali richiesti.

Controlli	Il Parco nomina personale indipendente e qualificato, addetto ai controlli, con specifica preparazione in materia. Il primo controllo si basa sulla verifica dei dati oggettivi relativi all'elenco dei requisiti ambientali da rispettare, la verifica è seguita dalla redazione del verbale di verifica da consegnare all'ente i cui esiti sono comunicati all'azienda. Al momento i controlli non sono attivi.
-----------	---

Fonte: Cannas, Solinas 2004, p.119 - Elaborazione propria

Dall'analisi di Cannas e Solinas [2004] è possibile evidenziare alcuni aspetti principali del segno:

- Il Marchio era destinato esclusivamente a strutture ricettive di differente tipologia ed era in ogni caso a titolo gratuito
- Era presente un “disciplinare ecologico”, che attestava l’obiettivo di sostenibilità, perseguibile da parte delle strutture tramite il rispetto di requisiti ambientali (risparmio energetico, uso sostenibile delle risorse, ecc.) e la diffusione della conoscenza del territorio.
- La concessione dell’emblema aveva una durata di un anno, rinnovabile.
- I controlli previsti, che dovevano essere svolti da personale qualificato scelto dal Parco, non sono mai stati attuati: questa è stata, presumibilmente, la più importante criticità del segno “esercizi consigliati”.

Il progetto del primo emblema, pur non essendo stato mai ufficialmente abrogato, è caduto in disuso tra il 2005 e il 2010, ma il Parco ha ben presto ricominciato ad avviare provvedimenti per istituire un nuovo Marchio come *strumento di identità e di valorizzazione dei comportamenti rispettosi dell’ambiente da utilizzare quale valore aggiunto per le attività – produttive e non – che si sviluppano nel Parco stesso*¹¹³. Già tra il 2008 ed il 2009 l’Ente ha prima approvato un protocollo d’intesa con il Centro Universitario di Bertinoro (CEUB) per la “promozione, organizzazione e gestione di iniziative formative”, a cui successivamente è stato affidato l’incarico di sviluppare il servizio di organizzazione delle attività connesse allo sviluppo del Marchio del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi.

¹¹³ Fonte: deliberazione CD del Parco Foreste Casentinesi n. 4 del 15.01.2013.

Il risultato di questa collaborazione ha portato alla realizzazione di un corso/Workshop sui Marchi di qualità nelle aree protette, tenutosi a Santa Sofia il 5 ed il 6 Maggio 2011, che ha visto la partecipazione di esperti, tecnici e rappresentanti di enti di gestione di Parchi, che si sono confrontati sulle principali tematiche relative all'argomento.

La delibera n.18 del 14 giugno 2011 riassume le principali conclusioni che sono state tratte a seguito dei due giorni del Corso e riportate nel documento finale *“Per una gestione coerente ed efficace del Marchio del Parco nell'intero sistema delle aree protette italiane”*:

1. Il Marchio del Parco va gestito dagli Enti Parco attraverso l'elaborazione di regolamenti d'uso e di definizione di specifiche tecniche secondo una logica di processo.
2. A garanzia di trasparenza e per creare fiducia nei consumatori, sarebbe utile ed estremamente auspicabile che l'intero sistema delle aree protette italiane gestisse il Marchio del Parco con un approccio metodologico omogeneo e coerente e disponesse di modelli di riferimento comuni per la stesura dei regolamenti d'uso e per le modalità con cui definire, con le parti interessate, i requisiti da rispettare per ogni categoria economica e tipologia di attività.
3. La concessione del Marchio del Parco è solo uno dei mezzi a disposizione dell'ente gestore per valorizzare i processi produttivi locali e creare una identità tra coloro che offrono servizi e prodotti rispettando l'ambiente, ma oggi si configura come quello di più immediata opportunità d'uso e prioritariamente atteso dalle collettività locali.
4. Il Marchio del Parco non si identifica né si sovrappone con i marchi di qualità stabiliti da normative comunitarie o nazionali. Trattandosi di un “Marchio del Parco”, qualsiasi Parco d'Europa può sviluppare lo stesso percorso e la denominazione geografica, trattandosi della denominazione del soggetto gestore che concede l'uso del proprio nome, è assolutamente secondaria nell'identificare il prodotto finale.

5. Il Marchio del Parco viene concesso per salvaguardare esigenze peculiari delle aree protette che non sono coperte, o lo sono solo in parte, da tutti gli altri marchi studiati per prodotti o servizi erogati in qualsiasi realtà territoriale.
6. L'utilizzo del marchio deve tendere a promuovere le attività operative di conservazione e valorizzazione ambientale da parte degli operatori economici. I criteri di concessione del Marchio, quindi, dovrebbero far riferimento ai processi produttivi e relative filiere e non alle caratteristiche dei prodotti finali.
7. La gestione del Marchio dovrebbe essere inserita all'interno di un percorso strategico finalizzato al miglioramento continuo sia della qualità ambientale sia delle prestazioni ambientali (delle interazioni con l'ambiente delle attività) di coloro che operano nel territorio protetto.
8. La comunicazione corretta del contenuto del Marchio del Parco (dei valori rappresentati) è un fattore fondamentale di trasparenza, ma anche di formazione ed educazione ambientale. Ciò è ancor più rilevante qualora il Marchio sia apposto su un prodotto.
9. La condivisione dei requisiti dei disciplinari d'uso del Marchio con i soggetti interessati è fondamentale sia per favorire la creazione di rete tra operatori e soggetti pubblici, sia per valorizzare il ruolo del Marchio quale mezzo di informazione, formazione e coinvolgimento.
10. Il Marchio del Parco, visto il suo ruolo educativo e sociale, serve per sostenere e promuovere uno sviluppo economico locale compatibile con la tutela ambientale e quindi non può essere considerato semplicemente un mezzo di autofinanziamento dell'ente gestore.

In particolare, è emersa l'esigenza collettiva di definire un sistema uniforme nazionale di segno del Parco, di modo che possa essere creata una vera e propria *rete di parchi italiani* capace di stabilire politiche comuni e prive di quelle disparità che hanno contraddistinto l'uso di questo segno e ne

hanno limitato l'efficacia. Un altro punto cruciale su cui i partecipanti hanno convenuto è il fatto che l'emblema dell'area protetta, oltre ad essere un valido strumento ai fini della tutela degli ecosistemi, non ha problemi di sovrapposizione con le tipologie di Marchio di qualità comunitarie o nazionali, che al contrario possono operare in sinergia a favore di un miglioramento continuo della qualità ambientale.

Sulla base degli esiti del Corso/Workshop del 2011, il Parco ha successivamente definito e approvato un regolamento per la concessione del suo Marchio, che è stato redatto con la collaborazione del Centro Universitario di Bertinoro, avvalendosi della professionalità della dottoressa Lucia Naviglio.

6.4.2 – Il regolamento del Marchio del Parco

Il Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna ha approvato con la delibera del Consiglio Direttivo n.4 del 15 Gennaio 2013 il regolamento¹¹⁴ del proprio Marchio collettivo, che, com'è riportato nel documento, doveva essere concesso ai *“produttori/erogatori di servizi nella loro qualità di soggetti che si adoperano, in linea con i fini istitutivi del Parco, per il miglioramento della qualità dell'ambiente e portano un contributo alla valorizzazione del territorio”*.

Pertanto, il segno si configura come “di sistema”, in quanto prevede il miglioramento continuo delle performance ambientali da parte dei beneficiari ed ha lo scopo di favorire la conoscenza delle peculiarità locali, promuovendo il Parco sia dal punto di vista naturalistico sia diffondendo la cultura, la storia e le attività tradizionali dell'area protetta.

La prima differenza tra il primo emblema “esercizi consigliati” ed il Marchio del Parco del 2013 è costituita dal fatto che quest'ultimo non è rivolto solamente alle strutture ricettive, ma anche ad altri fornitori di servizi o produttori. A tal proposito, è prevista la redazione di differenti Disciplinari a seconda della tipologia di attività, così distinte (art.6):

- *Turismo, con particolare attenzione alla ricettività ed alla ristorazione*

¹¹⁴ Vedi il testo integrale del regolamento riportato in Appendice.

- *Agricoltura*
- *Allevamento*
- *Trasformazione dei prodotti agroalimentari*
- *Artigianato*
- *Filiera del legno*
- *Commercio*
- *Fruizione ambientale (guide escursionistiche ed ambientali, organizzazione di attività educative etc.)*
- *Altri servizi erogati da privati o enti locali.*

Il Marchio era destinato in via prioritaria alle organizzazioni operanti all'interno dell'area protetta, ma il riconoscimento poteva essere ottenuto anche da altre imprese con sede al di fuori dei confini, purché insistenti nei Comuni del Parco, a patto che attraverso le “buone pratiche” contribuissero comunque al miglioramento della qualità ambientale del Parco.

