



Fondazione Eni Enrico Mattei

**ECO-TOUR: TURISMO ED AREE
PROTETTE, UNA
QUESTIONE DI SOSTENIBILITÀ**

Margaretha Breil*, Mariaester Cassinelli*,
Barbara Del Corpo, Silvia Ghione, Maria Maniero,
Grazia Marinelli, Lorena Rocca, Paolo Rosato*
and Sara Sanetti

RAPPORTO SULLO SVILUPPO SOSTENIBILE
4.2008

*Fondazione Eni Enrico Mattei
margaretha.breil@feem.it

Le opinioni espresse nel presente lavoro non rappresentano necessariamente
la posizione della Fondazione Eni Enrico Mattei

RIASSUNTO

Il connubio tra turismo ed aree protette presenta una serie di potenzialità e successi, ma comporta anche potenziali rischi e problemi dovuti a conflitti tra usi economici e obiettivi di tutela. Il tema è stato affrontato attraverso indagini a livello locale su complessi formati dal Parco, comunità locale e attività economiche, il cui sviluppo dovrebbe seguire criteri di sostenibilità. Sono stati utilizzati tre casi studio situati in tre parchi italiani: Alpi marittime, Stelvio (sezione Lombarda), e Laguna di Venezia, per indagare sui aspetti sociali, economici ed ecologici della sostenibilità di usi turistici nei parchi.

SUMMARY

The alliance between tourism and protected areas presents some potential synergies and success stories, but it also brings some risks and eventual problems due to conflicts between economic uses and protection aims. In three case studies, enquiries on the local contexts of economic uses, protection aims and local communities have been made, using the experiences of Italian Parks (the Alpi Marittime Park, the Lombardia section of the Stelvio Park and the Venetian Lagoon), in order to investigate on social, economic and ecologic aspects of sustainability of tourist uses in parks.

Keywords: Sustainable Development, Tourism, Eco-Tourism, Protected Areas

JEL: Q26, Q56, R15, L83

Indice

Introduzione	1
1 Parco Nazionale dello Stelvio	6
1.1 Inquadramento territoriale	7
1.2 Inquadramento socio-economico	7
1.3 Il Progetto EcoTour nel Parco Nazionale dello Stelvio	7
1.4 Il fenomeno turistico nel Parco Nazionale dello Stelvio	8
1.5 Turismo e sostenibilità nell'area protetta	10
1.6 Aspetti di sostenibilità socio-economica del turismo	11
1.6.1 La domanda turistica	11
1.6.2 Il questionario	12
1.6.3 Struttura del questionario	12
1.6.4 I visitatori e il Parco	15
1.6.5 Caratteristiche della visita	16
1.6.6 L'opinione dei visitatori	21
1.6.7 User satisfaction	22
1.6.8 L'offerta turistica	24
1.7 L'impatto economico	26
1.7.1 Scopo e metodologia	27
1.7.2 La spesa turistica	30
1.8 Sostenibilità ambientale del turismo	36
1.8.1 La capacità di carico	37
1.8.2 Metodologia	38
1.8.3 Le aree turistiche	39
1.8.4 La biodiversità nell'area protetta	39
1.8.5 La pressione turistica e i fattori di impatto	41
1.8.6 La frammentazione ambientale	41
1.8.7 Il carico turistico	43
1.8.8 Il carico turistico: risultati	44
1.9 Conclusioni: le politiche del Parco Nazionale dello Stelvio	46
2 Caso Studio delle Alpi Marittime	49
2.1 L'area protetta	49
2.2 La Carta europea per il turismo sostenibile come strumento di gestione turistica del Parco	50
2.3 Descrizione del territorio e dell'offerta turistica del Parco	53
2.3.1 Offerta turistica e contesto locale: il 'sistema' cuneese	53
2.3.2 L'economia turistica nelle valli del Parco	53

2.4	L'impatto del turismo sulla qualità della vita dei residenti	57
2.5	La qualità della vita	59
2.5.1	L'impatto del turismo sulla qualità della vita	59
2.6	Il questionario	60
2.7	Il campione	62
2.7.1	Rilevanza statistica del campione usato per le interviste	62
2.8	I risultati del sondaggio	63
2.8.1	Le percezioni dei residenti	63
2.8.2	Analisi di coerenza	73
2.8.3	I fattori che influenzano l'opinione	75
2.9	Qualità della vita e partecipazione locale: considerazioni finali	82
3	Caso di studio della Laguna di Venezia	84
3.1	Il Parco della Laguna di Venezia: caratteristiche ambientali e territoriali	84
3.2	Il parco che fa discutere	85
3.3	Il turismo e il tempo libero nella Laguna di Venezia	87
3.4	Metodologia	88
3.5	Analisi dei risultati: usi turistici e di 'tempo libero'	89
3.5.1	La pesca	90
3.5.2	La caccia	92
3.5.3	Turismo Ecologico in Laguna	93
3.6	I <i>Focus Group</i>	95
3.6.1	L'analisi	97
3.6.2	I luoghi	98
3.6.3	I valori territoriali: Analisi dei quattro FG	100
3.6.4	Resumée: il parco visto dai <i>Focus Group</i>	104
3.7	Conclusioni	106
	Conclusioni	108
	Bibliografia	111

Introduzione

Il progetto EcoTour¹, finanziato dalla Fondazione Eni Enrico Mattei, si è proposto di indagare su caratteristiche e problematiche del connubio tra turismo ed aree protette. Il tema è stato affrontato attraverso indagini a livello locale, considerando il sistema formato dal Parco, dalla comunità locale e dalle sue attività economiche come un complesso, il cui sviluppo dovrebbe seguire criteri di sostenibilità o, meglio, dovrebbe poter essere durevole nel tempo non solo sotto aspetti ecologici, ma anche sociali ed economici. Per il lavoro di ricerca su questo complesso sono state scelte come casi di studio tre aree parco italiane, di cui due rappresentano progetti di tutela consolidati nella forma di parchi naturali istituiti, mentre il terzo è un parco in fase di formazione:

- Il Parco Regionale delle Alpi Marittime è uno dei parchi più estesi del Piemonte; situato a sud-est della regione, e confina con il parco francese del Mercantour.
- Il Parco Nazionale dello Stelvio è invece un parco nazionale, e comprende parti del territorio della Lombardia, del Trentino e del Veneto; il presente progetto ha coinvolto, però, solo la parte lombarda.
- La terza esperienza analizzata, infine, si colloca nella discussione sull'istituzione di un regime di tutela naturalistica, nell'ambito della Laguna di Venezia.

Per ciascuna di queste realtà locali sono stati approfonditi singoli elementi del sistema considerati rilevanti per un giudizio sulla sua sostenibilità complessiva, assumendo cioè per ciascuno dei parchi un punto di vista diverso. Nel seguito vengono presentati i risultati del lavoro, dedicando oltre ad una breve introduzione, un capitolo a ciascuno dei tre casi studio. Ciascuno dei tre capitoli dedicati ai casi studi ha una struttura simile: il parco viene introdotto con una descrizione a grande linee dell'ambiente socio-economico e naturalistico, per poi presentare i risultati delle analisi svolte e alcune conclusioni in merito.

Le indagini svolte nel primo caso studio, dedicato al settore Lombardo del Parco Nazionale dello Stelvio, caso studio presentato da Sara Sanetti, Mariaester Cassinelli e Grazia Marinelli, si sono concentrati su due aspetti del connubio tra turismo e progetto di tutela, quello dell'impatto economico del turismo e quello dei potenziali conflitti tra turismo e tutela naturalistica. Il turista è stato oggetto di una serie di interviste dirette, volte a rilevare alcuni aspetti economici del fenomeno del turismo nelle aree protette. L'indagine, svolta tra i visitatori del parco, ha permesso di analizzare le caratteristiche dei turisti del Parco dello Stelvio. Si è potuta così osservare come vi sia una prevalenza di piccoli gruppi e famiglie tra i visitatori, che le visite vengono

¹Il progetto si è potuto avvalere del supporto fondamentale fornito dagli Enti Parco del Parco Regionale delle Alpi Marittime e del Parco Nazionale dello Stelvio, settore Lombardo per le indagini svolte.

organizzate in prevalenza senza il supporto di *tour operator* e come la spesa per il soggiorno sia concentrata prevalentemente su servizi alberghieri e immobiliari. Le informazioni raccolte in termini di livelli e tipologie di spesa sono state utilizzate per stimare la spesa complessiva dei visitatori del parco e l'impatto dell'attività turistica sull'economia della Provincia. Il potenziale conflitto tra obiettivi di tutela naturalistica da una parte e presenza umana dall'altra rappresenta il secondo argomento di indagine, mediante un'analisi della 'frammentazione del territorio'. Piuttosto che misurare la quantità complessiva di turisti che frequentano il parco e la sua capacità di sopportare tale carico di visitatori (difficile da determinare), si è voluto localizzare le situazioni di potenziale conflitto, sovrapponendo su delle mappe le aree maggiormente interessate dalla frequentazione umana (per esempio i sentieri) con le aree e i corridoi frequentati da alcune specie tutelate. In questa maniera è stato possibile evidenziare i disturbi causati dalla frequentazione turistica e dare indicazioni operative al fine di attuare misure di mitigazione.

Dal caso studio delle Alpi Marittime, svolto da Barbara del Corpo e Silvia Ghione, emerge un contesto in cui l'Ente Parco ha assunto un ruolo attivo nella promozione turistica delle proprie risorse territoriali. Le indagini svolte tra gli abitanti dei comuni intorno al parco indicano che, nonostante un'atteggiamento prevalentemente positivo degli abitanti verso le nuove opportunità offerte dal turismo, si registrano differenze di opinione sugli effetti del turismo tra i diversi comuni oggetto dell'indagine, a seconda del livello di sviluppo turistico del singolo comune in questione. La valutazione positiva degli impatti del turismo parte, come sembra ovvio, soprattutto dalle occasioni economiche create, sia in termini di posti di lavoro, sia in termini di stimoli per le attività commerciali o di ri-valutazione di beni immobili. Oltre a fornire una descrizione dell'opinione degli abitanti su impatti positivi e negativi del turismo, i risultati dell'indagine rappresentano una verifica della rilevanza di un set di indicatori proposti dalla letteratura per l'analisi della qualità della vita.

Il terzo caso studio, presentato da Maria Maniero e Margaretha Breil con il contributo di Lorena Rocca e Livio Chiarullo dal progetto FEEM-Pandora, è dedicato al nascente Parco della Laguna Nord di Venezia, dove si è cercato di capire quali servizi e attività economiche esistenti possano contribuire a una valorizzazione economica della laguna come Parco naturalistico. A tale scopo sono state utilizzate, oltre a studi e dati statistici già esistenti su attività di eco-turismo o turismo natura nella laguna di Venezia, interviste a operatori e a persone che frequentano la laguna. Si è riusciti così a delineare l'entità di un fenomeno comprendente sia attività turistiche in senso proprio, che attività di tempo libero, legate alla laguna come area naturalistica, che vedono protagonista la popolazione della città di Venezia. Dalle interviste e dai *Focus Group* e dibattiti *on-line*, organizzati in collaborazione con il progetto FEEM Pandora, è emerso che il fenomeno dell'ecoturismo esiste anche per la laguna di Venezia benché, per dimensioni e volume economico generato, non possa essere paragonato al turismo culturale attirato dal centro storico di Venezia o a quello balneare del litorale veneziano e jesolano. Un ruolo particolare è da attribuire in questo contesto al turismo nautico, che da una parte conosce già iniziative di successo in grado di valorizzare l'ambiente lagunare con un turismo di qualità, e dall'altra parte soffre di una mancanza di iniziative di gestione e di regolamentazione per favorire un utilizzo sostenibile della laguna. Soprattutto in questo caso di conflitto con attività economiche più forti, dove una gestione mirata dell'area naturalistica e del fenomeno del turismo sostenibile non esiste ancora, diventa evidente che una vera valorizzazione turistica, capace di mettere in rete i diversi attori e iniziative e di gestire i conflitti tra utilizzo del territorio e interesse di tutela naturalistica, potrebbe generare non solo

una migliore protezione dell'ambiente naturale, ma anche contribuire alla consolidarsi di un settore che promette tassi di crescita economica rilevanti.

Sostenibilità, turismo e aree protette

L'analisi del fenomeno turistico-natura in relazione alle aree protette ha un doppio obiettivo: da un lato serve ad approfondire la natura di un fenomeno che fino ad oggi è stato poco studiato in Italia, e dall'altro approntare una metodologia di impulso del turismo in aree protette.

Gli obiettivi inerenti a progetti di tutela e l'uso pubblico (il turismo tra i principali) sono, almeno in apparenza, contraddittori. Da un lato bisogna infatti tenere presente che la gestione e la tutela delle aree protette implicano un cospicuo investimento di risorse finanziarie e che le norme di tutela limitano determinate attività economiche delle comunità locali. Dall'altro, sempre più spesso, lo sviluppo turistico di talune zone dipende dalle attrattive costituite dalla presenza di valori naturali da proteggere. Allo sviluppo del turismo nelle aree protette, così come tutte le altre formule di turismo alternativo, viene spesso attribuito l'arduo compito di risanare un settore economico strategico, entrato in crisi a seguito dell'applicazione di politiche volte alla realizzazione di profitti nel breve periodo, meno attente alla natura, e più in generale, all'ambiente.

L'applicazione del concetto di 'sviluppo sostenibile' come concetto in grado di indicare modalità di gestione per questo potenziale conflitto non è nuovo, ma si basa su un dibattito almeno decennale, partito a livello mondiale soprattutto da dibattiti su strategie di sviluppo economico.

Il turismo come industria con i maggiori tassi di crescita a livello mondiale era stato individuato e propagato decenni fa come strategia per promuovere lo sviluppo di aree del mondo considerati come sottosviluppati. Il turismo, questa la teoria fino agli anni 'ottanta, doveva mettere paesi, soprattutto del sud del mondo, in grado di sfruttare le proprie ricchezze naturali e paesaggistiche creando così attraverso le attività create, crescita economica e benessere per la propria popolazione. La realtà ha spesso e profondamente smentito questa teoria, e non era perciò un caso che il turismo sia diventato presto uno degli argomenti importanti delle discussioni su prospettive di sviluppo sostenibile, iniziando dalle dichiarazioni di Lanzarote del 1995 e dell'Agenda 21 per il turismo formulato dalla WTO del 1996 fino al piano d'azione di Johannesburg del 2002, dove si chiede di «promuovere lo sviluppo del turismo sostenibile, ... in maniera da accrescere i benefici dal turismo per le comunità ospitanti e ampliare la protezione di area ecologicamente sensibili e il patrimonio naturalistico ...»². Una definizione del principio di sostenibilità nell'ambito del turismo risale già alla Carta sul turismo sostenibile (Charter for Sustainable Tourism) della conferenza mondiale sul turismo sostenibile, tenuta a Lanzarote nel 1995, che cita: «Lo sviluppo turistico sarà basato su criteri di sostenibilità, che significa che sarà ecologicamente sopportabile a lungo termine, economicamente vitale (profitevole), eticamente e socialmente equo per le comunità locali...» e, «Turismo dovrebbe contribuire allo sviluppo sostenibile ed essere integrato coll'ambiente naturale, culturale ed umano ... Turismo dovrebbe

²«...promote sustainable tourism development ... in order to increase the benefits from tourism resources for the population in host communities while maintaining the cultural and environmental integrity of the host communities and enhancing the protection of ecologically sensitive areas and natural heritages. Promote sustainable tourism development and capacity-building in order to contribute to the strengthening of rural and local communities.» (WSSD, 1992, Chapter IV, Paragraph 43 - Sustainable Tourism Development)

assicurare un'evoluzione riguardo la sua influenza su risorse naturali, biodiversità e la capacità di assimilazione di qualsiasi impatto e residuo prodotto³».

Nella realtà italiana, il turismo rappresenta una delle principali industrie del paese, che contribuisce attualmente con il 6 % al prodotto interno lordo (Turismo e finanza.it, 2008). Mentre a livello mondiale il settore turistico è anche quello di più rapida crescita, nella realtà italiana, tassi di crescita simili a quelli del mercato mondiale si osservano solamente per i settori del turismo legati alla natura, nelle forme di 'Ecoturismo' e 'Turismo natura'. Il Turismo-Natura in Italia, benché settore di nicchia (76 milioni di presenze nel 2005 contro le 850 milioni di presenze nel industria turistico nazionale), sta vivendo tassi di crescita sconosciuti nel resto del settore, nel 2006 intorno al 12,7% l'anno (Stabile, 2007). Tra le mete principali di questa nuova e crescente domanda turistica sono le aree protette, in primo luogo i parchi nazionali che attirano così una capacità di spesa che viene stimato con 9.000 milioni di Euro per il 2006 (Turismo e Finanza, 2008). Si crea così un connubio che, almeno al primo sguardo, sembra felice: i turisti amanti della natura sono infatti disposti a spendere per godere di un ambiente più 'naturale' possibile, progetti di tutela naturalistici si trasformano così da vincoli e ostacoli alle attività economiche locali in un marchio in grado di aprire le porte verso un settore turistico in continua crescita.