È importante sottolineare che il segno non era catalogabile come “di prodotto” bensì “di processo”, poiché, in base all'articolo 8, “*non viene attribuito in considerazione di qualità specifiche del prodotto o servizio finale, bensì in considerazione dell'impegno dell'organizzazione al miglioramento dei rapporti con l'ambiente nelle fasi di produzione o di erogazione di servizi (processi).*”

Di conseguenza, il Marchio del Parco era associato al nome del produttore o prestatore di servizi a cui era rilasciata la concessione secondo una procedura ben precisa (art.9):

- 1) *Domanda avanzata dal potenziale beneficiario*
- 2) *Elaborazione, da parte dell'interessato, di un piano d'azione finalizzato al miglioramento nel tempo delle proprie prestazioni*
- 3) *Verifica del rispetto dei disciplinari e del possesso dei requisiti di ammissibilità*
- 4) *Concessione del Marchio del Parco e stipula di una Convenzione*
- 5) *Verifiche periodiche del mantenimento dei requisiti*
- 6) *Verifica al termine del periodo di validità della concessione*
- 7) *Riformulazione di un Programma di Azione per il rinnovo all'uso del Marchio del Parco*

8) Rinnovo della concessione e della Convenzione.

L'utilizzo del Marchio del Parco veniva rilasciato per un periodo stabilito, da definirsi nella procedura operativa.

Tuttavia, il segno era rinnovabile sulla base di nuove verifiche sul rispetto dei requisiti previsti e dopo che la Commissione Tecnica, istituita dall'Ente appositamente per occuparsi delle modalità di gestione del Marchio ¹¹⁵, aveva appurato l'effettivo miglioramento della qualità ambientale: a seguito dell'esito positivo delle procedure, il Parco ed il beneficiario erano tenuti a concordare un nuovo programma d'azione.

L'uso del Marchio era generalmente a titolo gratuito, anche se non erano escluse in tal senso eccezioni dovute ai costi di gestione e delle verifiche periodiche da parte della Commissione.

Il regolamento del segno di qualità mostra come questo strumento fosse stato elaborato in modo accurato ed analitico dall'Ente Parco, a tal punto che in sede d'intervista il Presidente ha sottolineato che il progetto Marchio è stato il primo che ha portato avanti nel momento in cui ha assunto la carica che riveste attualmente. In ogni caso l'Ente Parco, dal momento che il Marchio è tanto utile quanto complesso dal punto di vista dell'elaborazione dei disciplinari, delle procedure, dei controlli e delle modalità d'attuazione in generale, necessitava di un supporto esterno, individuato nelle tre Camere di Commercio provinciali.

Tuttavia l'appoggio richiesto non si è realizzato, comportando un rallentamento del progetto, che col tempo è rimasto incompiuto e non è mai stato messo in pratica.

Il Parco, comunque, non ha abbandonato l'idea di ottenere una certificazione ed ha ricevuto il riconoscimento del primo livello della Carta Europea del Turismo Sostenibile, che peraltro, nella seconda fase, può conferire all'area protetta il ruolo di Ente certificatore delle strutture ricettive.

¹¹⁵ Per approfondimenti sulla Commissione Tecnica vedi art.10 del regolamento riportato in Appendice.

Nonostante lo spiraglio aperto dalla CETS, il Presidente Santini dichiara che la presenza di un Marchio del Parco, ancor più se facente parte di un canale nazionale di segni di qualità, potrebbe affiancarsi alla Carta e conferire, in sinergia con quest'ultima, un apprezzabile elemento di differenziazione in ottica di turismo sostenibile.

6.4.3 – Giudizi degli intervistati sul Marchio

La seconda parte dell'intervista ha cercato di verificare l'effettivo interesse che gli stakeholders dell'area protetta ripongono verso il Marchio del Parco delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna.

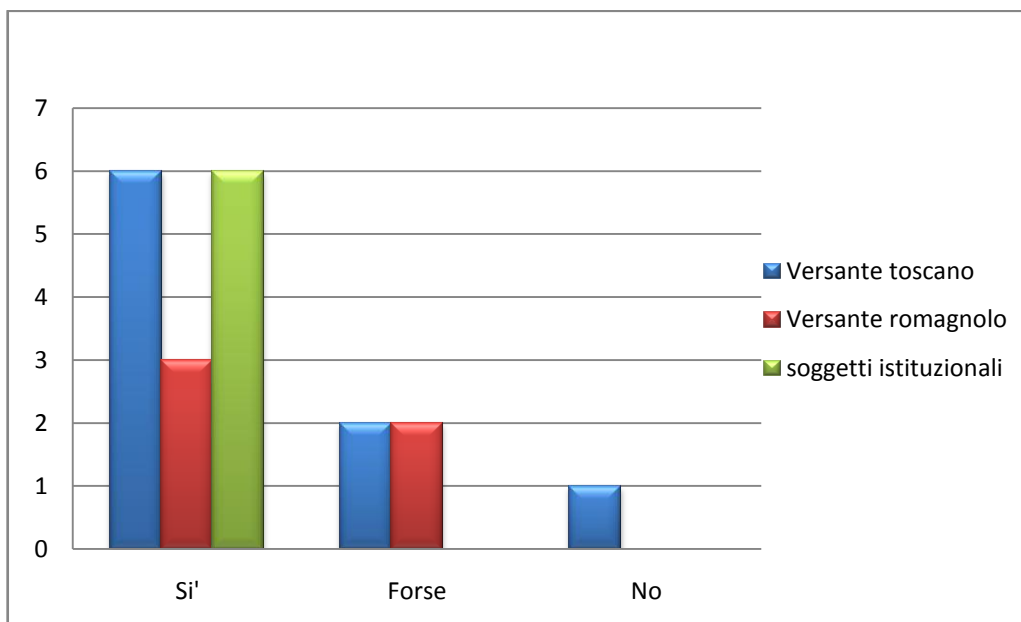
E' stato innanzitutto chiesto ai rispondenti se, secondo il loro punto di vista, il segno sia in grado di conferire maggiore visibilità al settore turistico, e successivamente se ritengano che questo strumento possa costituire più un'opportunità o piuttosto un costo.

Gli intervistati degli esercizi ricettivi, inoltre, sono stati invitati ad esprimere un parere su quali potrebbero essere gli aspetti primari che il Marchio dovrebbe garantire, indicando anche la loro disponibilità o meno ad investire per adeguare la struttura al segno di qualità.

Per quanto riguarda la prima domanda, è evidente che i soggetti istituzionali abbiano un giudizio unanime e positivo nei confronti del Marchio del Parco, sottolineando come questo possa costituire l'elemento a favore di una più consistente pubblicizzazione dell'area protetta. Dello stesso avviso sono più della metà degli stakeholders legati alle imprese (9 su 14), in particolare nel versante toscano, adducendo come motivazioni principali la visibilità acquisita ed il fatto che le strutture, nonché il Parco in generale, possono trarre grande beneficio dall'essere associati ad un indice di qualità.

Quattro intervistati hanno assunto una posizione intermedia, evidenziando che il Marchio, per avere un'efficacia concreta, dev'essere sostenuto da tutti gli enti che gravitano nel Parco, ed alcuni rispondenti hanno dichiarato che la presenza di questi segni è già abbondante ma non sempre è seguita da risultati. Soltanto una struttura ricettiva dichiara di non ritenere utile l'emblema.

Fig. 6.7 – Impatto del Marchio del Parco nel settore turistico secondo gli intervistati



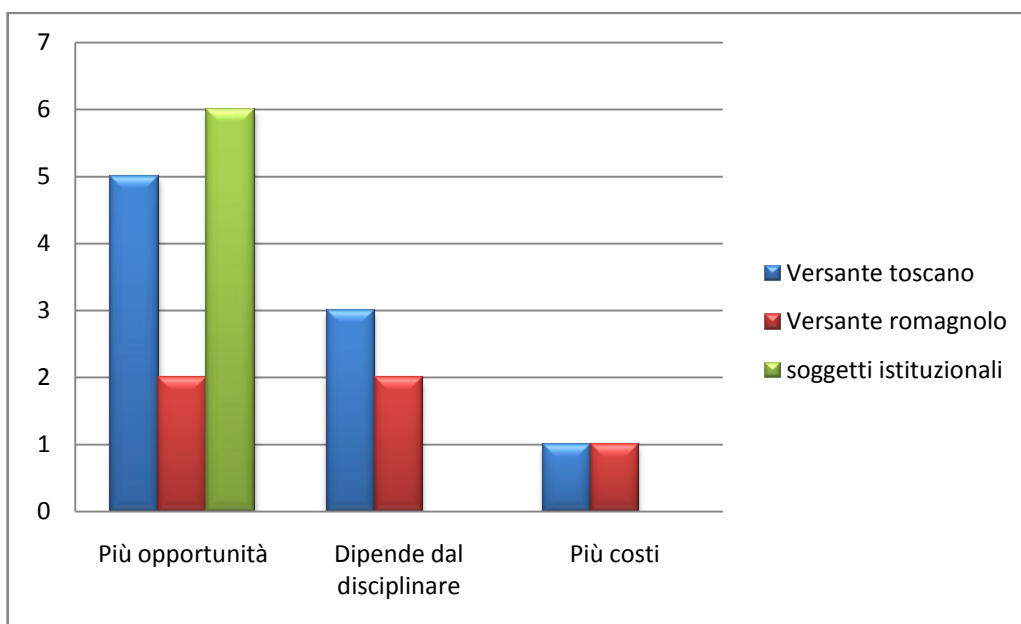
Elaborazione propria

Gli intervistati generalmente ritengono che l'adeguamento al Marchio possa portare più benefici che costi: i soggetti istituzionali, anche in questo caso, concordano nell'affermare che le spese iniziali possano essere ben presto compensate dal ritorno d'immagine derivante dal segno.