Tuttavia, il turismo connesso ai parchi si inserisce, nella situazione italiana, spesso in un sistema economico e sociale particolarmente problematico, dove in molte aree interessate si aggiungono, ai problemi derivanti dalla propria perifericità, le difficoltà e conflittualità causate dalle limitazioni alle attività economiche imposte dal progetto di tutela naturalistica. Inoltre, mentre gli obiettivi di tutela (che hanno portato all'istituzione del parco) sono volti a proteggere la natura dall'impatto di attività umane, la stessa presenza di turisti crea impatti negativi su questo patrimonio naturale ed eventualmente anche sulle comunità locali. I benefici dell'ecoturismo, dunque, non si creano in maniera automatica: all'interno di un'area da proteggere il turismo va gestito per evitare che danneggi ciò che lo attira.

Gli obiettivi inerenti a progetti di tutela e l'uso pubblico (il turismo tra i principali) sono, almeno in apparenza, contraddittori. Da un lato bisogna infatti tenere presente che la gestione e la tutela delle aree protette implicano un cospicuo investimento di risorse finanziarie e norme di tutela che limitano determinate attività economiche delle comunità locali. Dall'altro, sempre più spesso, lo sviluppo turistico di talune zone dipende dalle attrattive costituite dalla presenza di valori naturali da proteggere. Molte attenzioni si concentrano attualmente sullo sviluppo del turismo nelle aree protette, così come su tutte le altre formule di turismo di nicchia o 'di qualità', visto che esse apparentemente sembrano essere in grado di risanare un settore economico strategico per l'economia nazionale e locale, entrato in crisi a seguito dell'applicazione di politiche volte alla realizzazione di profitti nel breve periodo, meno attente alla natura, e più in generale, all'ambiente e con ulteriori prospettive di crisi dovuti a cambiamenti globali in atto.

La realtà delle aree protette, caratterizzata da un profondo dinamismo, sta acquisendo sempre più importanza a livello nazionale, non solo per la conservazione

³(1) Tourism development shall be based on criteria of sustainability, which means that it must be ecologically bearable in the long term, as well as economically viable, and ethically and socially equitable for local communities.... (2) Tourism should contribute to sustainable development and be integrated with the natural, cultural and human environment; it must respect the fragile balances that characterize many tourist destinations, in particular small islands and environmentally sensitive areas. Tourism should ensure an acceptable evolution as regards its influence on natural resources, biodiversity and the capacity for assimilation of any impacts and residues produced. (World Tourism Organization (WTO), 1995)

delle risorse naturali, ma anche come nuovo settore dell'industria turistica. Infatti, nel quadro turistico nazionale le aree protette, e più in generale il turismo natura, hanno sempre più importanza sia in termini di arrivi, sia in termini di benefici economici. A queste considerazioni va aggiunto il fatto che i parchi in Italia coprono circa il 12% del territorio, e attualmente nell'Elenco Ufficiale del Ministero dell'Ambiente sono presenti 751 aree protette, sia a livello nazionale che a livello locale (Federparchi, 2008). Secondo l'indagine effettuata dall'Osservatorio nazionale sul turismo natura, il numero di turisti che nel 2005 hanno visitato le aree protette si aggira intorno ai 14 milioni di visitatori (+ 2,8% rispetto all'anno precedente), mentre il numero di turisti stranieri (+3,7%) è incrementato maggiormente rispetto al numero di italiani (+2,4%). Sempre nel 2005 la stima della spesa nelle strutture ricettive ufficiali delle aree protette è di circa 3 miliardi di euro per quanto riguarda i turisti italiani, e di circa 2,3 miliardi di euro da parte dei turisti stranieri. (Osservatorio Turismo Natura, 2006). Inoltre, si valuta che la domanda turistica nel 2006 abbia generato nei parchi nazionali italiani 4 milioni di arrivi e 24 milioni di presenze ufficiali, pari rispettivamente al 5 e al 7% del totale nazionale. I parchi nazionali più visitati sono quelli del Cilento (21% le presenze), il Gargano e l'Arcipelago toscano, seguiti dal Circeo e dalle Cinque Terre. Per quanto riguarda l'interno della penisola, in cima alla classifica si trovano lo Stelvio e le Dolomiti Bellunesi (Cannas R. e Solinas M., 2005).

A fronte di una situazione in continua evoluzione, a livello nazionale e ancor più a quella locale vi è una diffusa carenza di informazioni sui flussi turistici che interessano le aree protette e su quale sia il profilo del visitatore dei parchi. In più, le rilevazioni attualmente a disposizione non permettono di distinguere chi si reca ad esempio nel Parco Nazionale dello Stelvio perchè si tratta di un'area protetta da coloro che ci vanno per altri motivi (Cannas e Solinas, 2005). Tutt'ora è ancora difficile capire il reale peso che la variabile 'esistenza del parco' esercita sulla scelta della meta turistica, nè di quale sia la reale conoscenza delle aree protette presso i visitatori. Recentemente, una ricerca a cura di CTS Ambiente ha definito le caratteristiche del turismo nelle aree protette nazionali, riportando i risultati in un rapporto edito dal Ministero dell'Ambiente e del Territorio (Cannas e Solinas, 2005). Pur nell'eshaustività, la ricerca non approfondisce le caratteristiche dei singoli parchi: infatti il turismo in ogni area protetta ha caratteristiche proprie, che dipendono dalle caratteristiche socio-economiche locali e dalla morfologia del territorio.

Nell'apparente contrasto tra necessità di sviluppo turistico e il mantenimento del patrimonio va tenuto ben presente che il potenziale turistico delle aree protette risiede proprio nelle emergenze che esse proteggono. La soluzione del conflitto tra conservazione e crescita economica risiede, questa una conclusione del presente progetto di ricerca in una pianificazione adeguata del territorio delle aree protette, nonchè in un'attenta programmazione e gestione delle degli interventi di promozione turistica, che rispetti sia la comunità locale, sia il patrimonio naturale-culturale protetto.

Capitolo 1

Parco Nazionale dello Stelvio

Il primo caso studio del progetto EcoTour è rappresentato dal settore lombardo del parco Nazionale dello Stelvio, che rappresenta uno dei quattro settori in cui si articola questo Parco, istituito con legge nazionale il 24 aprile 1935 (Legge 740/1935 e successivamente D.P.R. 1178/1951) e successivamente ampliato arrivando ad un'estensione complessiva di 134.620 ettari, così ripartita: settore Lombardo (Valtellina e Valle Camonica), 45% ca., settore Altoatesino (Val Venosta), 41% ca., settore Trentino (Val di Sole), 14% ca.. Nell'area protetta sono compresi 24 Comuni (10 nel settore Lombardo, 3 nel settore Trentino e 11 nel settore Altoatesino) che coprono una superficie totale di 263.835 ettari. Il Parco è gestito dal Consorzio di Gestione del Parco Nazionale dello Stelvio e da tre Comitati di gestione per ciascuno dei settori del Parco; la sorveglianza nell'area protetta è affidata al Corpo Forestale dello Stato, mentre le altre funzioni sono svolte da funzionari e collaboratori (AA.VV., 2003).



Figura 1.1: Il Parco Nazionale dello Stelvio (elaborazione propria)

1.1 Inquadramento territoriale

Il Parco Nazionale dello Stelvio si estende per 134.620 ha sul territorio del massiccio Ortles-Cevedale, interessando porzioni più o meno vaste dell'Alta Valtellina e della Valle di Livigno, dell'Alta Valle Camonica, dei versanti destro-idrografici della Val Venosta e della Val di Sole. Tali partizioni si articolano a loro volta in numerose valli, per lo più disposte radialmente rispetto al nucleo montuoso centrale. Solo il 3% del territorio del Parco Nazionale dello Stelvio, ossia circa 4000 ha, è posto al di sotto dei 1000 m di altitudine mentre la parte più consistente si colloca fra i 2000 e i 3000 m s.l.m., connotando l'area protetta come parco d'alta montagna. Il territorio del Parco è ricchissimo di risorse idriche: dall'immenso patrimonio glaciale ha origine una fitta rete di corsi d'acqua, a loro volta capaci di alimentare numerosi bacini lacustri naturali e artificiali. Altrettanto ricco è il patrimonio forestale, che interessa i versanti sino a circa 2000 m, quello dei prati, anch'essi presenti sin oltre i 2000 m, e quello del pascolo alpino.

1.2 Inquadramento socio-economico

I comuni interessati dal Parco Nazionale dello Stelvio ospitano una popolazione totale di quasi 64.000 abitanti residenti, di cui 28568 nel settore lombardo. Secondo una stima effettuata dall'Ente gestore, all'interno dei confini dell'area protetta vivono circa 12.000 residenti, di cui poco meno di 3.000 nel settore lombardo. Il territorio del Parco ha subito una forte trasformazione sociale ed economica negli ultimi quarant'anni. Si è assistito ad una radicale sostituzione della base economica tradizionale (attività agricola e soprattutto allevamento), a carico del turismo che ha assunto un ruolo di primo piano e trainante rispetto alle altre attività. Tale fenomeno si è verificato con intensità diversa a seconda dei settori del Parco, anche in corrispondenza delle diverse realtà regionali e provinciali, e interessa soprattutto i Comuni dell'Alta Valtellina, della Valle Camonica e delle Val di Peio e di Rabbi (Consorzio del Parco Nazionale dello Stelvio, 2000).

La struttura economica del territorio dei comuni del Parco evidenzia un ruolo preponderante del settore dei servizi (43% delle unità locali), seguito da quelli dell'industria e del commercio (21%). Il settore delle costruzioni, sebbene nel complesso ridotto, risulta uno dei settori di maggiore rilevanza (sia per numero di unità locali che di addetti) fra le attività industriali, fatto questo che mette in luce l'intensa attività edificatoria che ha interessato e interessa tuttora il territorio dei comuni del Parco, particolarmente legata al settore turistico.

1.3 Il Progetto EcoTour nel Parco Nazionale dello Stelvio

L'indagine che all'interno del progetto EcoTour ha riguardato il settore lombardo del Parco Nazionale dello Stelvio e si è sviluppata in tre fasi:

1. inquadramento del territorio e delle principali problematiche
2. analisi della sostenibilità socio-economica: profilo del visitatore, user satisfaction, problematiche dell'offerta turistica, indotto economico generato dal turismo;

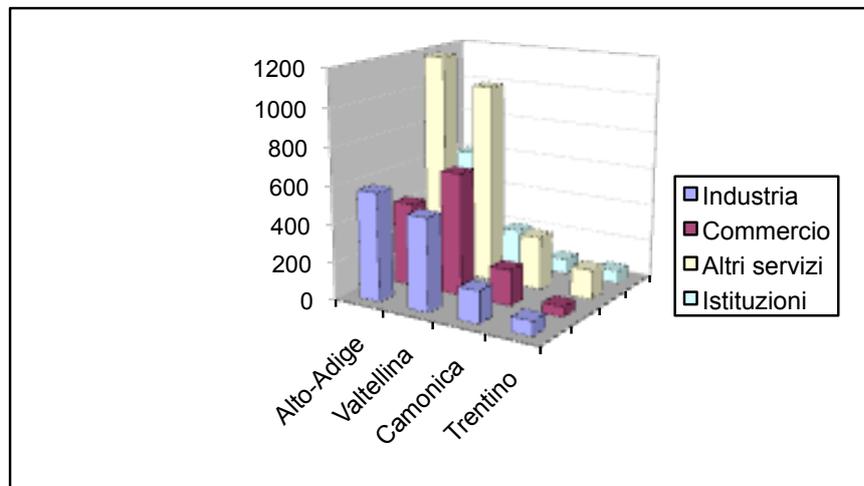


Figura 1.2: Struttura economica nei 4 settori del Parco Nazionale dello Stelvio (elaborazioni da Parco Nazionale dello Stelvio (2002); Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) (2002b))

- analisi della sostenibilità ambientale: pressione fisica generata dai turisti nei punti di maggior afflusso del Parco, impatto delle strutture e infrastrutture turistiche sul patrimonio naturale e culturale.

Nei successivi paragrafi saranno discussi i risultati emersi dalla ricerca condotta sul territorio.

1.4 Il fenomeno turistico nel Parco Nazionale dello Stelvio

L'industria turistica rappresenta il settore economico più rilevante e, contemporaneamente, più discusso nel Parco Nazionale dello Stelvio. L'offerta turistica è differenziata all'interno del settore lombardo: vi sono le terme, conosciute fin dall'antichità, ma il settore turistico più importante è indubbiamente rappresentato da quello invernale, mentre durante la stagione estiva l'area è meta di escursioni alpinistiche e naturalistiche.

Quando a partire dagli anni '50 si cominciarono a costruire le piste da sci, si verificò il boom turistico che cambiò l'intera struttura socio-economica dell'area: poichè il turismo ha assunto un'importanza basilare, gli abitanti del territorio hanno cercato di mantenere l'attrattiva turistica con nuove iniziative e nuovi servizi, azioni queste che hanno prodotto sul territorio un edificato diffuso, quasi senza soluzioni di continuità lungo i fondovalle, comportando forti pressioni sull'ambiente naturale. In questo quadro la presenza del Parco è stata ed è tuttora marginale: ancora attualmente l'offerta è imperniata sulla pratica dello sci da discesa.

La ricettività turistica nel settore lombardo risulta particolarmente articolata, potendo contare su ben 260 esercizi alberghieri e 596 extra-alberghieri (agriturismi, rifugi, bed & breakfast, appartamenti in affitto). A questi vanno aggiunte le seconde

case, che hanno una capacità potenziale in termini di numero di letti aggiuntivi che è necessario valutare per poter stimare le presenze turistiche reali e l'impatto che l'espansione edilizia ha sul territorio. Secondo stime effettuate dall'ente gestore, nel periodo 1951-2001 il numero totale di abitazioni è aumentato mediamente del 255% e attualmente il numero totale di posti letto ha assunto il valore totale di 86.811, quasi il quadruplo della ricettività registrata ufficialmente.

Per quanto riguarda le presenze turistiche, i quattro settori del Parco hanno avuto un trend positivo di crescita tra il 1987 e il 2001, come si può osservare dal grafico 1.3.

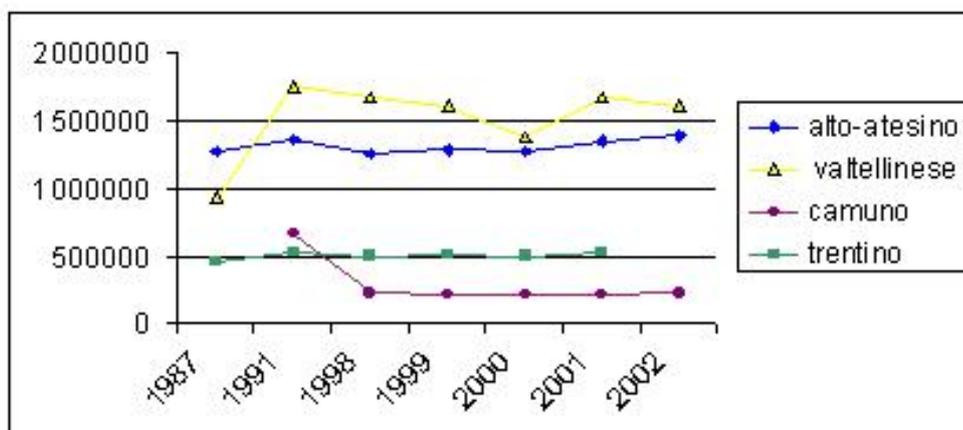


Figura 1.3: Presenze turistiche nei settori del Parco Nazionale dello Stelvio (Parco Nazionale dello Stelvio, 2002)

Alle presenze turistiche così calcolate occorre però aggiungere una stima relativa ai turisti alloggiati nelle seconde case che rappresentano il tipo di sistemazione più rilevante in quasi tutti i settori del Parco. Ipotizzando che gran parte delle abitazioni non occupate ospitino in media 4 turisti e siano abitate per 50 giorni all'anno¹, nel 2001 il territorio del Parco ha registrato un valore stimato di più di 3.000.000 di presenze in seconde case e appartamenti in affitto (in particolare tale dato risulta dieci volte maggiore nel settore lombardo, rispetto a quello alto-atesino). Secondo tale stima, quindi, le presenze turistiche totali ammonterebbero a circa 6.000.000. Le presenze turistiche così stimate non sono però omogeneamente distribuite nel corso dell'anno, ma presentano due picchi ben evidenti, corrispondenti ai mesi invernali (gennaio, febbraio e marzo) e all'estate (agosto). Analizzando i dati relativi alle presenze nei comuni valtellinesi del Parco, si può calcolare il tasso di occupazione dei letti, indicatore che permette di valutare l'effettivo utilizzo dell'offerta alberghiera disponibile da parte dei visitatori. Come si può osservare dal grafico, seguente, sono ben evidenti due picchi di presenza negativa, corrispondenti ai mesi primaverili e autunnali, che rappresentano invece i mesi in cui tipicamente viene visitata un'area protetta.

¹Metodologia di stima elaborata anche dall'APT di Sondrio.