Le strutture ricettive si mostrano più interessate nel versante toscano piuttosto che nella realtà romagnola, probabilmente perché, soprattutto nel territorio casentinese, lo sviluppo consistente del settore extra-alberghiero vede come ulteriore fattore di crescita la possibilità di avere un emblema che certifichi il contatto con la natura ed il rispetto degli ecosistemi.

Circa un terzo dei rispondenti ha dichiarato che non è possibile esprimere un'opinione sul Marchio senza prima conoscerne il disciplinare, poiché i costi sono naturalmente connessi ai requisiti ed ai controlli previsti: la maggior parte degli stakeholders sottolinea che le condizioni di adeguamento dovrebbero essere semplici da soddisfare e non eccessivamente onerose, di modo che le strutture più piccole non ne siano escluse e possa trarne vantaggio il maggior numero possibile di imprese locali.

Fig. 6.8 – Bilancio tra costi ed opportunità del Marchio del Parco secondo gli intervistati



Elaborazione propria

Gli intervistati in rappresentanza delle strutture ricettive hanno evidenziato una serie di aspetti che il Marchio dovrebbe mettere in risalto per essere un valido elemento di valorizzazione dell'area protetta:

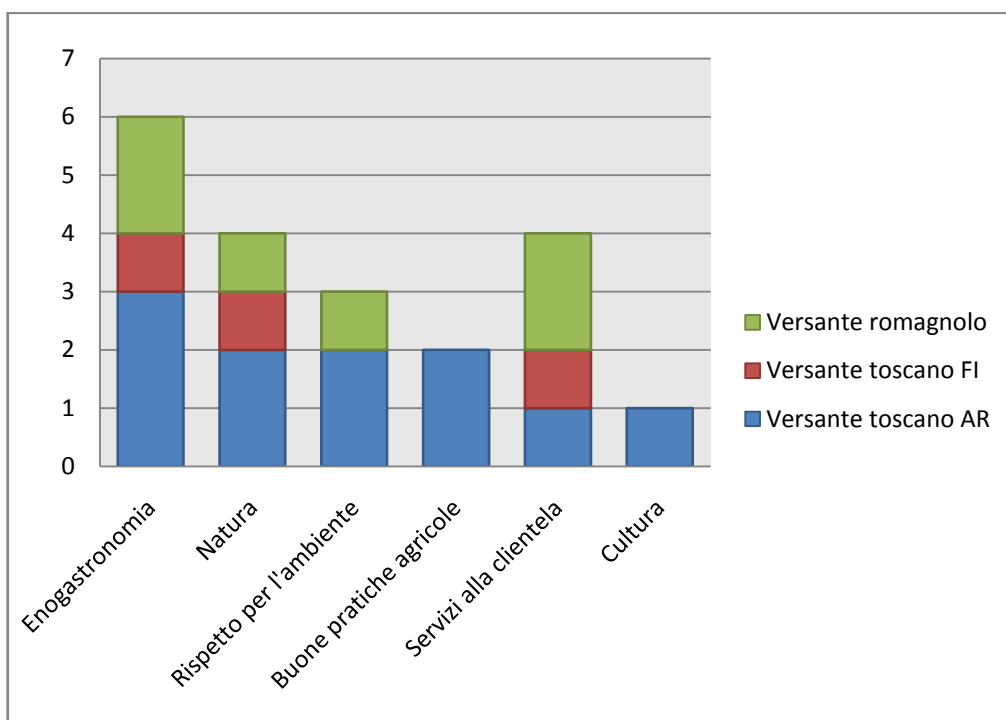
- Ben 6 soggetti su 14 indicano che l'enogastronomia sia un elemento che è in grado di attrarre numerosi visitatori, specie in regioni come la Toscana e l'Emilia Romagna dove l'*ars culinaria* vanta storia e prestigio

- Il patrimonio naturalistico e la conservazione ambientale rivestono importanza centrale per i rispondenti di entrambi i versanti

- Parte dei gestori (4 su 14) afferma che il Marchio dovrebbe essere garanzia di servizi alla clientela come l'accurata manutenzione della sentieristica, un'efficiente reception in cui è prioritaria la conoscenza delle lingue straniere, la raccolta differenziata dei rifiuti.

- Nel versante toscano è stato richiesto un Marchio che premi chi pratica l'agricoltura con metodi eco-compatibili (in particolare agricoltura integrata o biologica) e metta in risalto la cultura e le tradizioni locali.

Fig. 6.9 – Caratteristiche che il Marchio dovrebbe valorizzare (secondo gli stakeholders delle strutture ricettive)

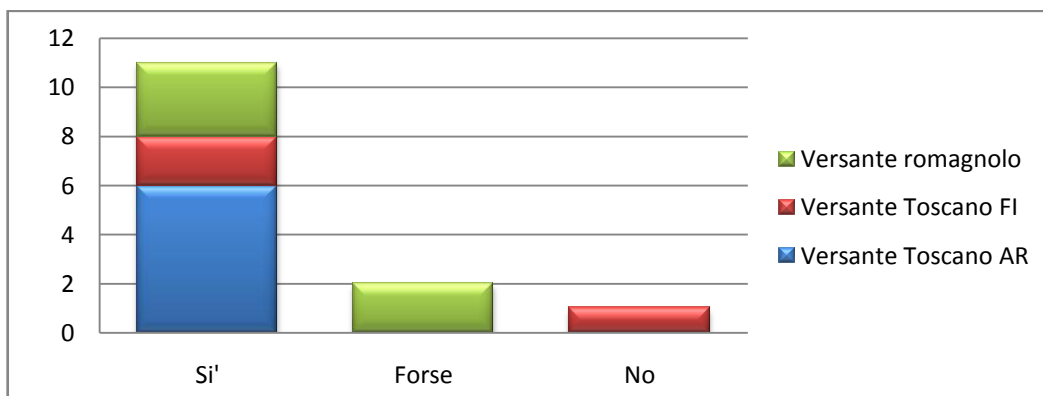


Elaborazione propria

Come ultima domanda, è stato chiesto agli operatori delle strutture ricettive se sarebbero disposti ad investire per adeguare la propria attività al Marchio del Parco.

La risposta è stata affermativa addirittura in 11 casi su 14, mentre 2 soggetti hanno affermato di non poter esprimere un giudizio senza prima consultare l'eventuale disciplinare del segno. Un solo intervistato, invece, si è espresso non intenzionato in nessun caso ad avviare le procedure per la concessione di un Marchio.

Fig. 6.10 – Disponibilità delle strutture ricettive ad investire per il Marchio



Elaborazione propria

Anche per quanto riguarda l'applicazione di un Marchio del Parco nel caso di studio esaminato è possibile stilare un'analisi SWOT:

Tab. 6.4 – Analisi SWOT dell'istituzione del “Marchio del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna”

<p>Punti di forza</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Maggiore visibilità conferita al Parco e ritorno d'immagine positivo poiché associato ai principi della sostenibilità - Elemento di differenziazione per le imprese beneficiarie del Marchio - Strumento in grado di rafforzare il senso di appartenenza collettivo e promuovere le tradizioni locali - Incentivo al miglioramento continuo della qualità dei servizi offerti - Incentivo a pratiche sostenibili e tutela ambientale - Strumento valido non solo per il turismo ma anche per altre tipologie di attività (agricoltura, allevamento, artigianato, enogastronomia ecc.) - Compatibile ed integrabile con la CETS - Concessione d'uso prevalentemente gratuita - Richiesto dalla gran parte dei titolari di strutture ricettive
<p>Punti di debolezza</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Applicazione del Marchio complessa in assenza di un supporto esterno - Costi di adeguamento diversi per ogni impresa - Presenza diffusa e talvolta “inflazionata” di Marchi - Costi di gestione spesso elevati per l'Ente Parco - Assenza di un sistema legislativo uniforme sui Marchi del Parco - Necessità di controlli frequenti alle imprese - Garanzia di qualità di processo, ma non necessariamente di prodotto
<p>Opportunità</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Maggior collegamento tra Parco ed imprese locali - Sulla base dell'esito delle interviste, possibile ampio coinvolgimento delle strutture ricettive - Sinergia tra Marchio del Parco e CETS - Creazione di uno standard nazionale per la concessione del Marchio del Parco, che renderebbe più efficace tale strumento - Promozione, attraverso il Marchio, di corsi di formazione per divulgare agli stakeholders l'importanza della sostenibilità

Minacce – Rischi	<ul style="list-style-type: none"> - Disinteresse delle aziende per cui l'adeguamento al Marchio risulterebbe eccessivamente oneroso - Possibili ostacoli di carattere burocratico - Danno d'immagine per le imprese prive del riconoscimento - Consumatori non sempre capaci di comprendere appieno il significato del Marchio del Parco - Impossibilità di valorizzare totalmente il capitale naturalistico, storico e culturale del territorio - Possibile progressivo abbandono dell'utilizzo del Marchio a causa dell'eccessivo carico di lavoro nei meccanismi di controllo
-------------------------	---

Elaborazione propria

6.5 – Considerazioni finali sulle interviste

Le venti interviste, che sono state rivolte agli stakeholders istituzionali ed ai soggetti operanti nell'ambito della ricettività, hanno fornito importanti indicazioni sulle dinamiche turistiche all'interno dei Comuni del Parco delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna.