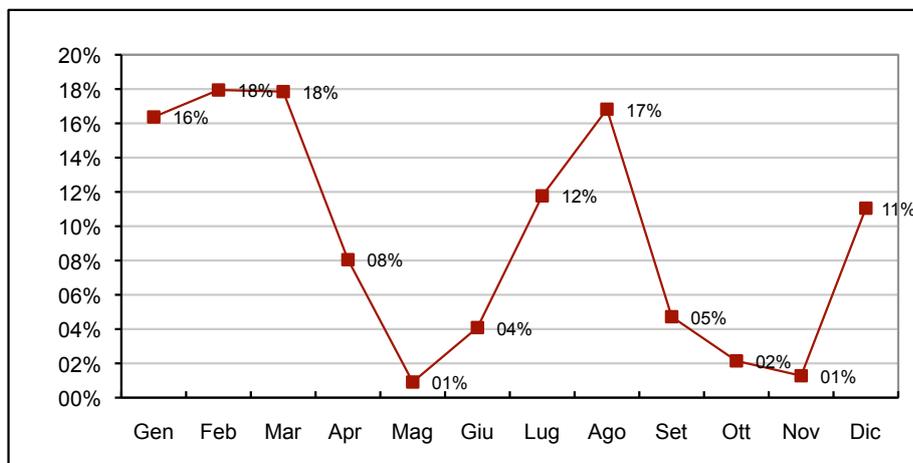


Figura 1.4: Tasso di occupazione dei letti nel settore valtellinese del Parco, andamento annuale (Elaborazioni da Provincia di Sondrio (2007))

1.5 Turismo e sostenibilità nell'area protetta

Il turismo sostenibile, almeno nella teoria, è indubbiamente un'opportunità di sviluppo economico, nel rispetto della conservazione della natura e delle identità locali. In realtà a gestione sostenibile del fenomeno non è però priva di contraddizioni e di difficoltà, poichè il fenomeno turistico nel suo complesso è piuttosto difficile da analizzare e comprendere, sia per la carenza di dati, sia per la necessità di prendere in considerazione aspetti diversi del fenomeno. Le problematiche che si presentano sono varie, e diventano ancor più evidenti nel contesto delle aree protette. Nel caso del Parco Nazionale dello Stelvio, nella fase iniziale del progetto sono stati verificati e calcolati alcuni indicatori di sostenibilità che hanno permesso di inquadrare le principali problematiche dell'area. Analizzando ad esempio la distribuzione temporale delle presenze, si osserva che nell'area protetta vi è una spiccata bi-stagionalità, come già evidenziato nel paragrafo precedente. La bistagionalità caratteristica del turismo montano si ritrova in quasi tutti i comuni del Parco. Considerando tutto il territorio, si nota come il turismo che caratterizza il Parco è in prevalenza di tipo estivo (mesi di giugno e soprattutto luglio e agosto); la stagione invernale, a livello di territorio complessivo, risulta il secondo periodo dell'anno privilegiato dalle presenze in ragione dell'attività sciistica. La concentrazione nel tempo dei flussi turistici non è solo quella stagionale ma si verifica anche sulla settimana: infatti il turismo si concentra soprattutto il sabato e la domenica, in particolare nelle stagioni meno frequentate. La stagionalità costituisce un fattore di pressione sul territorio e sull'ambiente. Tale fenomeno ha notevoli implicazioni sugli assetti socio-economici e ambientali di un territorio: da un lato la stagionalità induce la precarietà dell'occupazione, non continua nell'anno, dall'altro comporta un'estrema concentrazione dei turisti in un determinato periodo. Tale effetto, a livello spaziale e temporale, comporta un carico notevole per gli ecosistemi dato da eccessiva frequentazione dei sentieri, aumento dei rifiuti e delle acque prelevate e da smaltire, inquinamento atmosferico e acustico. Osservando invece la distribuzione delle presenze nello spazio, si osserva che i visitatori non si distribui-

scono in modo omogeneo sul territorio. L'ente gestore ha calcolato due indicatori di pressione:

- il rapporto fra il numero degli arrivi e la superficie che sottende al carico turistico
- il tasso di ricettività, che rappresenta la potenzialità turistica (il numero di letti ogni 100 abitanti e ogni 100 ettari)

Il primo indicatore esprime la quota degli arrivi rispetto all'estensione del territorio, alla scala comunale. Il valore maggiore si riscontra nel settore valtellinese (3,57) seguito da quello bresciano (1,84). I valori rilevati sono comparabili con la media regionale della Lombardia (3,02 arrivi/sup) mentre risultano decisamente inferiori alle medie provinciali di Bolzano e Trento (5,57 e 4,13 rispettivamente), valori che denotano l'intensa turisticità di questi territori (dati APAT (2001)). Il secondo indicatore (tasso di ricettività turistica) presenta un valore molto elevato nel settore valtellinese (169); tale valore supera in modo rilevante la media regionale lombarda (2,68 letti per 100 abitanti) e quelle trentine e bolzanine (32,39 e 45,48 rispettivamente). Valutando l'indicatore in relazione alla superficie, la concentrazione maggiore si registra nel settore valtellinese mentre il valore minore si evidenzia nel settore bresciano.

Gli effetti dell'industria turistica sul territorio dell'area protetta si manifestano anche attraverso evidenti impatti sull'ambiente, esplicitati dall'aumento di traffico, produzione di rifiuti e di consumi energetici. Per quanto riguarda ad esempio l'intensità di traffico, secondo le misurazioni effettuate in alcune stazioni interne o prossime al Parco, risulta evidente una maggiore intensità dei flussi durante le stagioni primavera/estate (AA.VV., 2003). Analogamente, la produzione di rifiuti è superiore ai 365 kg per abitanti nei comuni sondrini del Parco, mentre nel resto della provincia di Sondrio è mediamente inferiore (ARPA Lombardia, 2007). Dal punto di vista ambientale, un altro importante effetto che si osserva è il consumo di suolo, che genera a sua volta perdita e degradazione del patrimonio naturale e culturale, mediante la costruzione di strade, sentieri e infrastrutture legate alle attività turistiche; tale impatto risulta particolarmente grave all'interno delle aree protette, che invece dovrebbero proteggere tali emergenze. All'interno del settore lombardo del Parco l'edificato costituisce il 0,2% della superficie totale del suolo, mentre sentieri e strade si dipanano complessivamente per 2113 km (1944 km di sentieri e 169 km di strade). L'analisi evidenzia che all'interno dei confini dell'area protetta l'uso turistico prevalente è legato alle attività sportive outdoor, mentre l'edificato è costituito prevalentemente da malghe tradizionali e rifugi. Accanto agli effetti sull'ambiente, vanno valutati gli effetti che il turismo ha sulle popolazioni locali; qualche indicazione può pervenire dall'indice di turisticità (il rapporto tra le presenze e gli abitanti), che mira a stimare l'effettivo peso del fenomeno turistico rispetto alla società ospitante. L'indicatore in Valtellina assume il valore 127, in Val Camonica 318; a livello comparativo tale indicatore in province turistiche quali quella di Bolzano e di Trento presenta valori medi inferiori (51 e 27 rispettivamente) (AA.VV., 2003).

1.6 Aspetti di sostenibilità socio-economica del turismo

1.6.1 La domanda turistica

Le esigenze e le aspettative dei visitatori del settore lombardo dell'area protetta sono state analizzate mediante un questionario rivolto ai turisti del Parco. Mediante lo

strumento ‘questionario’ sono stati analizzati i seguenti aspetti relativi alla domanda turistica:

- profilo del visitatore
- dimensione dello spesa effettuata dai turisti e distribuzione sul territorio dell’indotto economico generato
- soddisfazione dei visitatori in merito ai servizi di turistici forniti dall’ente gestore e dal territorio
- opinioni in merito ad alcuni aspetti della gestione dell’area protetta e del turismo.

1.6.2 Il questionario

Non esistono stime realistiche sul numero totale di visitatori che si reca ogni anno all’interno delle aree protette, soprattutto a causa della molteplicità di accessi che spesso questi territori presentano. In questo senso, non fa eccezione il Parco Nazionale dello Stelvio: per questo motivo, è stata impostata una ricerca di tipo esplorativo, che delineasse cioè i contorni di un tipo di turismo assai poco conosciuto non solo a livello locale, ma anche a livello nazionale ed internazionale. E’ stato quindi creato un campione di 200 interviste relative al turismo estivo, in modo che fosse sufficientemente rappresentativo per l’intera area protetta. Per rilevare le informazioni è stato utilizzato lo strumento questionario, strutturato con domande a risposte chiuse integrate a domande a risposta aperta per quanto riguarda le risposte difficilmente codificabili a priori (es. provenienza geografica, località di partenza, località di arrivo). La campionatura è stata effettuata mediante il metodo probabilistico casuale, in base al quale ciascun membro della popolazione in oggetto ha un’identica probabilità di essere scelto. La distribuzione, invece, è stata gestita in base al metodo dell’intervista personale: il questionario è stato letto al visitatore dal ricercatore, che si limita ad annotare contestualmente le risposte. La metodologia di somministrazione utilizzata ha garantito che tutti i questionari fossero compilati, quindi l’indagine ha ottenuto una validità del 100% sul totale degli intervistati. Il questionario è stato somministrato all’interno del settore lombardo dell’area protetta, lungo i sentieri, nei rifugi e presso i centri visita del Parco. Le aree di campionamento sono state scelte in modo che fossero omogeneamente distribuite nel Parco e che si distinguessero per il particolare pregio naturalistico, la facilità di accesso e l’attrattiva turistica. Allo scopo di coprire il periodo di maggior flusso turistico estivo, il campionamento è stato effettuato nei mesi di luglio, agosto e settembre 2007. La maggior parte dei questionari è stata raccolta durante il mese di agosto, periodo di maggior flusso turistico nell’area protetta.

1.6.3 Struttura del questionario

Il questionario somministrato agli utenti del Parco Nazionale dello Stelvio è stato preparato grazie all’analisi della letteratura e delle esperienze di indagine condotte in aree simili (tra gli altri si vedano: Gorla e Zanoni (2004); Cannas e Solinas (2005)). Il questionario, composto da 35 domande e suddiviso in 8 sezioni, si articola come segue:

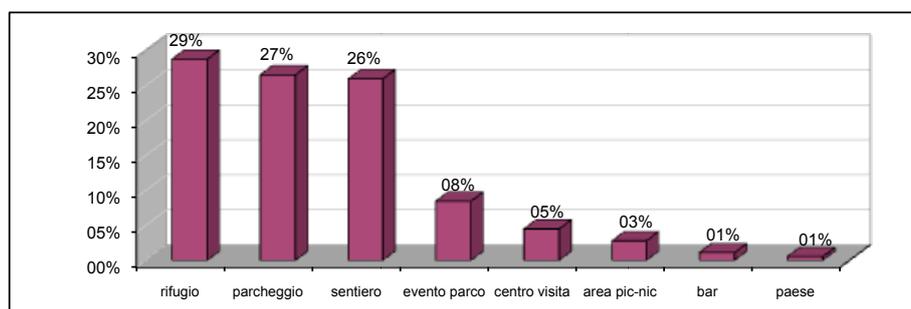


Figura 1.5: Punti di raccolta dei questionari

sezione anagrafica: contiene informazioni relative all'età, al comune di residenza, al titolo di studio, alla professione e al reddito;

sezione 1: I visitatori e il Parco: contiene informazioni circa il livello di conoscenza che hanno i turisti dell'area protetta e se questa rappresenta la destinazione principale della vacanza;

sezione 2: Caratteristiche della visita: contiene informazioni sul tipo di sistemazione, il mezzo di trasporto, permanenza e frequentazione del parco;

sezione 3: Organizzazione della visita: contiene informazioni sull'organizzazione della vacanza e sui canali di comunicazione utilizzati per informarsi;

sezione 4: La visita al Parco: contiene informazioni circa le motivazioni che hanno determinato la visita e il tipo di attività svolte;

sezione 5: L'opinione dei turisti: contiene informazioni circa l'opinione dei turisti su alcuni temi;

sezione 6: User satisfaction: contiene informazioni circa livello di soddisfazione in merito a servizi offerti dal Parco e dal territorio;

sezione 7: Spese dei visitatori: contiene informazioni circa le spese effettuate dai visitatori durante il loro soggiorno all'interno dell'area protetta e del territorio limitrofo.

Il visitatore del Parco Nazionale dello Stelvio: una fotografia

I dati contenuti nella tabella, relativa ai comportamenti prevalenti del turista del parco, sono stati estremamente funzionali per definire le principali caratteristiche del visitatore-tipo del Parco del Parco Nazionale dello Stelvio.

Profilo del visitatore

Secondo una ricerca del CTS, che ha svolto un'indagine fra i visitatori dei Parchi Nazionali Italiani, pubblicata in un recente rapporto, i turisti che si recano nelle aree protette sono prevalentemente giovani, tanti viaggiano con la famiglia e provengono dalla regione in cui si trova il Parco, ma Lombardia e Lazio sono le regioni da cui proviene la maggioranza di ecoturisti (Cannas e Solinas, 2005). L'indagine nel Parco

Tabella 1.1: Caratteristiche prevalenti del visitatore del Parco Nazionale dello Stelvio

età	anni 36-45 (30,3%); anni 46-55 (24,2%)
regione di residenza	Lombardia (80%)
titolo di studio	diploma superiore (42%)
professione	impiegato/tecnico (34%)
reddito familiare	20-40.000 € (48,4%)
motivazioni alla visita	interesse escursionistico (50,8%); interesse naturalistico (21,2%)
attività svolte	escursioni in montagna (92,4%); relax, picnic (88,2%)
livello di soddisfazione globale sui servizi	soddisfatto (53%)

Nazionale dello Stelvio delinea il profilo di un visitatore adulto (il 54,5% ha un'età compresa tra 36 e 55 anni) in età lavorativa e probabilmente ha una famiglia. Ha un titolo di studio medio-alto: (il 42% è in possesso di diploma di scuola media superiore e il 34% è laureato) e una posizione professionale piuttosto qualificata: il 34% degli intervistati è costituito da impiegati e tecnici specializzati, l'11% di liberi professionisti e imprenditori. Il dato sembra essere in linea con quello nazionale dei turisti che visitano i parchi italiani (Cannas e Solinas, 2005) e i percorsi escursionistici (Lanza *et al.*, 2006); peraltro, ricerche a livello europeo sul profilo del turista interessato alla natura mettono in luce come questo tipo di visitatore sia più istruito rispetto alla media e abbia un'età compresa tra 39 e 59 anni (European Commission, 2003). In particolare, la ricerca CTS a livello nazionale ha fatto emergere che i turisti dei parchi nazionali hanno un titolo di studio superiore (52% diploma, 27% laurea), ha una professione qualificata (50%), mentre in generale l'età media è più bassa rispetto a quanto riscontrato nel Parco Nazionale dello Stelvio (nei parchi nazionale il 28% ha un'età compresa tra 26 - 35 anni, il 26% tra 36-45 anni) (Cannas e Solinas, 2005).

Alla richiesta di quale fosse il reddito del nucleo familiare di appartenenza, un intervistato su due indica una somma tra 20 e 40.000 €, mentre circa un visitatore su quattro dichiara di avere un reddito familiare compreso tra 40.000 € e 60.000 €. Significativa la presenza di gruppi familiari 'monoreddito', che costituiscono il 38% del totale.

Riguardo alla provenienza, l'80% degli intervistati è residente in Lombardia, mentre il restante 20% proviene da altre regioni, situate prevalentemente nel centro e nord Italia. Quest'ultimo dato sottolinea come il Parco sia abbastanza ben conosciuto al di fuori dei confini regionali; soprattutto in Toscana, Emilia-Romagna, Piemonte e Lazio. Analizzando più nel dettaglio la provenienza dei visitatori lombardi, si nota che circa un visitatore su due proviene dalla provincia di Milano (44%), seguita dalle province di Como (15%), Lecco (11%) e Varese (10%). Risultano invece poco rappresentate le province di Brescia (6%) e Sondrio (5%), sebbene il settore lombardo del Parco ricada all'interno di esse; questo dato sembra avvalorare la rilevanza che la variabile 'lontananza' (intesa in termini non tanto spaziali, quanto come diversità esistente tra il luogo in cui normalmente si vive e la meta turistica) esercita nella scelta della destinazione. Anche in questo caso il dato è in linea con quanto già rilevato da CTS

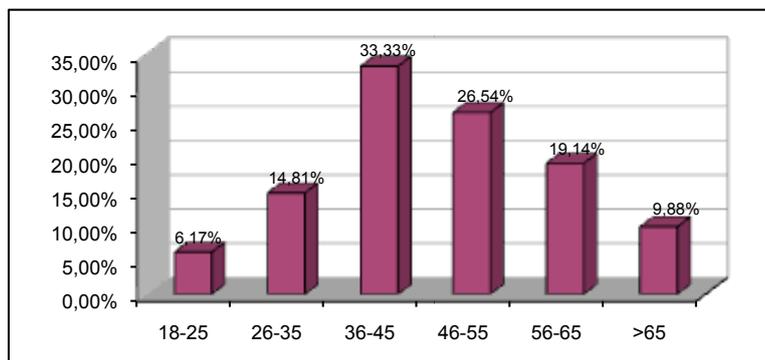


Figura 1.6: Età degli intervistati

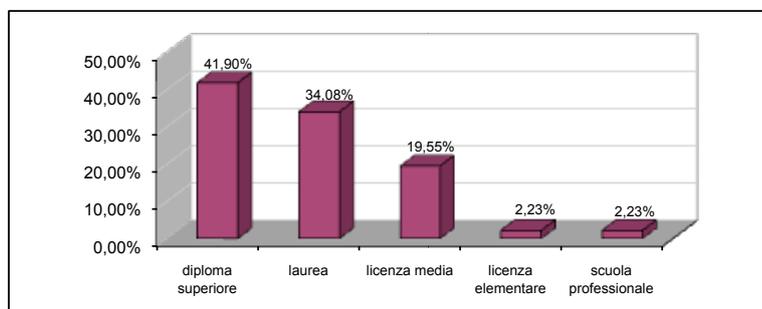


Figura 1.7: Titolo di studio degli intervistati

nel 2003 all'interno del Parco Nazionale dello Stelvio, che sottolinea come i visitatori lombardi rappresentino la componente più significativa dei turisti presenti all'interno del Parco. Va anche aggiunto a queste considerazioni che più di una ricerca ha evidenziato che il turismo nelle aree protette è costituito in prevalenza da un'utenza regionale, e che la maggior parte dei visitatori proviene da aree limitrofe al parco (Mangano, 2007).