E' risultata prevalente, se non plebiscitaria, l'opinione che l'istituzione dell'area protetta sia divenuta col tempo un invitante biglietto da visita per la clientela italiana e straniera, seppur talvolta permanga il dubbio che le splendide località dei due versanti siano tuttora conosciute parzialmente, specie in considerazione dell'inestimabile patrimonio naturalistico che le caratterizza.

A questo proposito, gli intervistati hanno spesso sottolineato come la pubblicizzazione sia un aspetto fondamentale su cui l'Ente Parco debba investire, anche attraverso l'utilizzo di apposite agenzie e una maggiore apertura dei Centri Visita e dei Punti Informativi.

Le bellezze ambientali, conservate meticolosamente a partire dalle foreste incontaminate fino ad arrivare ai centri in cui si è progressivamente verificata nel tempo l'antropizzazione, sono considerate dai rispondenti come il principale punto di forza dell'area protetta: la cornice di biodiversità, storia e cultura è un dono che merita da una parte tutela e dall'altra un'adeguata valorizzazione, di modo che vi si possa sviluppare un

turismo responsabile, attento agli equilibri ecosistemici ed orientato alla scoperta delle tradizioni, del paesaggio e, in generale, del Parco.

Il contrappeso che, secondo i soggetti che hanno preso parte alla ricerca sul campo, frena l'afflusso dei visitatori è costituito principalmente da una viabilità non agevole, unita alla lontananza dai grandi centri urbani e ad un'imprenditorialità che in passato non ha sempre saputo cogliere le opportunità, ma che tuttavia si rivela oggi più attiva e disposta ad innovare e rinnovarsi: ne sono confortanti testimonianze il Casentino ed il Comune di Bagno di Romagna, che negli anni hanno saputo trarre benefici importanti dal settore turistico.

L'intervista si è occupata, principalmente, di raccogliere opinioni sull'introduzione di un "Marchio di qualità del Parco", progetto che l'area protetta ha sempre coltivato con interesse, fino ad elaborare un regolamento nel 2013, che però non è mai stato messo in pratica a causa del mancato supporto esterno di cui l'Ente necessitava.

Il Marchio, tuttavia, resta un argomento non accantonato definitivamente, ma al contrario pronto ad essere ripreso nel caso sussista una nuova opportunità d'attuazione. In questo senso, è da segnalare il generale interesse sia da parte degli stakeholders delle strutture alberghiere e complementari, che nella maggior parte delle interviste hanno dichiarato che un segno potrebbe effettivamente contribuire ad una maggior visibilità del Parco nonché ad una sua differenziazione rispetto ad altre aree protette simili, ed hanno segnalato come i costi effettivi di adeguamento all'emblema possano essere facilmente compensati dai benefici in termini di ritorno d'immagine e di affluenza.

A tal proposito, circa l'80% del campione di operatori del settore ricettivo afferma di essere disponibile ad investire per conformare la sua impresa all'eventuale Marchio di qualità: questo risultato, più di ogni altro, è riprova della prevalente opinione di favore nei confronti di questo strumento, che, sulla base di quanto è stato riscontrato in sede d'intervista, può costituire un valore aggiunto per promuovere il turismo, e soprattutto il turismo sostenibile, all'interno del territorio del Parco delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna.

CONCLUSIONI

L'obiettivo del lavoro di ricerca è stato quello di comprendere se le aree protette potessero essere un elemento a favore del turismo locale, esaminando le modalità e le caratteristiche del settore al loro interno.

Dall'analisi storica dei Parchi è emerso come questi, fin dalle prime esperienze, fossero stati concepiti non soltanto come luoghi da tutelare e preservare ma anche come destinazioni in cui era previsto un afflusso di visitatori spinti dall'interesse per l'eccezionale biodiversità di tali territori.

Tuttavia la conservazione ambientale ed il turismo sono di per sé in antitesi, poiché gli equilibri degli ecosistemi richiedono particolare attenzione e rispetto, dal momento che il patrimonio presente è tanto prezioso quanto fragile: la capacità di carico può non riuscire a contenere un insediamento umano consistente, seppur temporaneo.

Dalla seconda metà del ventesimo secolo ha assunto importanza sempre maggiore l'ecologia e la consapevolezza che l'ambiente debba esser preservato, ma dall'altro lato il progresso economico mostrava nuove ed inattese opportunità, soprattutto nel settore dei servizi. In questo contesto, era necessario trovare un compromesso in grado di assicurare un percorso di sviluppo che, specialmente nelle aree protette, riuscisse a difendere l'integrità della natura. In relazione a tali problematiche viene formulato il concetto di *sviluppo sostenibile*, divenuto ben presto un leitmotiv anche in conferenze internazionali promosse dalle Nazioni Unite. In particolare, nel rapporto Brundtland del 1987, compare la prima definizione condivisa: *lo sviluppo sostenibile è uno sviluppo che soddisfi i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri*, in cui la tutela della biosfera non è espressa in modo esplicito, ma costituisce uno dei temi centrali in chiave attuale e prospettica. Alcuni anni più tardi, John Elkington descrive attraverso la *triple bottom line* le tre componenti dello sviluppo sostenibile: economica, sociale ed ambientale.

Sulla base di questo schema di riferimento è venuto alla luce il termine *turismo sostenibile*, capace di fornire da una parte fonte di reddito e dall'altra una possibilità di coinvolgimento sociale, favorendo l'ingresso sul

mercato di aree marginali e di soggetti dalle prospettive economiche altrimenti limitate, rispettando allo stesso tempo le esigenze e le peculiarità degli ecosistemi.

Questa forma di turismo è, di fatto, il *trade-off* che può permettere alle aree protette di essere un fondamentale elemento di forza per porre in risalto l'attrattività di numerose realtà locali, specie in virtù del fatto che, negli ultimi anni, la ricerca del contatto con la natura è diventata una delle ragioni primarie del viaggio per milioni di visitatori, che col tempo hanno maturato una crescente sensibilità verso i temi ambientali.

Tuttavia, se il *sustainable tourism* è facilmente interpretabile dal punto di vista teorico, non è altrettanto semplice mettere in pratica politiche per attuarlo, com'è spesso complesso analizzarne e verificarne l'efficacia.

A tal proposito, la ricerca bibliografica svolta ha cercato di raccogliere una documentazione più diversificata possibile in modo da inquadrare lo stato dell'arte in materia di turismo all'interno delle aree protette. Le pubblicazioni raccolte, in lingua italiana ed inglese, hanno evidenziato come l'argomento abbia progressivamente assunto rilevanza globale e ciò ha portato all'elaborazione di metodi d'indagine sempre più specifici, ma che in ogni caso presentano il medesimo obiettivo: studiare come gli afflussi turistici possano coesistere in sintonia con la conservazione.

In ognuno degli studi è tangibile la delicatezza del tema, in cui i realistici benefici in termini di valorizzazione territoriale e creazione di lavoro spesso si scontrano con la possibile perdita di biodiversità, l'inquinamento ed il malcontento delle popolazioni autoctone. La presenza di queste criticità comporta una programmazione oculata e sistemica, che non trascuri nessuna delle tre prerogative del turismo sostenibile, poiché la mancanza di una componente comprometterebbe in modo irreversibile il risultato finale di qualsiasi strategia di policy.

Uno strumento interessante che è stato utilizzato da molteplici Parchi nel panorama nazionale ed estero è il Marchio dell'area protetta da assegnare a strutture ricettive che rispondano a determinati requisiti: la sua formulazione può presentare caratteristiche e regolamenti diversi, che ne modificano il funzionamento e l'utilità.

E' stato verificato, attraverso l'analisi di alcuni casi d'applicazione concreti, che il segno, se associato ad un disciplinare di qualità, non solo può essere un valido elemento per valorizzare e differenziare il Parco a cui è connesso, ma può anche costituire un incentivo determinante per indirizzare le imprese verso la sostenibilità, promuovendo l'uso di pratiche ecocompatibili.

In Italia, quasi tutti i Parchi Nazionali risultano possedere, o per lo meno aver tentato di introdurre, un proprio Marchio: alcuni di essi sono stati istituiti a scopo quasi esclusivamente promozionale e non hanno comportato grandi benefici in termini di turismo responsabile, mentre quelli che sono stati accompagnati da regolamenti più dettagliati e forme di controllo rigorose hanno prodotto risultati più significativi. Tuttavia non è tuttora esistente una normativa a livello nazionale che disciplini in maniera uniforme questi emblemi e tale carenza rappresenta una criticità molto limitante.

Tutti gli argomenti trattati nella prima parte della mia indagine sono stati ripresi nel successivo esame del caso di studio, costituito dal Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna.

Quest'area protetta, istituita ufficialmente da circa 25 anni ma la cui storia è ultramillenaria, presenta peculiarità straordinarie sotto molteplici aspetti: dal punto di vista naturalistico l'ambiente, conservato nel tempo con estrema cura, appare un'oasi di biodiversità e varietà ecosistemica, dal momento che i due versanti, toscano e romagnolo, alternano paesaggi collinari, verdi foreste di faggi, castagni ed abeti, aree montane scoscese e rocciose e centri abitati di radicata cultura rurale.

Il Parco vanta all'interno dei suoi confini due centri religiosi di origine medievale, Camaldoli e la Verna, che lo rendono ancora più unico e prezioso. Inoltre gli 11 Comuni che fanno parte dell'area protetta possiedono ulteriori peculiarità, come ad esempio il patrimonio architettonico del Casentino, in cui è diffusa la presenza di borghi antichi e castelli, la cascata dell'Acquacheta nel versante fiorentino e la presenza delle acque termali a Bagno di Romagna: tutte queste componenti, assieme al Parco Nazionale, sono fattori d'interesse in grado di attrarre visitatori di ogni età e provenienza.

A questo proposito, la ricerca sul campo ha avuto innanzitutto l'obiettivo di misurare l'effettiva portata turistica dei Comuni dell'area protetta tramite un'analisi della domanda e dell'offerta ricettiva.

Le analisi, tramite l'utilizzo di serie storiche ed elaborazioni di dati statistici, hanno messo in luce alcune evidenze positive: la prima è sicuramente rappresentata da un aumento di presenze ed arrivi significativo, che testimonia come il settore turistico abbia assunto un peso crescente nei Comuni oggetto d'indagine, e la seconda è la crescita consistente del settore extra-alberghiero, che soprattutto nel versante toscano si presenta diversificato ed adeguato alle richieste degli ecoturisti, tipologia sempre più diffusa di clienti che ripone particolare attenzione verso la sostenibilità ambientale.

Altre indicazioni confortanti sono costituite dai dati dell'EcoMuseo del Casentino e dei Centri Visita e Punti Informativi, che attestano che non è solo il paesaggio naturale ad avere il merito di suscitare curiosità nei villeggianti, ma esiste un profondo interesse verso la storia, le tradizioni, le esperienze e la cultura locale.

Tuttavia sono emerse anche alcune criticità: una su tutte è senz'altro la marcata differenza che ancora intercorre, soprattutto sulla base dei dati raccolti, tra alcune aree del Parco: mentre Bagno di Romagna ed i Comuni casentinesi sono riusciti a trarre importanti benefici dal turismo, ciò non è ancora avvenuto allo stesso modo nell'area della Val di Sieve e nelle località più periferiche del versante romagnolo. In aggiunta a quest'aspetto è stato riscontrato come l'aumento di strutture complementari sia stato affiancato da una diminuzione complessiva di esercizi alberghieri, e soprattutto non si è verificato nel tempo un incremento dei posti letto, che avrebbe garantito una maggior capienza di visitatori, specie nei mesi estivi, in cui il numero di presenze raggiunge l'apice annuale.

Attraverso il solo esame dei dati numerici, sarebbe stato problematico individuare i meriti del Parco Nazionale nell'incremento, non omogeneo ma inconfutabilmente reale, del turismo all'interno del suo territorio: il lavoro di ricerca ha integrato le analisi statistiche con l'utilizzo di interviste dirette a stakeholders istituzionali e gestori di alberghi e strutture complementari, che hanno espresso opinioni riguardo al ruolo

dell'area protetta e relativamente all'eventuale istituzione di un suo Marchio di qualità.

I soggetti che hanno partecipato all'indagine hanno dichiarato in larga parte che il Parco ha avuto un ruolo di primo piano nella valorizzazione locale, poiché la sua presenza costituisce già di per sé fonte d'interesse sia dal punto di vista mediatico sia per le straordinarie ricchezze naturalistiche e culturali che ha la fortuna di possedere. Allo stesso tempo esistono dei limiti, come la perifericità di questi luoghi e la problematica viabilità che li caratterizza, in concomitanza con una pubblicizzazione ritenuta non sempre sufficiente ed adeguata.

Proprio per promuovere nel modo più efficace e polivalente possibile le peculiarità del territorio, l'Ente Parco ha mostrato un impegno crescente a favore della creazione e divulgazione di eventi ed iniziative, spesso con la collaborazione di associazioni ed imprese locali, tra cui lo stesso EcoMuseo ed alcuni esercizi che rientrano nel campione selezionato per la ricerca.

Per quanto riguarda il Marchio, l'area protetta ha mostrato fin dal 2000, in cui fu introdotta la dicitura "*esercizio consigliato*", di credere alla validità di questo strumento, successivamente accantonato a favore di un vero proprio *segno di qualità* destinato a diverse tipologie di imprese, il cui regolamento venne approvato nel 2013 a seguito di un iter ambizioso ed impegnativo. Le problematiche attuative, però, hanno comportato la mancata realizzazione del progetto, che l'Ente non esclude di poter riprendere in futuro. A questo proposito, i pareri degli stakeholders raccolti in sede d'intervista risultano essere prevalentemente favorevoli: un Marchio del Parco potrebbe essere un fattore distintivo per attrarre visitatori e per incentivare il miglioramento continuo dell'offerta turistica.

Gli intervistati hanno affermato che l'emblema, per essere in grado di comportare un apprezzabile ritorno economico, dovrebbe essere associato ad un disciplinare non proibitivo ma accessibile, di modo che le strutture più piccole non ne siano escluse a priori e di conseguenza il riconoscimento sia alla portata del maggior numero possibile di beneficiari.

Al termine del lavoro, è opportuno provare a dare una risposta al quesito di cui questa relazione si occupa, ossia se i Parchi possano essere o meno un motore di sviluppo per il turismo locale.

In virtù di quanto è stato raccolto ed elaborato attraverso le fonti bibliografiche, è innegabile che ogni area protetta possieda un capitale eterogeneo che esercita un richiamo significativo, poiché il patrimonio che questi luoghi racchiudono e custodiscono è straordinario.

Allo stesso tempo, è possibile dare una risposta affermativa alla domanda di ricerca anche se analizzata dall'angolazione opposta: il turismo è un fattore di crescita per l'area protetta, poiché gli introiti economici ne permettono una gestione più accurata e completa.

In ogni caso, affinché l'affluenza di visitatori e la conservazione riescano a coesistere e ad arricchirsi a vicenda, è fondamentale la presenza di una condizione necessaria: il turismo sostenibile.

I preziosi ecosistemi, che necessitano di essere preservati poiché ogni ferita ad essi arrecata sarebbe impossibile da rimarginare, sono anche una fonte di conoscenza e di riscoperta dell'armonia tra uomo e natura, che col tempo si stanno lentamente riavvicinando, attraverso la responsabilità, il senso d'appartenenza ed il rispetto. Qualsiasi strumento, a partire dal Marchio, dovrà essere ricondotto alla tutela, alla conservazione, alla valorizzazione ed al coinvolgimento della comunità locale.

Il Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna sembra aver iniziato un percorso virtuoso, testimoniato dai numeri e soprattutto dai giudizi di chi ha deciso di avviare al suo interno un'attività ricettiva. Tuttavia è ancora evidente come non tutte le località abbiano beneficiato allo stesso modo della presenza dell'area protetta: per questo uno dei suoi principali obiettivi in prospettiva sarà senz'altro quello di ridurre le disparità e promuovere una crescita omogenea su tutto il territorio.

Il Marchio del Parco, se esisteranno i presupposti perché sia reintrodotta, potrà essere un ulteriore elemento a favore del miglioramento della qualità ambientale e ricettiva, in sinergia con il già ottenuto riconoscimento della Carta Europea per il Turismo Sostenibile.

APPENDICE

La presente bozza di regolamento per l'utilizzo del Marchio del Parco è stata approvata dal Consiglio Direttivo del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna con deliberazione n.4 del 15 gennaio 2013.

REGOLAMENTO GENERALE PER L'UTILIZZO DEL "MARCHIO DEL PARCO" NEL PARCO NAZIONALE DELLE FORESTE CASENTINESI, MONTE FALTERONA E CAMPIGNA

Premessa

Il presente regolamento stabilisce le regole per la concessione, il mantenimento e il rinnovo del Marchio del Parco, inteso quale riconoscimento, da parte dell'Ente Parco, del rispetto dei requisiti che verranno stabiliti con appositi disciplinari da parte di operatori economici e di altri soggetti che, con le proprie attività, generano pressioni sull'ambiente.

L'Ente Parco intende stabilire disciplinari per la concessione del Marchio del Parco ad operatori di tutte le attività economiche rilevanti per l'economia locale, a cominciare dalle attività della filiera turistica, di quella agro-silvo-pastorale e di quella artigianale e commerciale.

I disciplinari stabiliscono alcune modalità operative delle attività economiche nei confronti dell'ambiente.

Nel presente contesto per ambiente si intende l'insieme delle risorse naturali, sociali e storico-culturali, materiali e immateriali su cui le attività antropiche possono esercitare pressioni durante i processi di produzione/erogazione dei servizi.

Il presente Regolamento, prevedendo di concedere il Marchio del Parco ai produttori/erogatori di servizi nella loro qualità di soggetti che si adoperano, in linea con i fini istitutivi del Parco, per il miglioramento della qualità dell'ambiente e portano un contributo alla valorizzazione del territorio non interferisce con la normativa della Commissione Europea in tema di marchi di prodotto e di servizi. Il Marchio del Parco, infatti, non si riferisce alle caratteristiche intrinseche e di qualità di prodotti/servizi.

Il Marchio del Parco è un marchio di sistema, nel senso che richiede impegni progressivi nel tempo per migliorare le prestazioni ambientali dei beneficiari.