1.6.4 I visitatori e il Parco

Che rapporto ha il turista con il Parco? L'indagine effettuata ha cercato di dare una risposta a questa domanda, analizzando quale tipo di frequentazione caratterizza il Parco Nazionale dello Stelvio e qual è il livello di conoscenza che hanno i visitatori del Parco stesso. In generale, risulta che il turista che frequenta il Parco sa bene di trovarsi in un'area protetta (97,2%), è un frequentatore abituale (69,8%) e ha già visto materiale informativo relativo al Parco (81,5%). E' soddisfatto della visita, infatti dichiara che tornerà (95,5%) e che consiglierà il Parco come meta per una vacanza ad amici e conoscenti (96,1%). Non per tutti la presenza del Parco rappresenta la motivazione principale per visitare l'area: infatti il 74,6% dei visitatori dichiara che la presenza del Parco non è stata determinante per scegliere la località come meta di una vacanza, e il 56,3% ritiene che il Parco non rappresenti la destinazione principale del proprio soggiorno. Emerge quindi chiaramente che il fattore 'presenza del Parco'

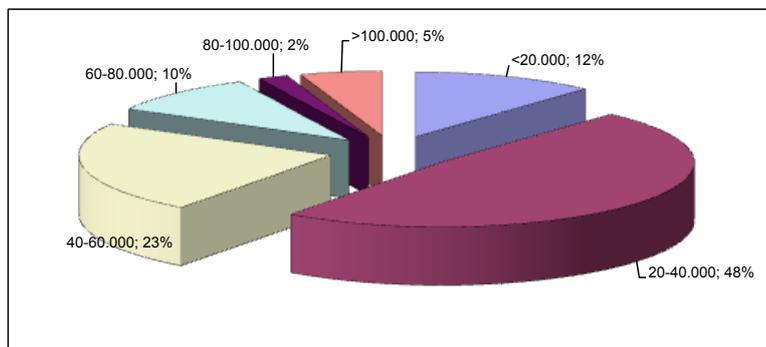


Figura 1.8: Fascie di reddito degli intervistati

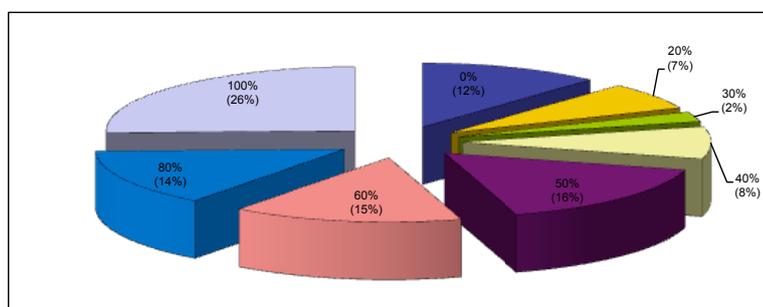


Figura 1.9: Percentuale di reddito degli intervistati sul reddito del nucleo familiare

non è determinante per scegliere la zona come destinazione turistica. Nonostante ciò, i visitatori sono ben consapevoli di trovarsi in un'area protetta e per questo si informano: è significativo notare anche che quasi tutti gli intervistati sono disposti a tornare e a consigliare ad altri di visitare il Parco. In generale, si osserva che nelle aree protette nazionali il visitatore è consapevole di trovarsi in un parco ed è già stato nel parco in cui è avvenuta l'intervista (Cannas e Solinas, 2005).

1.6.5 Caratteristiche della visita

Frequenza delle visite

Attraverso il questionario è stata analizzata la frequentazione del Parco, in particolare è stato verificato se i frequentatori abituali dell'area del Parco siano tali sia in estate che in inverno e quanto lunga sia mediamente la loro permanenza. Dall'analisi dei risultati emerge che nel periodo estivo i visitatori 'abituali' dichiarano di fermarsi per periodi abbastanza lunghi e ben definiti: 1 settimana (24,1%) e 2 settimane (24,1%), mentre per il 28,8% la permanenza si prolunga dalle tre settimane in su. Si osserva anche che ben il 53,8% dei visitatori estivi dichiara di non frequentare l'area del Parco durante i mesi invernali, a testimonianza del fatto che durante l'inverno almeno una parte dei visitatori abituali non sono gli stessi del periodo estivo.

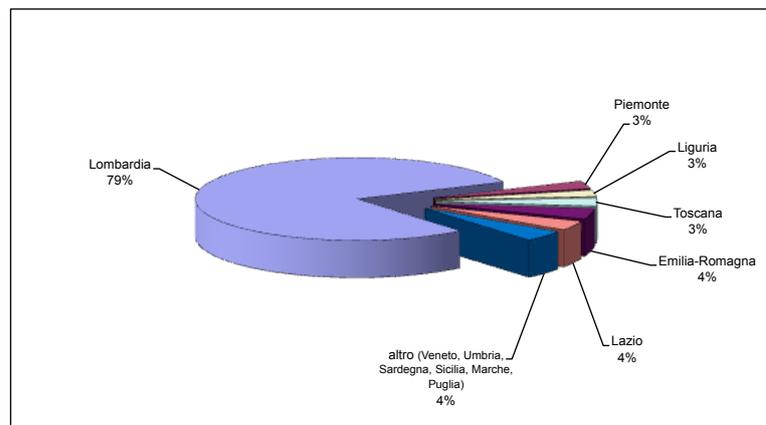


Figura 1.10: Regione di provenienza degli intervistati

Tipo di sistemazione

Il 40% degli intervistati dorme in hotel/residence, seguito dal 25% che utilizza il proprio appartamento. Significativa in particolare quest'ultima percentuale, che, sommata all'8% di coloro che dormono ospiti da amici e/o parenti, fa emergere che un visitatore su tre non utilizza le strutture ricettive locali, sostanzialmente definendo una tipologia turistica fortemente legata all'utilizzo delle seconde case. Riflettendo quanto già evidenziato precedentemente, anche l'analisi del consumo dei pasti sottolinea che la maggior parte dei visitatori si 'auto-organizza': in media il 70% degli intervistati mangia a casa oppure al sacco, mentre solo il 3,5% cena abitualmente al ristorante.

Permanenza

Per quanto riguarda la permanenza, in media il turista si ferma nell'area del Parco 11,5 notti e 12,1 giorni. Incrociando la permanenza con il tipo di struttura ricettiva locale, si osserva che tende a fermarsi di più chi risiede in un appartamento in affitto (in media 20 giorni), seguito da chi possiede un appartamento proprio (15 giorni circa). Nelle strutture ricettive classiche (hotel, pensioni, bed and breakfast) i giorni di permanenza sono mediamente meno (tra 8 e 6).

Mezzo di trasporto

Il mezzo di trasporto più utilizzato per raggiungere il Parco è l'auto di proprietà (91,6%); i mezzi di trasporto alternativi e "sostenibili" (treno e pullman) hanno un ruolo molto marginale nell'apporto di turisti al Parco. Anche per muoversi all'interno del Parco durante la propria vacanza i turisti utilizzano l'auto di proprietà abbinata allo spostamento "a piedi". Nello spostamento all'interno del Parco vengono però utilizzati anche altri mezzi, seppur solo da una piccola nicchia di visitatori: bici di proprietà, jeep a noleggio e impianti di risalita.

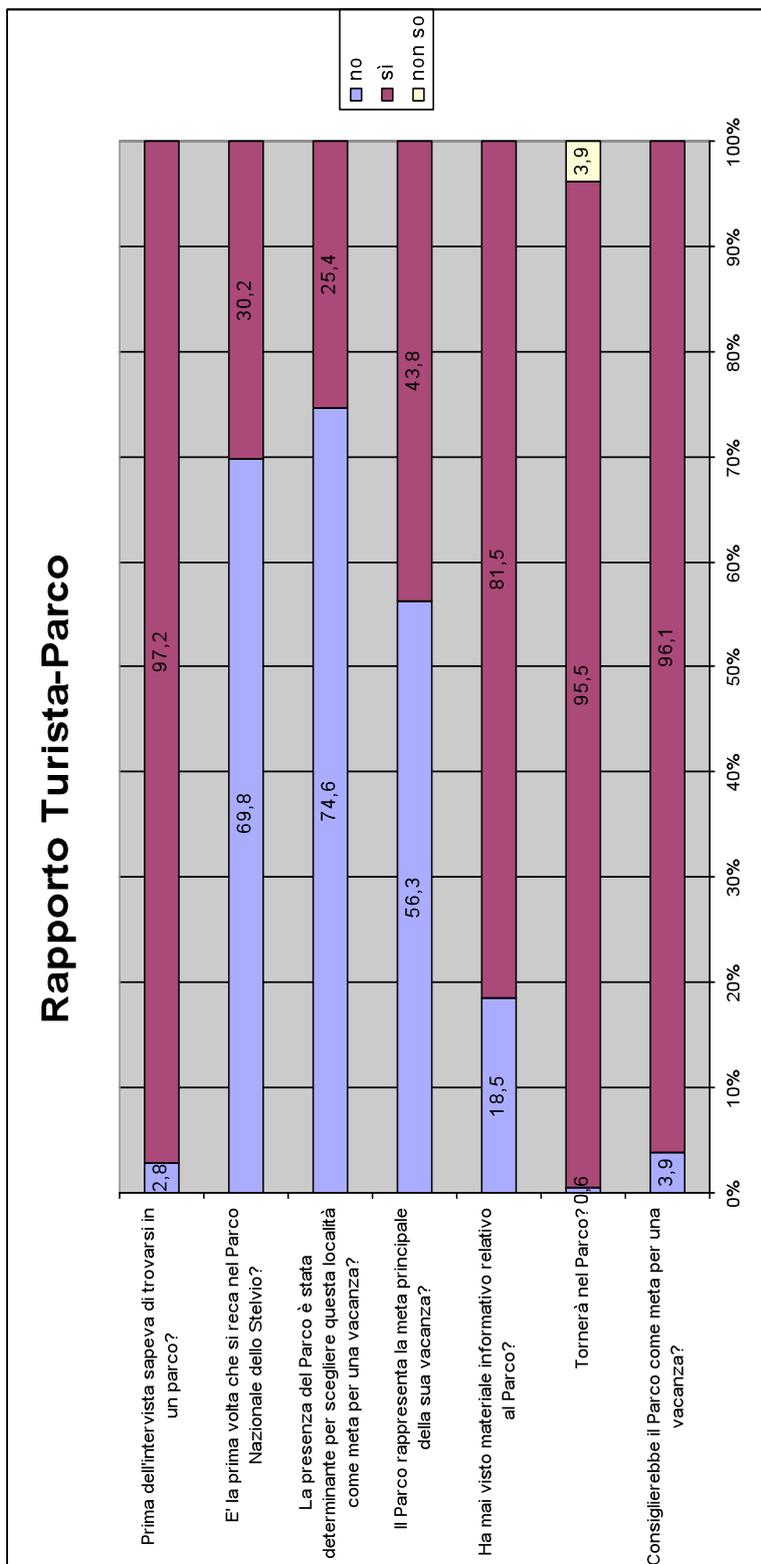


Figura 1.11: Analisi del rapporto tra i turisti e il Parco

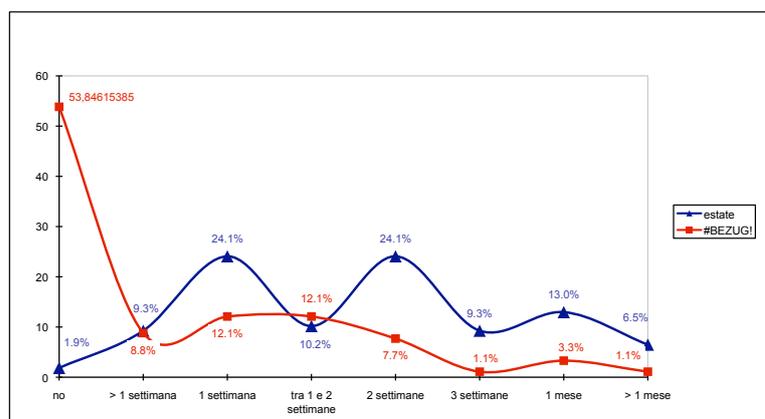


Figura 1.12: Analisi della frequentazione invernale ed estiva

Organizzazione della visita

Il turista si reca nel Parco in compagnia di amici e/o familiari, tranne alcune rare eccezioni rappresentati da visitatori che dichiarano di spostarsi “da soli” (3,9%), come si può osservare dal grafico; è invece praticamente assente la modalità di vacanza con gruppo organizzato, comprese le associazioni escursionistiche (Club Alpino Italiano, etc.) Anche nell’organizzazione della vacanza il turista preferisce “fare da sé”: il 96% dei rispondenti dichiara di aver organizzato la vacanza con l’aiuto di familiari e amici oppure da soli. Ancora molto scarso il ruolo svolto da tour operator (3%) e associazioni (1%), che pure giocano un ruolo importante nell’organizzazione turistica in contesti analoghi al Parco Nazionale dello Stelvio. A livello nazionale è ancora poco affermata l’attività di tour operator specializzati nell’organizzazione di soggiorni nelle aree protette, e questo spiega in parte la prevalenza di visitatori fai-da-te; d’altra parte, il dato conferma la tendenza secondo la quale oltre l’80% dei turisti italiani non usufruisce dei servizi di agenzie e tour operator per preparare il proprio viaggio (Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT), 2004).

La dimensione dei gruppi che si muovono nel Parco oscilla tra 1 e 6 componenti, anche se la dimensione media del gruppo familiare si attesta tra 2 e 3 componenti. In prevalenza i turisti si muovono quindi “a coppie”, più eventualmente un figlio. Solo un gruppo su quattro è composto da 3/4 membri: evidenziando la carenza di gruppi familiari con bambini, che in altri casi costituiscono un’importante componente del turismo nelle aree protette.

Comunicazione

Quali sono i canali di informazione più utilizzati dai visitatori? Dall’analisi delle risposte, risulta che gli uffici turistici svolgono un ruolo importante (38,6%), seguiti dai centri visita del Parco (22,3%); ancora scarso il ruolo giocato da internet (solo 12,7%), dal passaparole tra amici (6,8%) e da alberghi e rifugi (rispettivamente 4,4% e 2%).