ART.1

Finalità

L'Ente Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Falterona e Campigna concede l'utilizzo del "Marchio del Parco" al fine di:

- promuovere la tutela e la qualità dell'ambiente attraverso il miglioramento delle prestazioni ambientali dei processi produttivi che vi vengono svolti e, quindi, della riduzione delle pressioni esercitate dalle varie Organizzazioni pubbliche e private sulle risorse ambientali;
- valorizzare e diffondere le conoscenze sulle peculiarità del territorio integrando gli interessi per gli aspetti naturalistici a quelli sociali e storico-culturali, materiali e immateriali;
- rafforzare il tessuto economico e produttivo utilizzando il Marchio del Parco come punto di partenza per la costituzione di una rete tra organizzazioni, economiche e non, tesa a coordinare e integrare le varie filiere produttive e a proporre il territorio come meta turistica di eccellenza;
- integrare tra loro le diverse filiere economiche: turismo, produzione e trasformazione dei prodotti agroalimentari, artigianato, produzione e lavorazione del legno, servizi di educazione ambientale, servizi erogati da enti pubblici ecc.;
- dare riconoscimento e visibilità, nei confronti degli utenti del Parco, ai comportamenti positivi (buone pratiche) messi in atto dalle organizzazioni locali (produttori/erogatori di servizi), tra cui iniziative a tutela dell'ambiente, collaborazioni con l'Ente Parco, realizzazione dei processi produttivi in maniera compatibile con la tutela delle risorse locali, aumento della qualità dei processi (sia ai fini della customer satisfaction sia della qualità ambientale), miglioramento delle prestazioni ambientali;
- integrare tra loro le attività svolte nelle varie aree del Parco, toscane e romagnole, così da creare un'immagine unitaria del territorio e facilitare la definizione di un'offerta turistica complessiva basata sui principi della qualità.

ART. 2

Denominazione del marchio e logo

L'Ente Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Falterona e Campigna è titolare del Marchio del Parco.

Il Marchio del Parco è un marchio collettivo ed è costituito dalla denominazione "Marchio del Parco" a cui viene aggiunta la denominazione "Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Falterona e Campigna" e dal relativo logo descritto in allegato n.1, in linea con la legge 394/91 e l'art. 4 dello Statuto dell'Ente Parco.

L'uso del Marchio del Parco e della relativa denominazione è concesso al soggetto responsabile dell'organizzazione che produce beni o eroga servizi.

Il Marchio può essere differenziato, con colori diversi, in base a criteri che saranno stabiliti dalla Direzione dell'Ente e che siano tesi a valorizzare, in particolare, coloro che operano all'interno dei confini del Parco.

Alla denominazione "Marchio del Parco" possono essere aggiunte scritte esplicative che chiariscano all'utente le motivazioni che sono alla base della concessione del Marchio stesso.

ART. 3

Definizioni

Ai fini del presente Regolamento si intende per:

- a. Ente Parco: Ente di gestione del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna;
- b. Organizzazione: gruppo, società, azienda, impresa, ente o istituzione, ovvero loro parti o combinazioni, associata o meno, pubblica o privata, che abbia una propria struttura funzionale e amministrativa;
- c. Marchio del Parco: è il segno distintivo costituito dall'emblema dell'Ente-Parco e dalla denominazione "Marchio del Parco" – Parco delle Foreste Casentinesi, Falterona e Campigna", identificato come nella domanda di registrazione che verrà avanzata agli Organi competenti e nella allegata dichiarazione di protezione;
- d. Beneficiario: l'organizzazione che abbia ottenuto la concessione d'uso del Marchio del Parco secondo quanto previsto nel presente Regolamento;
- e. Disciplinare: documento in cui sono indicati i requisiti che i Beneficiari del Marchio del Parco devono soddisfare relativamente ai loro processi di produzione di beni e/o fornitura di servizi;
- f. Programma di azione: progetto operativo che contiene i riferimenti necessari a individuare le azioni che il richiedente intende intraprendere, nell'ambito dei Disciplinari, per il raggiungimento di obiettivi di miglioramento continuo in campo ambientale;
- g. Convenzione: il contratto tra Ente-Parco e Beneficiario stipulato al termine della procedura di concessione del Marchio del Parco. In essa sono riportati gli obblighi e i diritti delle parti nell'ambito del rapporto relativo all'uso del Marchio del Parco.

Art. 4

Beneficiari del Marchio

Il Marchio del Parco viene concesso ai titolari di attività produttive/di erogazione di servizi, pubblici e privati, che rispettino il presente regolamento e i requisiti dei disciplinari che sono concordati tra le parti e si riferiscono alle modalità operative delle attività (processi produttivi) che possono avere influenza sulla qualità ambientale del territorio protetto.

Il diritto all'uso del Marchio è acquisito dai beneficiari solo al termine della procedura di concessione di cui all'art.6.

ART.5

Ambito territoriale di pertinenza

Le Organizzazioni che possono essere beneficiarie dell'uso del Marchio del Parco sono prioritariamente quelle che insistono all'interno del territorio protetto.

L'uso del Marchio può essere concesso anche alle Organizzazioni che hanno la sede operativa al di fuori dei confini purché insistano all'interno

dei Comuni del Parco e possano contribuire, attraverso le “buone pratiche”, alla tutela e al miglioramento della qualità ambientale del territorio protetto.

ART. 6

Procedura operativa e Disciplinari

Il presente Regolamento viene reso operativo attraverso una apposita procedura che è definita dalla Direzione dell’Ente ed è soggetta a verifica e revisione periodica al fine di renderla semplice e sempre più efficace.

L’operatività del Marchio del Parco viene completata dai Disciplinari che contengono i requisiti specifici per la concessione del Marchio del Parco ai produttori/erogatori di servizi di specifici settori economici.

I Disciplinari sono stabiliti dalla Direzione del Parco in accordo con il Forum delle parti interessate e sono adottati dal Consiglio Direttivo.

I Disciplinari vengono elaborati in funzione delle priorità espresse dal territorio e riguarderanno, nel tempo, almeno le seguenti tipologie di attività:

- turismo, con particolare riguardo alla ricettività e alla ristorazione
- agricoltura
- allevamento
- trasformazione dei prodotti agroalimentari
- artigianato
- filiera del legno
- commercio
- fruizione ambientale (guide escursionistiche e ambientali, organizzazione di attività educative ecc.)
- altri servizi erogati da privati o da enti locali

ART. 7

Conformità normativa

Il Marchio del Parco può essere concesso unicamente alle Organizzazioni che operino nel rispetto della conformità normativa rispetto alle leggi vigenti.

ART.8

Uso del Marchio

Il Marchio del Parco non può costituire in nessun caso marchio principale, ma deve essere associato al nome del produttore di beni o prestatore di servizi cui si riferisce.

Il Marchio non viene attribuito in considerazione di qualità specifiche del prodotto o servizio finale, bensì in considerazione dell’impegno dell’organizzazione al miglioramento dei rapporti con l’ambiente nelle fasi di produzione o di erogazione di servizi (processi).

E' vietata l'associazione del Marchio del Parco a beni o servizi che non siano prodotti o erogati dall'Organizzazione richiedente.

ART.9 Concessione del Marchio

Le modalità operative della concessione d'uso del Marchio del Parco sono riportate in una apposita procedura operativa che viene definita e adottata dalla Direzione del Parco.

Elementi fondamentali della concessione del Marchio del Parco sono:

1. domanda avanzata dal potenziale Beneficiario;
2. elaborazione, da parte dell'interessato, di un Piano di Azione finalizzato al miglioramento nel tempo (miglioramento continuo) delle proprie prestazioni;
3. verifica del rispetto dei disciplinari e del possesso dei requisiti di ammissibilità;
4. concessione del Marchio del Parco e stipula di una Convenzione;
5. verifiche periodiche del mantenimento dei requisiti;
6. verifica al termine del periodo di validità della concessione;
7. riformulazione di un Programma di Azione per il rinnovo dell'uso del Marchio del Parco;
8. rinnovo della concessione e della Convenzione.

ART. 10 Commissione Tecnica

Per la gestione del Marchio del Parco l'Ente istituisce una Commissione Tecnica con lo scopo di coordinare la stesura dei disciplinari, istruire le pratiche di richiesta di concessione del Marchio del Parco e verificare la correttezza dell'intero processo di concessione/rinnovo.

La composizione della Commissione Tecnica è stabilita con Deliberazione del Consiglio Direttivo ed è comunque presieduta dal direttore del Parco o da un funzionario da lui delegato.

I membri della Commissione dovranno essere in numero limitato e dimostrare di possedere competenze specifiche nei settori produttivi per cui si definiscono i disciplinari.

La Commissione, quando ritenuto utile ad una maggiore efficacia del processo, per avere un supporto operativo, può coinvolgere soggetti esterni con competenze specifiche nei settori produttivi di cui si deve occupare.

ART. 11 Supporto operativo

Per la realizzazione dell'intero processo di concessione del Marchio del Parco, e in particolare per le attività di formazione, informazione, verifiche e controlli, la Commissione Tecnica si può servire di organizzazioni di supporto esterne all'Organizzazione del Parco che verranno identificate in

funzione delle competenze necessarie e che saranno gestite sulla base di accordi specifici.

Eventuali organizzazioni di supporto saranno identificate dalla Direzione dell'Ente e gestite secondo le normali procedure amministrative.

ART. 12

Forum delle Parti Interessate

Il Forum delle Parti Interessate è la sede di discussione e confronto dei requisiti dei disciplinari e della progettualità inerente la gestione del Marchio del Parco.

La partecipazione al Forum deve essere formalizzata, ma è volontaria, cioè i soggetti interessati possono entrare a farne parte e possono ritirarsi liberamente.