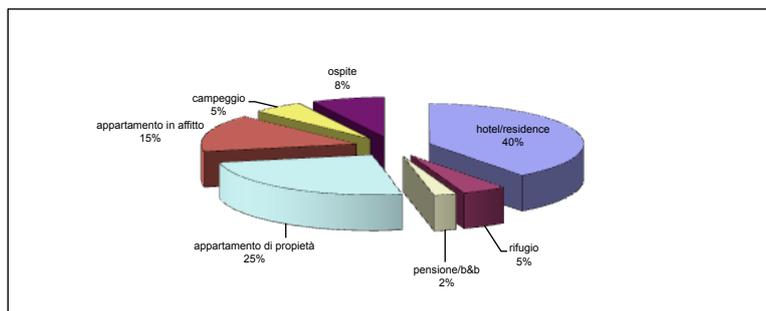


Figura 1.13: Tipo di sistemazione scelta dagli intervistati

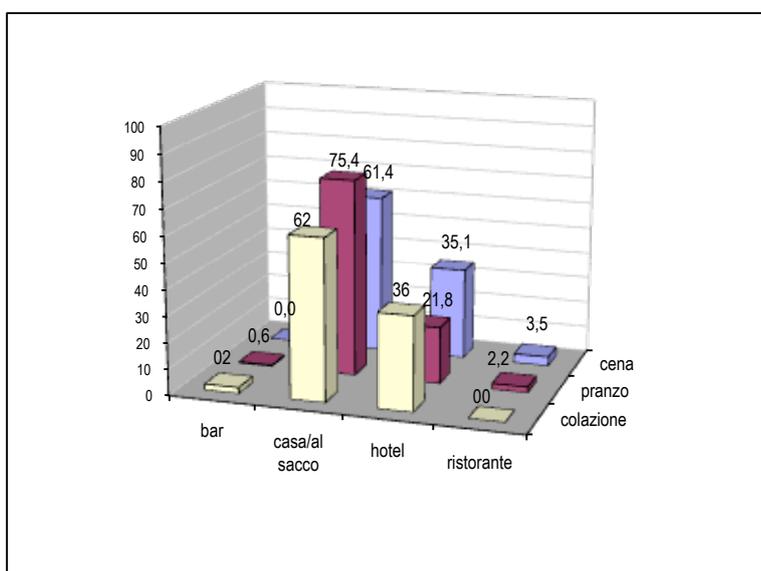


Figura 1.14: Dove vengono consumati i pasti

La visita al Parco

Al primo posto tra le motivazioni per una visita al Parco gli intervistati indicano le escursioni (50,8%), al secondo posto la natura (flora e fauna) (21,2%). Riscuote invece poco successo l'interesse verso altre attività sportive (es. ciclismo e alpinismo), che risulta la principale motivazione solo per il 6,1% degli intervistati. Va rilevato però che il dato potrebbe essere in parte influenzato dal tipo di indagine effettuata che per scelta di orari e luoghi di raccolta delle interviste potrebbe non essere stato in grado di intercettare questo tipo di turismo. Anche una recente indagine sul turismo natura svolta in Spagna riferisce che una delle attività maggiormente praticate è l'osservazione della flora e della fauna, mentre gli sport preferiti restano l'escursionismo e il ciclismo, seguiti, in misura minore, dall'arrampicata sportiva e dall'equitazione (Blanco Portillo, Ricardo, 2006).

Le motivazioni alla visita si riflettono sulle attività di tipo sportivo e naturalistico svolte dai visitatori: il 92,4% effettua escursioni o brevi passeggiate in montagna, il 77,1% si dedica all'osservazione di animali. Poco successo hanno le attività sportive

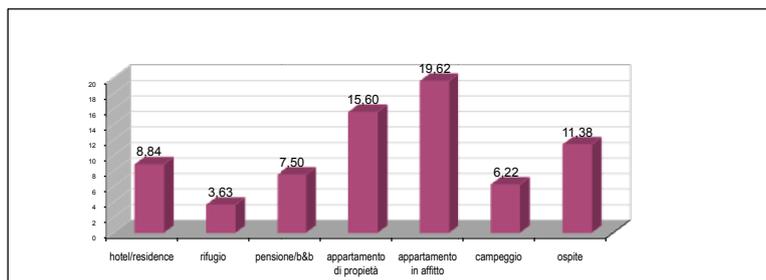


Figura 1.15: Giorni di permanenza media nelle diverse strutture ricettive

come il ciclismo, praticato solo da un visitatore su cinque, e l'alpinismo (8,8%). Per quanto riguarda le attività legate alla cultura locale, l'88,2% dei visitatori gode di relax, il 74,7% si dedica a degustazioni enogastronomiche, il 71,2% acquista prodotti e artigianato locale. Attività queste ultime che negli ultimi anni hanno avuto un incremento notevole e vengono sempre più spesso valorizzate dagli enti gestori delle aree protette, che si sono prefissate di proteggere la diversità della cultura umana accanto alla biodiversità..

1.6.6 L'opinione dei visitatori

Ai visitatori sono state sottoposte una serie di affermazioni riguardanti il Parco ed è stato chiesto loro di esprimere un'opinione utilizzando una scala variabile tra «per niente d'accordo» a «molto d'accordo». In particolare, è stato indagato il parere dei turisti in merito all'importanza dell'area protetta per la conservazione della natura e alle possibilità di miglioramento dell'azione dell'ente gestore, mediante la valorizzazione delle risorse (naturali, storiche, enogastronomiche e sportive) e l'attuazione di interventi sul turismo (con la promozione di attività alternative all'escursionismo e il potenziamento del sistema di mobilità pubblica). Infine, è stata valutata la propensione del visitatore verso forme di finanziamento personale al Parco (diretto attraverso donazioni, oppure indiretto tramite il pagamento dei parcheggi). L'affermazione che ha riscosso maggior consenso, è la volontà di mantenere e conservare l'area Parco allo stato naturale controllando lo sviluppo (70,4% d'accordo, 27,8% molto d'accordo). Altre affermazioni condivise dagli intervistati riguardano la possibilità di utilizzare un bus navetta a pagamento per spostarsi nel Parco, la volontà di finanziare i progetti di conservazione del Parco attraverso donazioni libere e la disponibilità a pagare i parcheggi per contribuire alle attività dell'ente. Particolarmente interessanti sono questi ultimi dati, che sottolineano come i visitatori diano un valore all'area protetta e le attribuiscono un ruolo fondamentale per la protezione dell'ambiente. Quanto alle possibilità di miglioramento dei servizi offerti, emerge una richiesta di promuovere la mobilità sostenibile e di attivare attività alternative in caso di maltempo. Dall'altro lato, i turisti risultano poco interessati a incrementare la disponibilità di attività sportive, nonché di gastronomia e artigianato locale. Anche la possibilità di fruire maggiormente del patrimonio storico, ad esempio attraverso la costruzione di musei, viene considerata poco interessante.

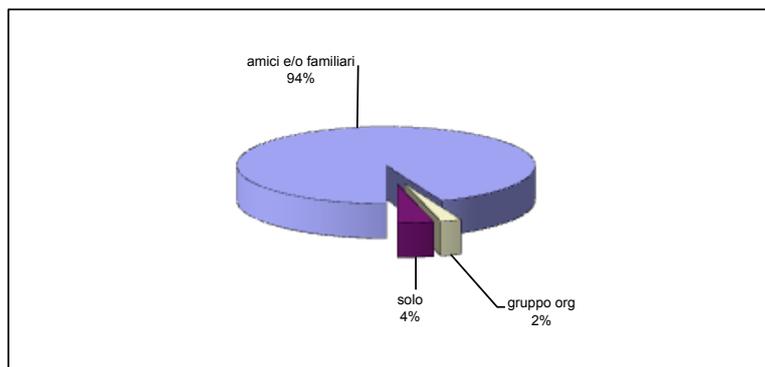


Figura 1.16: Tipi di gruppi

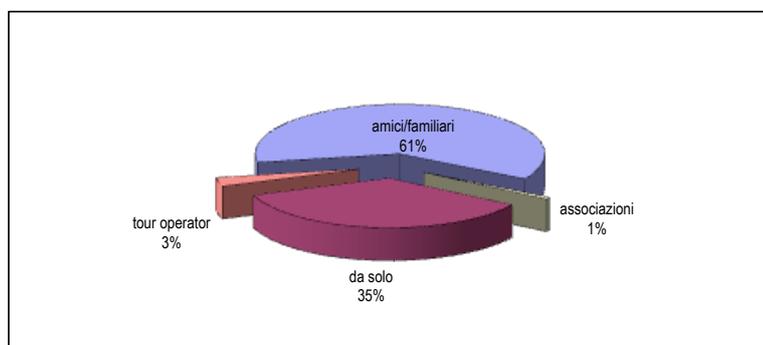


Figura 1.17: Modalità di organizzazione della vacanza

1.6.7 User satisfaction

La *user satisfaction* (o soddisfazione dell'utente) è un'evoluzione del concetto di *customer satisfaction* (o soddisfazione del cliente), utilizzato in campo aziendale per analizzare le tendenze della domanda del consumatore. La *user satisfaction* è invece orientata all'utente generico di un servizio, generalmente (ma non esclusivamente) offerto da un ente pubblico o dal territorio. Nell'ambito dell'indagine effettuata la soddisfazione globale sui servizi offerti è stata misurata attraverso la richiesta di un parere su un gruppo di servizi in parte offerti dal territorio, in parte dall'ente gestore del Parco; il risultato finale è stato ottenuto sommando il numero totale di risposte e ricavando in tal modo la percentuale totale. Attraverso questa procedura è stato possibile ottenere un giudizio globale 'reale': da notare infatti che alla domanda diretta su quale fosse il giudizio globale sui servizi offerti il 27% degli intervistati si dichiara «totalmente soddisfatto», mentre la somma delle risposte «totalmente soddisfatto» date ai singoli servizi si assesta appena all'8%. I servizi indagati sono:

- qualità delle informazioni turistiche
- qualità del trasporto pubblico
- intensità del traffico stradale
- intrattenimento

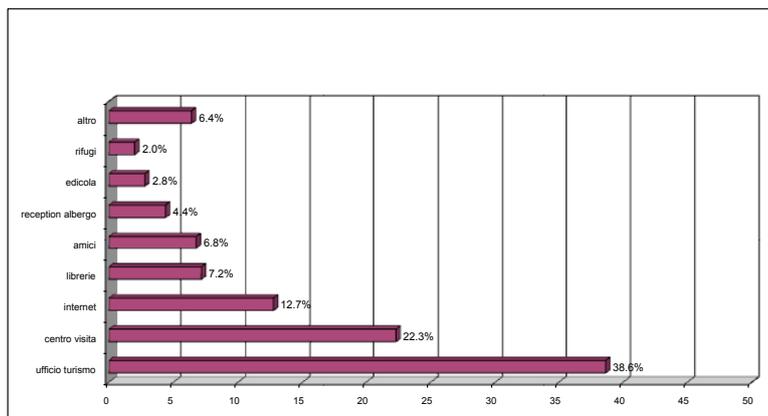


Figura 1.18: Canali di informazione utilizzati dai visitatori

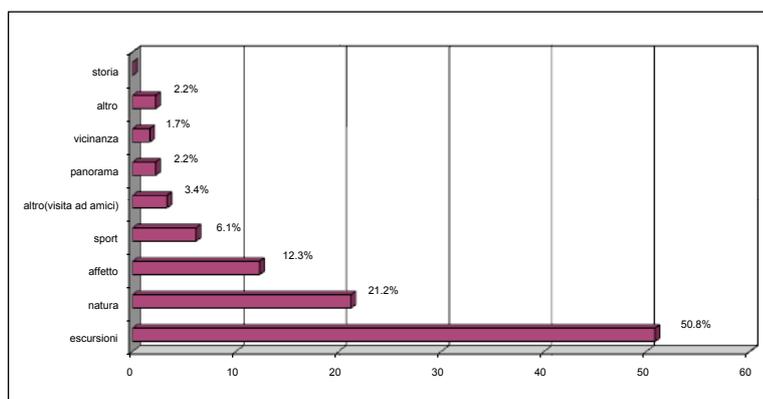


Figura 1.19: Motivazioni alla visita al Parco

- livello dei prezzi
- qualità dell'alloggio e dei ristoranti
- qualità del patrimonio naturale e culturale
- conservazione della natura
- pulizia dei sentieri e chiarezza della segnaletica
- centri visita
- facilità reperimento materiale informativo
- qualità delle informazioni su alloggi e ristoranti
- qualità delle informazioni sul patrimonio naturale e culturale

I risultati evidenziano che il 61% dei visitatori è soddisfatto o totalmente soddisfatto dei servizi, e solo il 15% dei pareri sono «non soddisfatti» o indifferenti; va

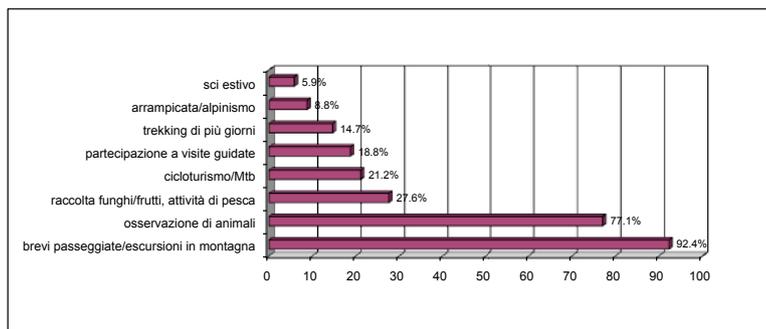


Figura 1.20: Attività praticate dai visitatori (tipologia: sport e natura)

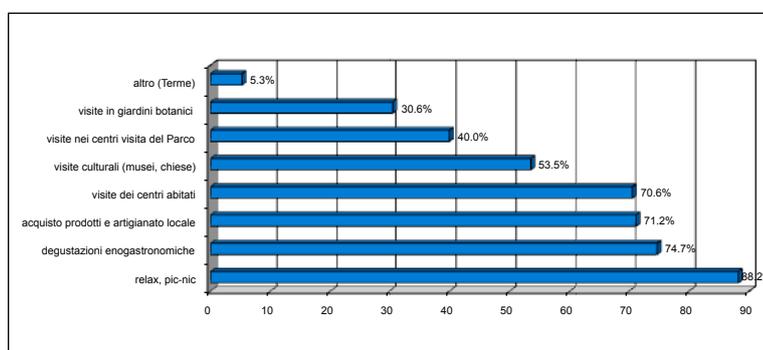


Figura 1.21: Attività praticate dai visitatori (tipologia: cultura locale)

rilevata la percentuale molto alta di ‘non risposte’ (24%), legate alla non fruizione dei servizi indagati.

L’analisi è proseguita distinguendo tra servizi organizzati dall’ente gestore e servizi offerti dal territorio. La suddivisione ha permesso di identificare le carenze organizzative, potendo distinguere tra servizi offerti dall’ente Parco e quelli offerti dal territorio: l’organizzazione dell’industria turistica è infatti piuttosto complessa e le responsabilità non possono essere imputabili ad un solo soggetto, anche per le aree protette. Emergono nel caso del Parco Nazionale dello Stelvio alcune importanti differenze tra l’ente gestore e il resto del territorio: i servizi organizzati e gestiti dal Parco raccolgono infatti maggior soddisfazione rispetto a quelli che fanno capo in maniera generica al territorio.

1.6.8 L’offerta turistica

Il progetto EcoTour ha previsto anche una fase di coinvolgimento degli attori locali coinvolti nella gestione del turismo, in primo luogo l’ente gestore dell’area protetta, e successivamente le amministrazioni locali e gli operatori turistici. Nel corso di un incontro con i principali attori sono state sviluppate le principali problematiche aperte sul territorio. all’incontro erano presenti rappresentanti di una comunità montana, di associazioni escursionistiche, comuni, e di un’azienda di promozione turistica nonché un numero importante (quasi un terzo degli presenti) di rappresentanti di

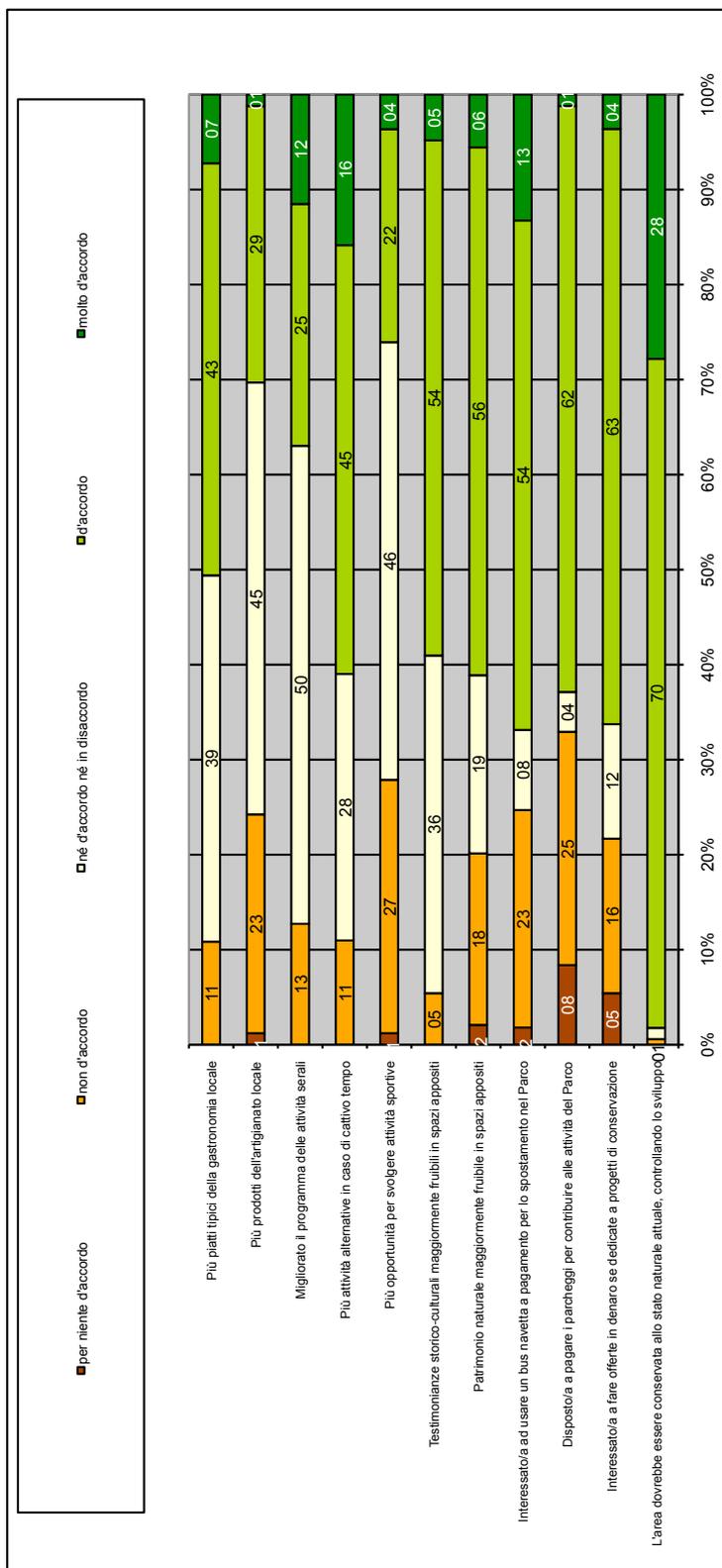


Figura 1.22: L'opinione dei visitatori

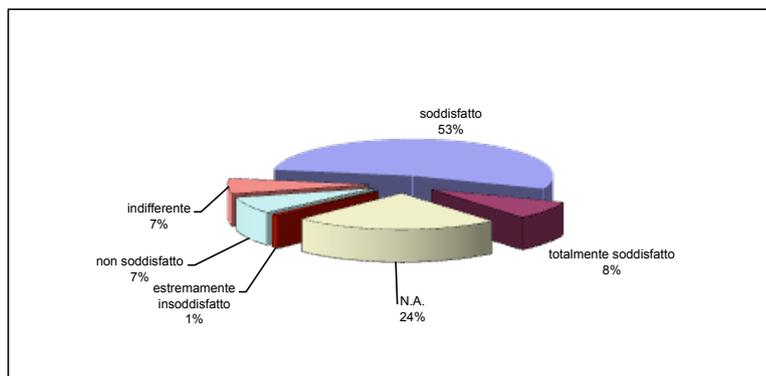


Figura 1.23: Analisi del livello di soddisfazione dei visitatori

strutture ricettive (alberghi e aziende agrituristiche). L'incontro è stato organizzato con l'obiettivo di:

- informare gli stakeholder sul progetto EcoTour nel Parco e sulle azioni implementate dall'ente Parco in campo eco-turistico
- raccogliere le osservazioni degli stakeholder sulle problematiche e le opportunità del turismo all'interno dell'area protetta

La metodologia utilizzata, già sperimentata in precedenza (Cassinelli *et al.*, 2007), ha previsto un primo momento di confronto, durante il quale sono stati spiegati gli obiettivi del progetto e la strategia turistica condotta dall'Ente Parco; successivamente, gli stakeholder intervenuti si sono confrontati nel corso di una tavola rotonda che ha avuto come domanda chiave: «Come può diventare il Parco una risorsa turistica per il territorio?» Il tavolo di lavoro, coordinato da un moderatore, ha fatto emergere sia problematiche che possibili proposte per migliorare la gestione dell'offerta turistica nel territorio del Parco: i temi emersi durante la discussione sono stati organizzati su un cartellone e al termine del lavoro dei gruppi questo è stato esposto e commentato a tutti i partecipanti all'incontro. Le principali tematiche individuate dagli stakeholder riguardano la struttura dell'ente gestore, il rapporto tra Parco e popolazione, la comunicazione e l'importanza di dare impulso all'economia locale. La buona risposta all'invito per l'incontro testimonia che esiste un interesse generale, tra gli operatori turistici locali, per una discussione sulle opportunità rappresentate dalla presenza del parco per il turismo locale. In generale il Parco viene percepito come un'opportunità per valorizzare il territorio: si percepisce il desiderio di potenziare il ruolo dell'ente parco nella rete locale, per favorire le economie locali e per creare una rete di comunicazione e collaborazione più solida. Nel contesto dell'incontro è molto positiva la posizione assunta da molti partecipanti, che si sono messi in luce alcune possibili soluzioni alle problematiche locali, sottolineando la volontà di partecipazione e di azione.

1.7 L'impatto economico

Il presente paragrafo presenta una stima quantitativa dell'impatto economico della spesa turistica del parco dello Stelvio sull'economia locale.

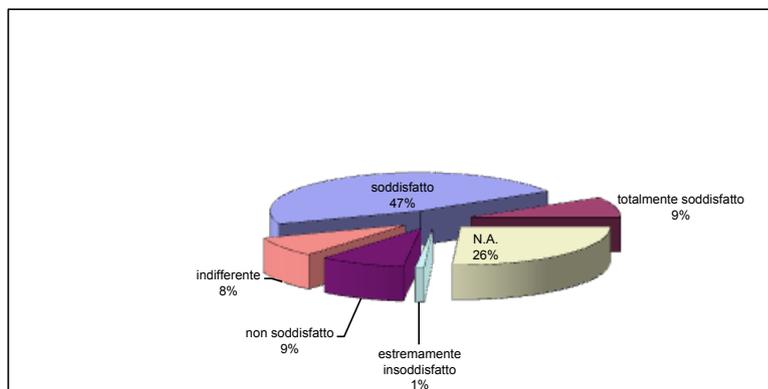


Figura 1.24: Analisi della user satisfaction (servizi offerti dal territorio)

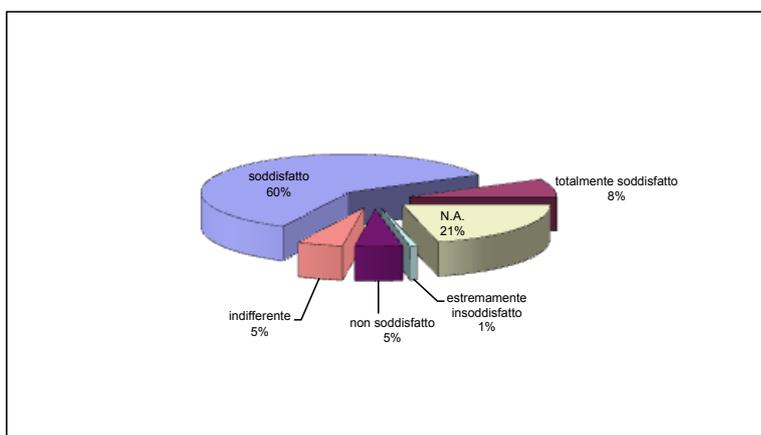


Figura 1.25: Analisi della user satisfaction (servizi offerti dal Parco)

1.7.1 Scopo e metodologia

Una conoscenza quantitativa dell'impatto monetario permette l'identificazione di strategie di marketing e management più appropriati per il settore turistico e rappresenta un'importante considerazione nei piani di turismo nazionale, regionale e municipale. Per evidenziare tale impatto, nel questionario somministrato ai visitatori del parco dello Stelvio (vedi 1.6.2) era stato inserito un gruppo di domande di tipo prettamente economici, riguardanti ad esempio la tipologia di spesa effettuata dai turisti, il numero di giorni di permanenza nel parco, la tipologia di alloggio, il luogo di consumazione di colazione, pranzo e cena e il reddito percepito. I dati considerati comprendono la stima del numero di turisti presenti all'interno della località protetta, effettuata a partire dai dati raccolti dai nostri rilevatori circa le presenze di turisti riscontrate nelle aree caso-studio del Parco e dai dati su presenze e arrivi nelle strutture ricettive dei comuni della provincia di Sondrio (Provincia di Sondrio, 2007). Il periodo preso in esame è quello primaverile-estivo del 2007. Il numero di presenze tra maggio e novembre stimato è di circa 480.000: tale valore si divide in modo non equo tra i mesi considerati, osservando, come facilmente prevedibile, due picchi nei mesi di Luglio e

Agosto. L'apparato metodologico utilizzato per la determinazione di tali effetti si fon-

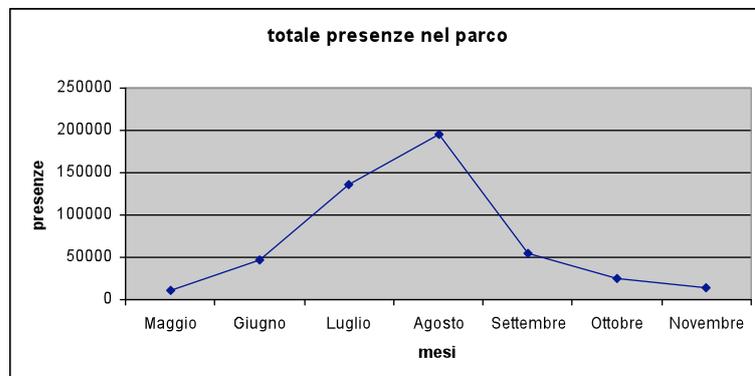


Figura 1.26: Numero di presenze nel parco dello Stelvio tra maggio e novembre 2007

da sull'elaborazione delle tavole intersettoriali dell'economia (analisi input/output), che permettono di interpretare la formazione del prodotto e la relativa utilizzazione, descrivendo le interrelazioni tra ciascuna branca di attività e tutte le altre. Esse infatti descrivono l'attività di produzione di beni e servizi che si presenta in un dato periodo nel sistema economico osservato: flussi di beni e servizi prodotti scambiati con il resto del mondo e utilizzati all'interno del paese nel corso di un dato anno, e servizi resi dai fattori produttivi all'attività delle branche. La tavola input-output si presenta come una tabella a doppia entrata, costituita da una "testata", dedicata agli operatori che impiegano i beni e i servizi, e una "fiancata", dedicata agli operatori dai quali prendono origine le risorse. La sua struttura può essere, inoltre, scomposta in tre sezioni: i "settori", che rappresentano le transazioni interindustriali, la "domanda", che identifica gli usi finali, e infine il "valore aggiunto", che coincide con gli input primari. Essa presuppone due condizioni di equilibrio: la prima riguarda l'eguaglianza tra il valore della produzione e l'ammontare dei costi sostenuti per ottenerla (equazione dei costi), la seconda invece è l'eguaglianza tra le risorse disponibili e i loro impieghi (equazione di bilancio²).

²Tutte le acquisizioni dei mezzi di produzione (impieghi patrimoniali e reddituali) si accompagnano obbligatoriamente ad una necessità dei mezzi finanziari (fonti di finanziamento patrimoniali e reddituali).

Tavole input output

		Settori (j)		Domanda finale	Domanda finale
		1	\dots n		
Settori(i)	1	p_1x_{11}	\dots p_nx_{1n}	p_1F_1	p_1X_1
	\vdots	\vdots	\vdots	\vdots	\vdots
	n	p_nx_{n1}	\dots p_nx_{nn}	p_nF_n	p_nX_n
Valore aggiunto					
Lavoro (k)	1	w_1L_{11}	\dots w_nL_{n1}		
	\vdots	\vdots	\vdots		
	s	w_nL_{1n}	\dots w_nL_{nn}		
Altro		Π_1	\dots Π_n		
Imposte		T_1	\dots T_n		
Offerta totale		p_1X_1	\dots p_nX_n		

Le tavole possono essere impiegate per prevedere appunto i livelli di produzione, di seguito vengono riportati alcuni passaggi matematici che permettono tale analisi sotto l'ipotesi di costanza dei coefficienti al variare della scala di produzione (linearità):

$$\begin{cases} x_{11} + x_{12} + \dots + x_{1n} = X_1 \\ \vdots \\ x_{n1} + x_{n2} + \dots + x_{nn} = X_n \end{cases}$$

$$a_{ij} = x_{ij}/X_j \implies x_{ij} = a_{ij} * X_j$$

$$\begin{aligned} AX + Z &= X_1 \\ Z &= X - AX_1 \\ Z &= (1 - A)X \\ X &= (1 - A)^{-1}Z_1 \end{aligned}$$

$$A = \begin{pmatrix} a_{11} & \dots & a_{1n} \\ \vdots & \vdots & \vdots \\ a_{n1} & \dots & a_{nn} \end{pmatrix}$$

$$X = \begin{pmatrix} X_1 \\ \vdots \\ X_n \end{pmatrix}$$

$$Z = \begin{pmatrix} Z_1 \\ \vdots \\ Z_n \end{pmatrix}$$

Per la determinazione dell'impatto economico totale, viene usato quindi un modello complesso che permette una buona attendibilità dei risultati in termini sia di effetti diretti che effetti moltiplicativi indotti, e una grande ricchezza interpretativa ed espositiva in relazione alle variabili economiche di output e alla loro disaggregazione settoriale. Esistono, infatti, tre categorie di impatti:

1. *effetto diretto*³, direttamente associato con la spesa turistica;
2. *effetto indiretto*⁴, associato all'aumento della domanda dalle industrie turistiche ai fattori di produzione locale e ad altri settori dell'economia locale;
3. *effetto indotto*⁵, correlato con la spesa dei ricavi addizionali guadagnati direttamente o indirettamente come conseguenza di un aumento della spesa turistica.

Dalla somma di questi tre impatti si ottiene *l'impatto economico totale*. Nel luogo di destinazione i turisti spendono i loro soldi per comprare beni e servizi. Questa spesa iniziale è generalmente diretta a settori specifici dell'economia (alloggio, ristoranti, commercio al dettaglio, trasporti) e rappresenta dei rendimenti aggiuntivi soprattutto per queste attività. Parte di questi ritorni viene usato per comprare beni e servizi intermedi che saranno impiegati nei cicli produttivi futuri (*intermediate demand*). Una parte rimanente sarà invece spesa per acquistare i servizi dei fattori produttivi: lavoro, capitale (salari, interessi), per pagare le tasse o per i risparmi.

Avendo a disposizione solo tavole input-output a livello regionale, e dati dai questionari a livello provinciale, risulta necessario riscalarle le tavole input-output al livello provinciale per ottenere dei risultati più realistici. Per fare ciò utilizziamo il "*location quotient*"⁶ che si basa su una semplice proporzione. Per tale formula sono indispensabili due dati: il numero totale di addetti per ogni branca economica di spesa considerata dal punto di vista "provinciale" (in questo caso la provincia di Sondrio⁷ e regionale (la Lombardia)).

Tabella 1.2: Numero addetti per settore economico considerato (Fonte:Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) (2002b))

	Dati Regionali	Dati Provinciali
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli, motocicli e di beni personali e per la casa	570.130	9.230
Alberghi e ristoranti	154.995	4.234
Trasporti, magazzinaggio, e comunicazioni	174.604	1.860
Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, altre attività professionali e imprenditoriali	317.351	4.795
Altri servizi pubblici, sociali e personali	145.849	1.758

1.7.2 La spesa turistica

Le stime di spesa sono probabilmente la parte più importante di analisi per il calcolo dell'impatto economico. Esse si concentrano su pochi settori: alloggio, trasporti, vitto, intrattenimento . . . Prima di calcolare le varie tipologie di spesa è giusto riclassificare quelle considerate nel questionario con quelle presenti nelle tavole input-output.

³ $E_D = Y_i$, con Y_i : vettore della domanda finale.

⁴ $E_I = [A_{ij}] * [A_{ij}] * Y_i + [A_{ij}] * [A_{ij}] * [A_{ij}] * Y - i + \dots$; con $[A_{ij}]$: matrice dei coefficienti.

⁵ $E_{induc} = [1 - A_{ij}]^{-1} * Y_i$.

⁶Quota percentuale dell'occupazione di una regione o una città in un certo settore produttivo, rapportata alla stessa quota percentuale calcolata per un territorio di riferimento.

⁷Provincia in cui si situa la parte lombarda del Parco dello Stelvio nella quale sono state svolte le indagini.

Tabella 1.3: Riclassificazione delle spese considerate nella tavola input-output.

Branche delle Tavole Input Output	Spese Considerate nel Questionario
Commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione di autoveicoli, motocicli e di beni personali e per la casa	shopping, libri e souvenir
Alberghi e ristoranti	alloggio in hotel, bed and breakfast, rifugio, campeggio, consumazioni in hotel o ristorante
Trasporti, magazzinaggio, e comunicazioni	trasporto in funivia
Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, altre attività professionali e imprenditoriali	noleggio bici, appartamenti in affitto
Altri servizi pubblici, sociali e personali	intrattenimento, terme

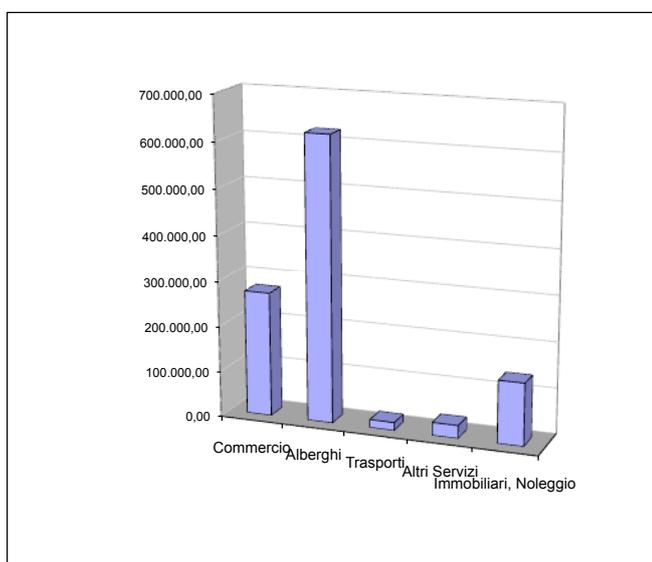


Figura 1.27: Spesa turistica totale nel Parco dello Stelvio.