ART. 13

Durata della concessione

L'uso del Marchio del Parco è concesso per un periodo prefissato definito nella Procedura Operativa.

Al termine di ogni periodo di validità della concessione è possibile un rinnovo di un equal periodo in relazione ai risultati delle verifiche sul rispetto dei requisiti previsti nel Piano di Azione e dei miglioramenti ottenuti.

ART. 14

Verifiche e controlli

Il mantenimento della concessione d'uso del Marchio del Parco è subordinato al mantenimento dei requisiti stabiliti dai disciplinari e dal Piano di Azione verificati mediante controlli periodici.

La Commissione Tecnica definisce le modalità e i tempi per le verifiche periodiche presso i beneficiari al fine di valutare il rispetto dei requisiti.

Per l'effettuazione delle verifiche ispettive la Commissione Tecnica può avvalersi del supporto operativo di cui all'art. 10.

ART. 15

Contributi per la gestione del processo

I costi per la gestione dell'intero processo saranno coperti da risorse dell'Ente Parco unitamente a risorse provenienti da altre Organizzazioni, pubbliche e private, interessate allo sviluppo economico sostenibile del territorio del Parco.

Eventuali contributi da parte dei beneficiari che ottengono la concessione d'uso del Marchio del Parco per coprire i costi delle verifiche e gestione sono stabiliti dalla Commissione Tecnica.

Andranno favoriti i beneficiari del Marchio che operano all'interno del territorio protetto in quanto la loro incidenza sulla qualità ambientale del Parco è maggiore di chi opera all'esterno dei confini.

ART. 16

Modalità d'uso del Marchio del Parco

Il Marchio del Parco deve essere riprodotto dal Beneficiario secondo le specifiche tecniche che saranno descritte nella Dichiarazione di Protezione e nella Domanda di Registrazione.

Il beneficiario è responsabile dell'uso che fa del Marchio del Parco e risponde dei danni che possono derivare dall'uso non conforme alle prescrizioni del presente Regolamento.

ART. 17

Convenzione tra Ente Parco e detentore del Marchio del Parco

L'uso del Marchio del Parco è regolato tramite specifica Convenzione tra l'Ente Parco e il Beneficiario stipulata dalla Direzione dell'Ente.

Nella Convenzione è prevista la risoluzione di diritto in caso di inadempimento degli obblighi di cui al presente Regolamento e di quelli specifici presenti nella Procedura Operativa o individuati nella Convenzione stessa.

Fa parte integrante della Convenzione il Piano di Azione redatto dal Beneficiario e approvato dalla Commissione Tecnica.

ART.18

Albo dei beneficiari

E' istituito dalla Direzione dell'Ente Parco un Albo dei Beneficiari del Marchio del Parco che avrà connotazione pubblica e sarà diffuso anche tramite il sito web del Parco.

ART. 19

Rinnovo della concessione

Il rinnovo della concessione d'uso del Marchio del Parco è subordinato all'esito positivo delle verifiche.

Al termine della scadenza della concessione il Beneficiario deve dimostrare il mantenimento dei requisiti indicati nell'ultima revisione dei Disciplinari e nel presente Regolamento e concordare con l'Ente Parco un nuovo Programma di Azione.

Nel caso di cessione di impresa o ramo d'azienda da parte del beneficiario, il subentrante perde il diritto all'uso del Marchio, a meno che questi non riavvii la procedura di concessione.

ART. 20

Tutela del Marchio del Parco

In caso di inadempimento a qualsiasi disposizione del presente Regolamento, ovvero a prescrizioni contenute in documenti cui il medesimo rinvia (Procedura operativa, Disciplinari, Programma di Azione, Convenzione, eccetera), il diritto all'uso del Marchio si intende immediatamente e *ipso facto* decaduto.

La risoluzione della Convenzione e la cancellazione dall'Albo dei beneficiari del Marchio del Parco è formalizzata mediante determinazione dirigenziale del Direttore dell'Ente Parco.

In caso di risoluzione della Convenzione il Beneficiario perde il diritto all'uso del Marchio ed è tenuto all'immediato ritiro dalla circolazione sul mercato di ogni etichetta, catalogo, pieghevole o altro materiale comunicativo in cui compaia il Marchio.

ART. 21

Sanzioni

Per l'uso improprio del Marchio del Parco che porta a danni materiali o all'immagine dell'Ente Parco sono previste sanzioni le cui caratteristiche saranno definite dalla Direzione dell'Ente Parco.

ART.22

Controversie

Gli abusi nell'uso del Marchio da parte del Beneficiario o da parte di terzi sono perseguiti a norma delle leggi vigenti in materia.

In caso di controversie, se non risolvibili diversamente, è competente il Foro di Forlì-Cesena.

BIBLIOGRAFIA

- ARDAHANLIOĞLU Z.R.B, ÖZHANCI E. [2014], “Tourism pressure in protected areas; Butterflies Valley case”, *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 120, pp. 386 – 393.
- BEATO F. [1999], *Parchi e società. Turismo sostenibile e sistemi locali*, Napoli.
- BELLETTI G., MARESCOTTI A., SIMONCINI R. [2011], “Il turismo rurale - naturalistico nell’area del Parco delle Foreste Casentinesi”, in *Aree rurali e configurazioni turistiche. Differenziazione e sentieri di sviluppo in Toscana*, a cura di A. Pacciani, Milano, pp. 103 – 152.
- BIMONTE S., PAGNI R. (a cura di) [2003], *Protezione, fruizione e sviluppo locale: aree protette e turismo in Toscana*, IRPET – Regione Toscana, Firenze.
- BREIL M. [2008], “Turismo e aree protette: una questione di sostenibilità”, *Equilibri*, 34 (1), pp. 123 – 128.
- BUCKLEY R. [2012], “Sustainable tourism: research and reality”, *Annals of Tourism Research*, 39 (2), pp. 528-546.
- BUTLER R.W. [1999], “Sustainable tourism: A state of the art review”, *Tourism Geographies*, 1 (1), pp. 7-25.
- CANNAS R., SOLINAS M. (a cura di) [2003], *La qualità del turismo nei parchi. Analisi su marchi e certificazioni di qualità e loro applicazioni nei Parchi Nazionali. Sintesi*, Roma.
- CANNAS R., SOLINAS M. (a cura di) [2004], *La qualità del turismo nelle aree protette. Politiche, strumenti e applicazioni nei parchi nazionali*, Roma.
- CANNAS R., SOLINAS M. (a cura di) [2005], *Primo rapporto sul turismo nei Parchi Nazionali Italiani: una visione di sistema*, Roma.
- CARAVITA B. [2005], *Diritto dell’ambiente*, Bologna.
- CARBONE G., FAVA U., MAGGI M. [2000], *Certificare il territorio per un turismo di qualità*, Working paper 139, IRES Piemonte, Torino.
- CARTA DI LANZAROTE [1995], *Carta per un turismo sostenibile*, Dichiarazione approvata dalla Conferenza Mondiale sul Turismo Sostenibile tenutasi a Lanzarote il 27 e 28 aprile 1995.

- CONTI C. [2007], *L'area protetta come destination: verso uno sviluppo turistico sostenibile*, Tesi di Dottorato, Dipartimento di Economia Aziendale, Università di Napoli.
- CONTI E. (a cura di) [2016], *Rapporto sul turismo in Toscana. La congiuntura 2015*, IRPET – Regione Toscana, Firenze.
- COTTINI C. [2013], *Il Marchio del Parco Nazionale Val Grande come strumento di appartenenza e di valorizzazione del territorio*, in www.univco.it.
- D'AMICO M., MASONE M. (a cura di) [2010], *Emas ed Ecolabel nei Parchi, Comunità Montane e Aree Naturali*, Roma.
- ECOTUR [2016], *13° rapporto ecotur sul turismo natura*, a cura dell'Osservatorio Permanente sul Turismo Natura.
- EUROPARC FEDERATION [1995], *La carta europea per il turismo sostenibile nelle aree protette*.
- HARDY A., BEETON R. JS., PEARSON L. [2002], "Sustainable tourism: An overview of the concept and its position in relation to conceptualisations of tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, 10 (6), pp. 475-496.
- HUNTER C.J. [2002], "Aspects of the Sustainable Tourism. Debate from a Natural Resources Perspective", in *Sustainable Tourism: a global Perspective*, pp. 3-23.
- KAMRI T., RADAM A. [2013], "Visitors' Visiting Motivation: Bako National Park, Sarawak", *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 101, 2013, pp. 495 – 505.
- KEPE T. [2001], "Tourism, protected areas and development in South Africa: views of visitors to Mkambati Nature Reserve", *South African Journal of Wildlife Research* 31 (3&4), pp.155 – 159.
- LINDBERG K. [1991], *Policies for maximizing nature tourism's ecological and economic benefit*.
- MARANGON F., TEMPESTA T. [1999], "Obiettivi pubblici e private nella gestione delle aree protette. Il caso della Riserva Naturale delle Cascate di Molina (VR)", *Aestimum* 38, pp. 107 – 133.
- MARINELLI C. [2008], *Un'analisi costi – benefici del turismo nel Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna*, mimeo, Rotary Club Forlì Tre Valli e Rotary Club del Casentino.