Il grafico 1.27 rappresenta la spesa giornaliera per ogni branca considerata. Si parla di spesa totale e non di spese procapite, in quanto è stato moltiplicato ogni singolo valore di spesa giornaliera procapite per il numero di presenze nei mesi considerati, cioè di circa 480.000 persone. Confrontando tali dati con quelli nazionali, si nota che le percentuali di spesa riguardano i medesimi settori e per lo più con le stesse percentuali: si discostano infatti di poco tra di loro. Bisogna anche tener presente che i dati della spesa nazionale si riferiscono al turismo in generale e non esclusivamente all'ecoturismo. Una prima difficoltà posta da questo tipo di analisi può essere riscontrata nella presenza di all-inclusive packages. Nel caso di un pacchetto turistico infatti, una larga percentuale di soldi pagata dai visitatori potrebbe effettivamente corrispondere a quella del mezzo di trasporto per raggiungere la meta o a quella dei costi di agenzia, costi che non colpiscono l'economia della regione di vacanza considerata. A giudicare dai nostri rilievi, il ruolo di questo tipo di turismo sembra però essere non rilevante, si può stimare infatti che nel periodo considerato solo poco più del 10% di visitato-

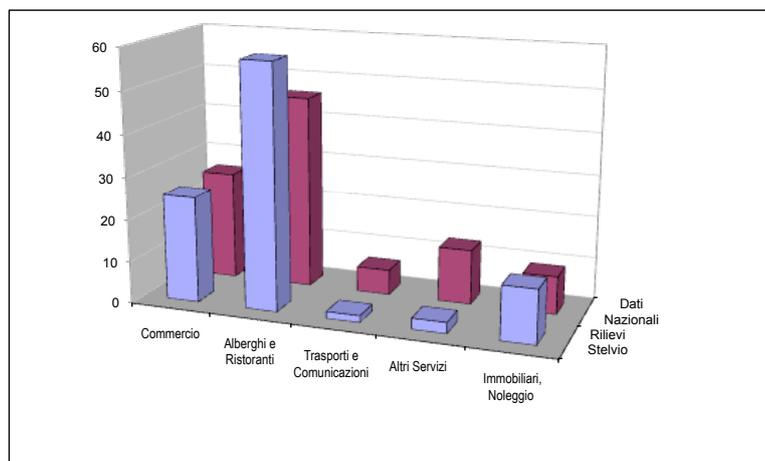


Figura 1.28: Ripartizione percentuale della spesa turistica a livello nazionale e nell'ambito del Parco dello Stelvio (fonte: Turismo e Finanza (2008), conti propri)

ri abbia utilizzato questa formula. Tale valore di spesa è stato comunque analizzato considerando per l'alloggio, vitto, e altri servizi compresi nel pacchetto, la loro spesa media calcolata dagli altri dati del questionario. Se si considera l'organizzazione del

Tabella 1.4: I pacchetti turistici

spesa pacchetti	numero notti	comprende	esclude
860 €	6	All inclusive	
700 €	6	alloggio/trasporto in/vitto/escursioni	trasporto a/altre mete
700 €	6	alloggio/vitto/escursioni	trasporto a/trasporto in/altre mete
250 €	14	alloggio/vitto/escursioni	trasporto a/trasporto in/altre mete

viaggio, come già sottolineato, sono pochi gli intervistati che organizzano la vacanza con un tour operator e viaggiano in gruppo; per la maggior parte, l'organizzazione e il viaggio avviene con amici e parenti (vedi fig. 1.17); per tale ragione, come detto prima, i pacchetti organizzati non influiscono sull'impatto economico che si ottiene. Anche dal punto di vista nazionale è minima la percentuale di chi organizza i viaggi tramite agenzia: solo il 4,7% nel 2004 (Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT), 2004). Analizziamo ora le varie tipologie di spesa singolarmente. Molto interessanti sono i dati relativi alle strutture ricettive richieste dai turisti dei parchi. Per la maggior parte essi alloggiano in hotel o in appartamento proprio. Una larga fetta però affitta appartamenti o è ospite. Queste percentuali poco si scostano da quelle registrate a livello nazionale. In Italia, gli alberghi/pensioni rappresentano di gran lunga la soluzione ricettiva scelta, con il 48,2%; seguono, ad una certa distanza: gli appartamenti/case private, con il 21,2 %, i campeggi con il 9%, i B&B con il 6,6%, i camper con il 6,3%

e altre strutture con l'8,7%.

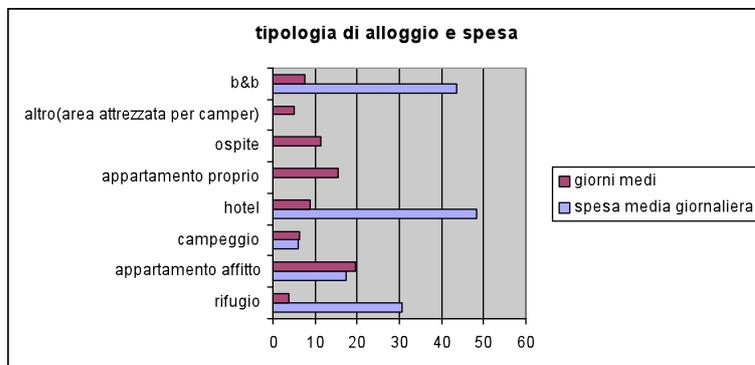


Figura 1.29: Tipologie di alloggio, spesa media giornaliera e giorni medi di pernottamento

I giorni trascorsi nel parco variano inoltre a seconda della tipologia di alloggio e alla spesa media che questo comporta (vedi Figura 1.29); naturalmente il numero dei giorni aumenta al diminuire della spesa. È pur vero che i dati sulla spesa in appartamento proprio, presi dai questionari, non sono del tutto reali in quanto non vengono considerate le spese per l'elettricità, il gas e il mantenimento della casa: i turisti intervistati infatti hanno dichiarato una spesa per "appartamento proprio" nulla, cosa che è totalmente irrealistica. La media delle notti di pernottamento rilevata nei questionari è invece maggiore di quella nazionale: ben 11,44 giorni, diversamente da quella Italiana, che è circa 6 giorni; dobbiamo ricordare però che le nostre rilevazioni attraverso i questionari sono state effettuate in pieno periodo di vacanze estive, e che quindi la media delle notti di pernottamento nel parco tende di sicuro a diminuire anche in maniera rilevante negli altri mesi del periodo preso in considerazione (maggio - novembre). Osservando il settore dei trasporti, è utile escludere dai calcoli della nostra analisi il trasporto per raggiungere lo Stelvio⁸, in quanto non influisce sull'economia del parco. Risulta però indispensabile considerare i trasporti all'interno della località, come ad esempio la funivia. Il calcolo della spesa del vitto invece risulta essere più complesso, perché bisogna distinguere quanto viene speso all'interno di ristoranti e hotel e quanto invece all'interno di negozi alimentari. Questo dato però può essere estrapolato a partire dal questionario, considerando dove i turisti consumano colazione, pranzo e cena: se questi pasti vengono effettuati in casa, allora si presuppone una spesa in negozi alimentari, altrimenti è una spesa in hotel e ristoranti. Da tali dati quindi si possono ricavare dei pesi da applicare a questi elementi della stessa voce di spesa, che identificano la relazione tra spese dedicate a hotel e ristoranti ($1 - w$) e quelle a negozi (w). Come è stato annotato in precedenza (vedi fig. 1.14, la mag-

Tabella 1.5: attribuzione di pesi alle voci di consumo e vitto

Spesa vitto per la casa	0,66348
Spesa vitto in hotel e ristorante	0,33652

⁸Definito nel questionario come "trasporto a".

gior parte degli intervistati consuma i pasti in casa. Una componente praticamente irrisoria della spesa dei turisti è poi quella relativa ai divertimenti, che comprende, nel caso di Bormio, anche le terme. Questa tipologia di spesa viene considerata non giornaliera ma per tutta la durata della vacanza, in quanto a differenza delle altre non vengono effettuate tutti i giorni, ma solo poche volte nell'arco della permanenza nel parco. Dalla Figura 1.30 emerge che la spesa per divertimenti e souvenir non ha

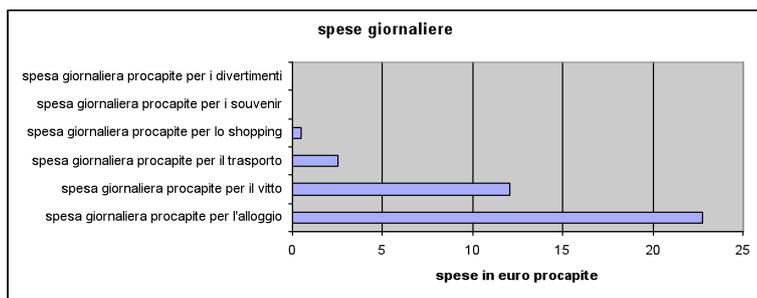


Figura 1.30: Spesa giornaliera pro capite

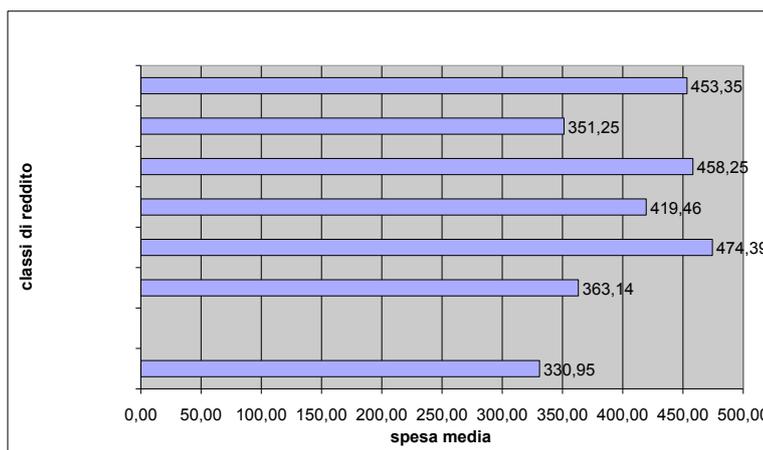


Figura 1.31: Spesa media in base al reddito

infatti alcuna rilevanza giornaliera. Inoltre, è possibile evidenziare che la spesa che ha un peso maggiore è senza dubbio quella per l'alloggio. Considerando la spesa media in base alle classi di reddito, emerge che per lo più spendono turisti con un reddito non elevato (20.000-40.000 €/anno), con una spesa media di 474,39 €. Questo dato è con ogni probabilità è condizionato dal fatto che tra gli intervistati con redditi superiori ci sia un numero maggiore di proprietari di case, che hanno denunciato una spesa per l'alloggio minore di quella reale.

Soffermandosi sulla relazione tra tipologia di spesa e reddito, si rileva appunto che la maggior parte della spesa dedicata a vitto e alloggio, come già sottolineato, è relativamente indipendentemente dal livello di reddito. Riportando i valori di spesa calcolati attraverso la tavola input output si ottiene l'impatto diretto, indiretto e l'indotto. L'effetto indiretto rappresenta l'impatto di tutte le successive transazioni condotte tra i settori originalmente interessati dal turismo e gli altri settori dell'eco-

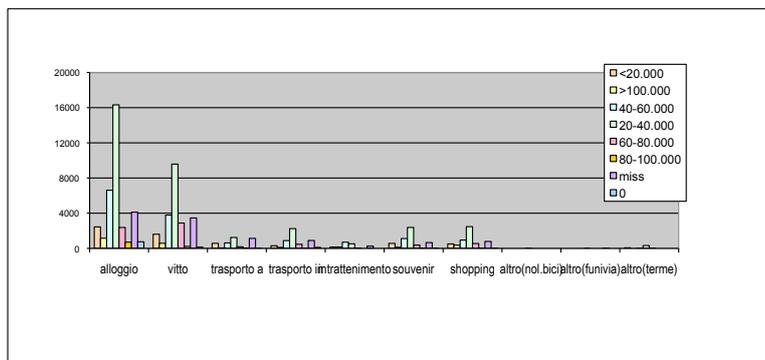


Figura 1.32: Tipologia di spesa in relazione al reddito

Tabella 1.6: Impatto economico

Impatto diretto 1,1 Miliardi €	Impatto indiretto 1,5 Miliardi €	Indotto 1,8 Miliardi €
Impatto totale 4,42 Miliardi €		

nomia. Essi vengono ben riportati nella Figura 1.33: l’impatto, come si vede, va via via attenuandosi fino a risultare quasi nullo per tutti i settori, ad eccezione di quello delle industrie alimentari, identificato con “indiretto 3” con il colore chiaro.

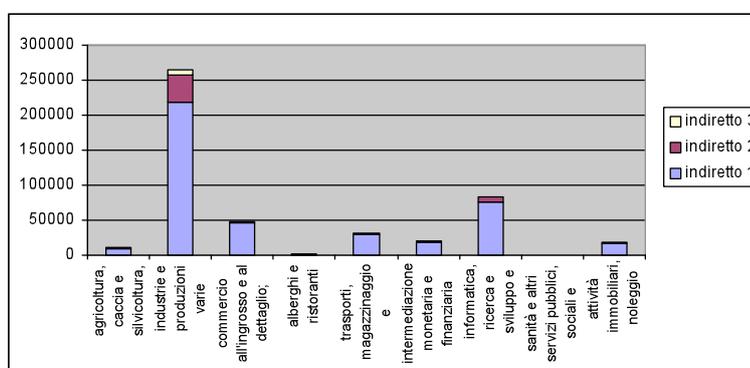


Figura 1.33: Effetti indiretti successivi causati dalla spesa turistica

L’indotto che si ottiene, invece, risulta rilevante solo per alcuni specifici settori, quali il commercio al dettaglio, l’industria alimentare e gli alberghi. Dal grafico 1.34, si osservano infatti, sull’asse delle ordinate, i valori in euro, mentre, sull’asse delle ascisse, il nome dei vari settori delle tavole Input-Output. Le colonne azzurre o chiare rappresentano l’effetto indiretto che la spesa turistica ha provocato, mentre le colonne viola quello indotto. Inoltre, si può osservare che i settori maggiormente sensibili all’attivazione moltiplicativa della domanda finale sono il settore informatica e ricerca (3,75) e trasporti (2,44); i settori che al contrario ricevono una minore attivazione dal sistema sono la pubblica amministrazione e l’istruzione. Per quanto concerne la

produzione, i settori che riportano un impatto maggiore sono sanità e altri servizi (1,95) e alberghi (1,80). Gli scambi intermedi che si ottengono all'interno dell'industria

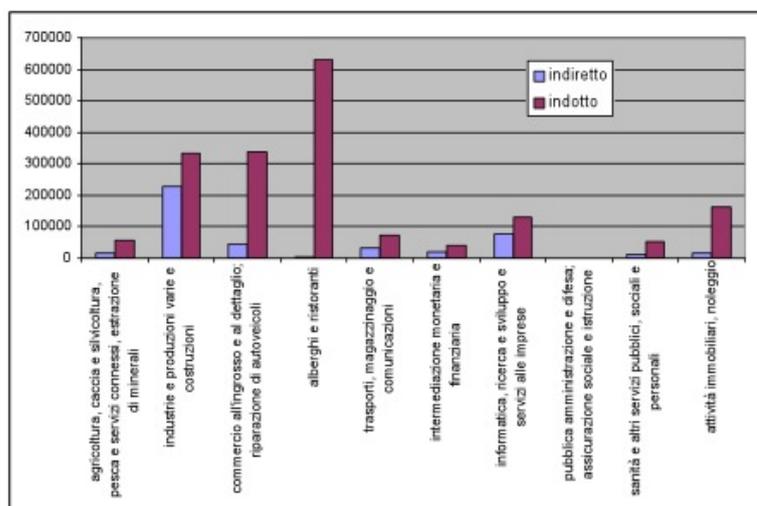


Figura 1.34: Effetto indiretto e indotto della spesa turistica

turistica sono infine pari a 737.211,84 €.

Concludendo, si deve però osservare che i dati estrapolati dal questionario e analizzati, e di conseguenza i valori di "impatto", si riferiscono ai turisti che frequentano il Parco dello Stelvio più o meno casualmente in occasione di un soggiorno a Bormio, ma non si riesce a catturare gli impatti di coloro che frequentano esclusivamente il Parco, proprio perché esso è un'area protetta, con un ente gestore. Un tentativo di approssimazione può consistere quindi nel considerare solo la percentuale di turisti che vede nel parco la destinazione principale della sua vacanza (25,4 %), per i quali, quindi, la maggior parte delle spese colpiscono questo ambiente. In questo modo si nota una variazione negli impatti appena mostrati: si registra infatti un impatto diretto pari a 279 milioni di euro circa, che di conseguenza va a variare gli impatti ad esso collegati. Le presenze totali negli esercizi ricettivi ufficiali delle aree protette sono state poco più di 80,500 milioni nel 2006 a livello nazionale, di cui poco più di un terzo stranieri, e queste hanno generato un fatturato globale di 8,589 miliardi di euro. Il turismo-natura infatti ormai vale da solo oltre il 10% del fatturato turistico globale, e a questo ha sicuramente contribuito anche il parco dello Stelvio.