- MARIONI A. [2013], *Il territorio di Stia: analisi socio-economicae ambientale. Prospettive*, Tesi di Laurea triennale, Scuola di Economia e Management, Università di Firenze, a.a. 2012-2013.
- MATHIEU L.F., LANGFORD I.H., KENYON W. [2003], “Valuing marine parks in a developing country: a case study of the Seychelles”, *Environment and Development Economics* 8 (2), pp. 373 – 390.
- MIGANI P. [2000], *Storia sociale ed economica di un Parco: il Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna*, Tesi di Laurea, Facoltà di Economia, Università di Bologna, a.a. 1999-2000.
- MURPHY P.E., PRICE G.G. [2005], “Tourism and sustainable development”, in *Global Tourism – (Third Edition)* a cura di W. F. Theobald, pp. 167 – 193.
- NAVIGLIO L. [2008], “Di che marchio sei? – L’emblema del Parco come strumento di marketing e premialità: problemi, esempi e proposte”, *Parks*, 54, pp. 99 – 125.
- NAVIGLIO L. [2011], *L’utilizzo del “Marchio del Parco” nel sistema nazionale delle aree protette e nella Regione Lombardia*, Milano.
- NEPAL S.K. [2000], “Tourism in protected areas. The Nepalese Himalaya”, *Annals of Tourism Research* 27 (3), pp. 661 – 681.
- OSTI G. (a cura di) [1999], *Il turista popolare e il turista colto. Indagine nel Parco delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna*, Roma.
- PACCIANI A. (a cura di) [2011], *Aree rurali e configurazioni turistiche. Differenziazione e sentieri di sviluppo in Toscana*, Milano.
- PAGNI R. (a cura di) [2002], *Il turismo e la valorizzazione delle aree protette. Analisi dell’esperienza toscana*, IRPET – Regione Toscana, Firenze.
- PARCO [2003a] – *Dieci anni di Parco 1993 – 2003*, a cura del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna.
- PARCO [2003b] - *Il Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi dove gli alberi toccano il cielo*, a cura del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna, Firenze.
- PARCO [2003c] – “Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna”, a cura del Servizio Promozione del Parco, *Itinere*, Firenze.

PARCO [2011] - *I marchi di qualità e le aree protette*, a cura del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna, Corso/workshop, Santa Sofia 5-6 maggio 2011, mimeo.

PICCIONI L. [2005], “Alle origini dei parchi nazionali italiani”, in *I Parchi nel Terzo Millennio. Ragioni e necessità delle aree naturali protette*, a cura di G. Piva, pp. 75 – 86.

PIGLIACELLI P. [2014], *Le iniziative di Federparchi per un marchio di sistema dei Parchi italiani*, relazione presentata al Seminario di formazione sulla Fase II della CETS, Roma 24-25 febbraio 2014, [www.parks.it/federparchi/PDF/Marchio Sistema Aree Protette P Pigliacelli.pdf](http://www.parks.it/federparchi/PDF/Marchio_Sistema_Aree_Protette_P_Pigliacelli.pdf)

PROVINCIA DI AREZZO [2004], *Aree protette della Provincia di Arezzo. Guida naturalistica con notizie storiche e percorsi di visita*, Montepulciano.

RAGNOLI E. [2012], *Il marchio del Parco per la valorizzazione territoriale: il Parco delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna*, Tesi di Laurea triennale, Facoltà di Economia Rimini, Università di Bologna, a.a. 2011-2012.

ROMANO S., LUONGO V. [2003], “La valutazione del potenziale turistico del Parco Nazionale del Pollino”, *Aestimum* 43, pp. 55 – 98.

ROMBAI L [2012], “Il Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna”, in *Il Casentino. Territorio, storia e viaggi*, a cura di L. Rombai – R. Stopani, Firenze, pp. 249-255.

ROMBY G.C. [2012], “Gli ecomusei del Casentino. Beni culturali e itinerari museali nel Casentino”, in *Il Casentino. Territorio, storia e viaggi*, a cura di L. Rombai – R. Stopani, Firenze, pp. 333-339.

ROSSI A. [2012], “Gli ecomusei del Casentino. Da Nord a Sud della valle. Un viaggio alla scoperta dei protagonisti, delle iniziative e delle progettualità dell’Ecomuseo del Casentino”, in *Il Casentino. Territorio, storia e viaggi*, a cura di L. Rombai – R. Stopani, Firenze, pp. 340-350.

SIEMONI N. [2012], “Carlo Siemoni, un forestale boemo in Casentino”, in *Corrispondenza* 61, periodico a cura di Edizioni del Servizio Editoriale Fiesolano, pp. 20 - 24.

SILVESTRI F. [1999], “L’emblema del parco come strumento di promozione: dal marchio di prodotto al marchio d’area”, *Parks* 27, pp. 27 – 29.

SILVESTRI F. [2000], *Il marchio di qualità dei parchi*, Eco&Eco, Bologna.

SILVESTRI F. [2004], “Una breve storia della conservazione del paesaggio in Italia, (con particolare attenzione ai parchi naturali)”, in *Storia e Futuro - Rivista di storia e storiografia n.4*.

STRICKLAND-MUNRO J.K., ALLISON H.E., MOORE S.A. [2010], “Using resilience concepts to investigate the impacts of protected area tourism on communities”, *Annals of Tourism Research*, 37 (2), pp. 499 – 519.

TEMPESTA T., THIENE M. [1999], *Turismo ed attività ricreative nel Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi*, Padova.

TINACCI MOSSELLO M. [2008], *Politica dell'ambiente. Analisi, azioni, progetti*, Bologna.

VIGANO' L. (a cura di) [2001], *Turismo sostenibile nelle aree protette. Vincoli, risorse e opportunità nelle Regioni Obiettivo I*, INEA, Roma.

VIVARELLI M. (a cura di) [2000], “Camaldoli Sacro Eremo e Monastero”, *Luoghi d'Italia – Cultura & Territorio*, Firenze.

VIVARELLI M. (a cura di) [2000], “La Verna Il Santuario”, *Luoghi d'Italia – Cultura & Territorio*, Firenze.

WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT (WCED) [1987], *Our common future*, Oxford.

SITOGRAFIA

www.istat.it

www.tuttitalia.it

www.regione.toscana.it

www.turismo.fc.it

www.provincia.arezzo.it

www.cittametropolitana.fi.it

web.provincia.fc.it

www.comunedibibbiena.gov.it

www.comune.chiusi-della-verna.ar.it

www.comune.poppi.ar.it

www.comune.pratovecchiostia.ar.it

www.comune.londa.fi.it

www.comune.san-godenzo.fi.it

www.comune.bagnodiromagna.fc.it

www.comune.portico-e-san-benedetto.fc.it

www.comune.premilcuore.fo.it

www.comune.santa-sofia.fc.it

www.comune.tredozio.fc.it

www.ecomuseo.casentino.toscana.it
www.oltreterra.it
www.orostoscana.it
www.ontit.it
www.ar.camcom.it
www.enit.it
www.unwto.org
www.fao.org
www.ec.europa.eu
www.parks.it
www.parcforestecasentinesi.it
www.euoparc.it
www.arpa.fvg.it
www.sogesid.it
www.parcodellecascate.it
www.parcovalgrande.it
www.parcoabruzzo.it
www.stelviopark.it
www.parcocirceo.it
www.albergofalterona.it
www.agriturismolucatello.it
www.parchotel.it
www.campingcamaldoli.altervista.org
www.rifugionelcasentino.it
www.agriturismolacasettadelleerbe.it
www.campoalloca.it
www.parks.it/loc/eremo.dei.toschi
www.ilvado.it
www.termesantagnese.it
www.agriturismo-b-amp-b-casenuove-it.book.direct
www.albergogranduca.it
www.poderone.it
www.ostelloilvignale.it

DOCUMENTI UFFICIALI

Legge 6 dicembre 1991, n.394 “Legge quadro sulle aree protette” e successive modifiche ed integrazioni.

Decreto del Ministero dell’Ambiente del 14 dicembre 1990 - Perimetrazione provvisoria e misure di salvaguardia del Parco Nazionale del Monte Falterona, Campigna e delle Foreste Casentinesi.

DPR 12 luglio 1993 - Istituzione dell’Ente Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna.

DPR 16 aprile 2013, n.73 - Regolamento recante riordino degli enti vigilati dal Ministero dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare, a norma dell'articolo 26, comma 1, del decreto-legge 25 giugno 2008, n. 112, convertito, con modificazioni, dalla legge 6 agosto 2008, n. 133.

Decreto del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare n.197 del 21 giugno 2013 - Nomina del Presidente dell'Ente Parco Nazionale Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna.

Statuto del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna approvato con deliberazione del Consiglio Direttivo n.29 del 19 settembre 2013 e adottato con Decreto del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare n.278 del 16 ottobre 2013.

Deliberazione del Consiglio Regionale della Toscana n.86 del 23 dicembre 2009 – Approvazione del piano del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna, ai sensi dell'art.12 della legge 6 dicembre 1991, n.394 (Legge quadro sulle aree protette).

Deliberazione del Consiglio Direttivo del Parco delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna n. 18 del 14.06.2011 “Approvazione documento finale di indirizzo per redazione regolamento concessione Marchio Parco prodotto dal Corso Workshop tenuto a Santa Sofia il 5-6 maggio 2011”.

Deliberazione del Consiglio Direttivo del Parco delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna n.4 del 15.01.2013 “Regolamento Marchio del Parco: stesura definitiva conseguente a integrazioni proposte in CD del 11.12.2012. Determinazioni”.