1.8 Sostenibilità ambientale del turismo

Il turismo fornisce uno strumento privilegiato per sensibilizzare il grande pubblico al rispetto dell'ambiente e presenta un forte potenziale per sostenere le attività economiche tradizionali e migliorare la qualità della vita. Non va però dimenticato che le attività turistiche rappresentano una minaccia importante per la conservazione della biodiversità, come sottolineato anche dalle analisi effettuate dal World Wildlife Funds (WWF) (2005). L'impatto del turismo sull'ambiente è infatti suscettibile di produrre alternativi effetti: da una parte, l'attività turistica può contribuire a tutelare e conservare territori fragili o a rischio, aumentando quindi il loro valore ambientale e di

conseguenza il loro potere attrattivo. Dall'altra, le attività connesse al turismo sia dal lato della domanda turistica (rifiuti, consumi, spostamenti, fruizione ...) che dal lato dell'offerta (nuove edificazioni, infrastrutture ...) sono suscettibili di produrre una serie di effetti che vanno ad incidere sul consumo di suolo, sul consumo energetico ed idrico, sulla produzione di rifiuti, sulla perdita di bio-diversità, sull'inquinamento dell'aria, sui valori artistici e culturali. Nell'analisi degli effetti del turismo occorre distinguere tra impatti primari o diretti, legati alla presenza umana (disturbo diretto agli animali, inquinamento dell'aria dovuto al traffico, erosione del suolo su sentieri e strade, etc) e impatti secondari legati allo sviluppo dell'industria turistica. Fra i fattori di impatto primari, giocano un ruolo importante le attività sportive *outdoor*, come il ciclismo, lo sci-alpinismo e l'escursionismo, che spesso trovano spazio proprio all'interno delle aree protette. Dal punto di vista degli impatti che possono generare, le attività sportive e ricreative che si sviluppano nelle aree protette si possono dividere in tre categorie :

1. attività che dipendono dalla presenza di infrastrutture, come lo sci da discesa e il golf;
2. attività che dipendono da certe caratteristiche del paesaggio, come l'arrampicata, il rafting e il canyoning;
3. attività che non richiedono la presenza di speciali infrastrutture, come l'escursionismo, l'equitazione e il ciclismo.

In generale si ritiene che l'impatto generato sull'ambiente sia alto per le attività di primo tipo, medio per le attività di secondo tipo e contenuto per le attività di terzo tipo.

Mentre gli impatti primari possono essere facilmente contenuti attraverso un aumento dei controlli da parte dell'Ente gestore del Parco, gli impatti secondari sono più difficili sia da quantificare che da limitare. Sono infatti legati alla gestione e costruzione di infrastrutture, oltre che di nuove strutture ricettive; riguardano poi il consumo di acqua, l'aumento di rifiuti, la densità di traffico e di visitatori. I fattori secondari possono essere modificati e controllati da adeguate politiche di gestione e pianificazione del territorio, che tengano conto della capacità di carico e, più in generale, dello sviluppo sostenibile. Sfortunatamente, gli impatti secondari sono anche quelli più difficili da percepire direttamente, e risulta dunque più complesso richiedere maggiori sforzi in termini di politiche integrate.

1.8.1 La capacità di carico

Come capire quanto l'uso turistico e ricreativo delle aree protette impatta il patrimonio culturale e naturale che esse proteggono? Negli ultimi anni si è sviluppato un intenso dibattito su concetti e strumenti per valutare l'impatto ambientale del turismo e per determinare il livello di cambiamento tollerabile a livello locale o globale da esso generato. La letteratura scientifica degli ultimi anni ha cercato di dare una risposta alla questione sviluppando il concetto di '*carrying capacity*'. Secondo la World Tourism Organization (WTO) (1983) la capacità di carico di una località turistica è costituita dal numero massimo di persone che visita, in un determinato periodo, una determinata località senza compromettere le sue caratteristiche ambientali, fisiche, economiche e socio-culturali e senza ridurre la soddisfazione dei turisti. Nel tempo il concetto di *carrying capacity*, prima strettamente legato alle condizioni ambientali,

si è sviluppato, comprendendo anche gli effetti che la presenza di visitatori ha sulle comunità locali (Manning, 2002). In questo modo alla *carrying capacity* viene data una duplice valenza: ambientale e sociale. Cosa si intende per capacità di carico di una destinazione turistica, quindi? Innanzitutto, un prodotto turistico è formato sia dalla destinazione turistica in sé, sia dall'insieme delle singoli componenti del servizio che costituiscono l'offerta. Un prodotto turistico non può esistere senza un paesaggio culturale, ambientale e tradizionale, ma non può esistere nemmeno senza ulteriori elementi che definiscono la destinazione turistica, ovvero: infrastrutture di trasporti e comunicazioni, ospitalità, accoglienza, strutture turistiche. Affinché quindi il turismo sia sostenibile e non ecceda la capacità di carico occorre che il suo sviluppo:

- non comprometta la qualità dell'ambiente naturale, che costituisce il primo fattore di attrattività di una località turistica, pena riduzione dei flussi turistici;
- mantenga integri ed autentici i valori sociali e culturali della località, pena la banalizzazione e l'impoverimento della stessa;
- generi un valore economico diffuso, pena la canalizzazione dei benefici solo ad alcuni soggetti o settori o pena il sostentamento per la collettività di costi sociali ed ambientali superiori ai benefici economici nel medio e lungo termine.

La capacità di carico esprime quindi il limite oltre il quale (1) le risorse ambientali, culturali, storiche ed artistiche, (2) il beneficio economico delle attività turistiche e (3) le funzioni non turistiche della località e la qualità della vita risultano danneggiate o ostacolate a tal punto da compromettere il flusso di turismo verso quell'area e lo svolgimento e il mantenimento di tutta una serie di attività ad essa correlate. Spesso però l'applicazione della *carrying capacity* ha fallito: se infatti è facile costruire un quadro teorico, nella pratica risulta molto difficile misurare il limite del 'troppo' (*how much is too much*) per la contemporanea presenza di di variabili oggettive e soggettive. Quanto il declino della qualità è accettabile? Quando si può dire che l'uso ricreativo e i relativi impatti sono eccessivi? Quali sono gli indicatori che possono essere utilizzati per misurare la capacità di carico degli ecosistemi? In letteratura esistono diversi indicatori proposti per misurare la capacità di carico degli ecosistemi: per esempio la perdita di biodiversità, l'erosione del suolo determinata dal passaggio di veicoli e/o persone, il consumo di acqua, etc etc. Ma rimane sempre aperta la questione su quale sia il limite entro il quale un ecosistema viene impattato oppure no. Nell'analizzare la questione, peraltro molto complessa, va anche tenuto presente che diversi ecosistemi reagiscono diversamente agli impatti, e che non sempre è facile comprendere quali dinamiche permettano a diversi impatti di sommarsi oppure moltiplicarsi reciprocamente.

1.8.2 Metodologia

Per ottenere indicazioni su possibili effetti nell'area protetta è stato seguito un impianto metodologico che prevede:

- identificazione delle aree turistiche maggiormente frequentate all'interno dell'area protetta;
- un'analisi con mappatura delle specie e degli habitat presenti, con una particolare attenzione a specie/habita protetti da normative nazionali e internazionali e/o particolarmente sensibili agli impatti di origine antropica;

- il riconoscimento e la descrizione dei principali fattori di impatto (primari e secondari) generati dall'attività turistica;
- l'identificazione degli obiettivi di conservazione, attraverso l'analisi della documentazione esistente relativa all'area protetta;

L'analisi effettuata parte dal presupposto che (a) i visitatori in aree naturali effettuano delle attività (per esempio, escursionismo) e (b) lo svolgimento di tali attività prevede l'utilizzo di infrastrutture (per esempio, i sentieri). Una volta individuate le attività principali effettuate e le infrastrutture di supporto, si è provveduto a valutare la consistenza del fenomeno attraverso l'utilizzo di opportune misurazioni e indicatori. La metodologia si basa sull'utilizzo di *Geographic Information System* (GIS), che consente di visualizzare e analizzare le informazioni spaziali. I GIS forniscono un supporto essenziale non solo per la valutazione degli interventi sul territorio (qui compreso il fenomeno turistico), ma anche per il monitoraggio delle azioni necessarie per il conseguimento degli obiettivi di miglioramento ambientale.

1.8.3 Le aree turistiche

All'interno dei Parchi i visitatori non si distribuiscono in modo regolare, ma si concentrano in alcune aree. Di solito, i maggiori affollamenti si verificano in quei punti che, oltre a presentare delle attrattive (ad esempio presenza di animali oppure paesaggi caratteristici), sono anche facilmente accessibili. Nel caso del Parco Nazionale dello Stelvio, la selezione delle aree turistiche si è basata su tre criteri:

- la facilità di accesso, determinata dalla presenza di strade carrabili e/o sentieri facilmente percorribili;
- la presenza di attrattive, come la facilità di avvistamento di animali e/o la presenza di emergenze paesaggistiche peculiari;
- la pubblicizzazione su guide, siti internet e pubblicistica locale, che rende conosciuta una zona più di un'altra

In questo modo sono state selezionate tre aree turistiche, che presentano caratteristiche diverse:

- i Laghi di Cancano, area molto frequentata a causa della facilità di accesso, è infatti presente un reticolo di strade carrabili percorribili dai turisti con i veicoli;
- la Val Zebrù, probabilmente l'area del Parco più pubblicizzata anche grazie alla presenza di animali facilmente visibili (cervi, stambecchi, camosci) e a numerosi rifugi e 'ristori';
- l'area intorno al Ghiacciaio dei Forni, caratterizzata da due rifugi facilmente accessibili tramite sentieri che consentono di avvicinare il ghiacciaio, attrazione paesaggistica dell'area.

1.8.4 La biodiversità nell'area protetta

Il Parco Nazionale dello Stelvio, il più grande dei parchi storici italiani (l'istituzione risale al 1935) e tuttora il più esteso dell'arco alpino, si estende nel cuore delle

Tabella 1.7: Caratteristiche delle aree turistiche selezionate

Aree turistiche	estensione (ettari)	lung. sentieri (km)	lung. strade (km)
Laghi di Cancano	7098	103.2	37.3
Val Zebbrù	4428	47.5	93.1
Ghiacciaio dei Forni	3208	56.1	22.6

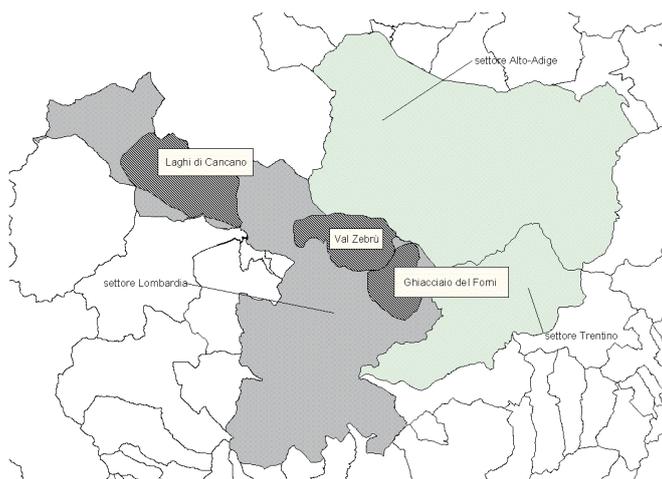


Figura 1.35: Localizzazione delle aree turistiche analizzate

Alpi Centrali e comprende tipiche vallate modellate dall'azione dei ghiacci e delle acque che discendono dal possente massiccio montuoso dell'Ortles-Cevedale. La varietà morfologica del territorio, determinata dai cospicui dislivelli altimetrici, consente l'esistenza di ampi ecosistemi con numerose specie rare di animali e piante: nell'area si trovano tutte le possibili formazioni alpine, dai ghiacciai di alta quota agli alpeggi ed alle terrazze fino al fondovalle. Anche il paesaggio di origine umana contribuisce ad aumentare la biodiversità dell'area protetta: villaggi e masi, sparsi nel fondovalle e sui versanti delle montagne, completano lo scenario e costituiscono testimonianze di architettura rurale, in equilibrio con l'ambiente. Il 'Programma Ecoregione Alpi' di WWF International inserisce l'area 'Engadina-Stelvio' tra le aree di conservazione prioritarie dell'ecoregione alpina, importante soprattutto per le acque dolci, la flora, gli insetti, gli uccelli e i mammiferi; sempre secondo WWF, le principali minacce all'area sono rappresentate dal turismo e dallo sviluppo urbanistico ad esso collegato (World Wildlife Funds Italia, (WWF), 2006). Nel Parco Nazionale dello Stelvio sono inclusi 14 Siti di Importanza Comunitaria (SIC ex Dir. 92/43/CEE); il Parco è inoltre totalmente incluso in una Zona di Protezione Speciale (ZPS ex Dir. 409/79/CEE). In particolare:

- la Val Zebbrù è totalmente compresa nel SIC 'Val Zebbrù'
- la zona del Ghiacciaio dei Forni è inclusa nel SIC 'Valle e Ghiacciaio dei Forni - Val Cedec - Gran Zebbrù Cevedale'

- i Laghi di Cancano sono circondati dai SIC 'Cime di Plator e Monte delle Scale', 'Valle di Fraele' e 'Valle Alpisella'

Secondo i dati riportati nella Relazione sullo Stato dell'Ambiente del Parco, nell'area protette sono presenti 199 specie di vertebrati di cui il 43% di specie minacciate e fortemente minacciate ed il 13% di specie in pericolo di estinzione o localmente estinta secondo la classificazione proposta dalla Lista Rossa delle specie minacciate in Alto Adige (Parco Nazionale dello Stelvio, 2002). L'abbandono delle pratiche silvo-colturali ha provocato una forte riduzione degli habitat tipici di un elevato numero di specie di vertebrati e di invertebrati e una conseguente diminuzione della biodiversità. Tale fenomeno, a partire dagli anni Sessanta, è stato inoltre aggravato dallo sfruttamento a fini turistici che ha indotto forti pressioni antropiche sul territorio (espansione edilizia, infrastrutture sciistiche) soprattutto nelle aree dove si concentra il turismo estivo ed invernale. L'abbandono della montagna ha dunque portato squilibri per alcune specie (per esempio i Tetraonidi) ma ha avuto un buon risvolto sulle consistenze degli Ungulati (Cervo, Capriolo, Stambecco e Camoscio), che sono andate via via incrementando.

1.8.5 La pressione turistica e i fattori di impatto

Attraverso l'utilizzo di alcuni layer GIS, in particolare le carte di uso del suolo e la distribuzione delle infrastrutture turistiche (sentieri, strade, rifugi) sono stati valutati due parametri che condizionano la pressione turistica sull'area protetta:

- la frammentazione ambientale dovuta alla presenza di infrastrutture (sia come elemento in sè, sia come fattori di concentrazione delle presenze umane);
- il carico turistico legato alla presenza di visitatori, attività sportive *outdoor* e veicoli.

L'integrazione dei due parametri consente di valutare il carico attuale delle aree analizzate, consentendo anche delle valutazioni sui possibili futuri usi delle aree analizzate.

1.8.6 La frammentazione ambientale

Attualmente è disponibile un'ampia letteratura sugli effetti negativi che la frammentazione ambientale riveste sulla conservazione della biodiversità. Tali effetti si manifestano a vari livelli, come riassunto da Battisti (2004) e sul medio e lungo periodo provocano estinzioni locali di specie sensibili e perdita di qualità ambientale. In ambiente montano, soprattutto sopra i 1800 metri, la frammentazione ambientale è legata essenzialmente alla presenza di infrastrutture turistiche (strade, sentieri, piste da sci, etc) e quindi limitata ai periodi di presenza dei visitatori. Tenendo quindi conto delle caratteristiche peculiari dell'ambiente analizzato, nel presente lavoro la valutazione della frammentazione viene valutata attraverso i seguenti parametri:

- densità della rete sentieristica e stradale
- numero di sentieri, strade e rifugi
- numero di aree frammentate creati da sentieri e strade
- dimensione media e mediana dei poligoni

Per valutare gli effetti del turismo sulle aree naturali, si è provveduto in primo luogo a calcolare l'area coperta da sentieri e strade rispetto all'area totale. Nella valutazione si è anche tenuto conto del fatto che non tutte i punti dell'area oggetto dell'indagine sono ugualmente accessibili: per esempio, nel caso di un'area protetta alpina come il Parco Nazionale dello Stelvio, è evidente che vanno esclusi i ghiacciai, che normalmente non sono accessibili ai visitatori; analogo ragionamento può essere fatto per i bacini d'acqua e per le cime montuose più inaccessibili; il calcolo è quindi stato effettuato sull'area ottimizzata. Come si può osservare dalla tabella, la superficie coperta dalla rete sentieristica incide poco sulla superficie totale, anche ottimizzando le aree. Invece, la presenza di strade provoca una diminuzione più significativa della superficie totale: nel caso dei Laghi di Cancano si osserva che le strade occupano il 3,7% dell'area, e insieme ai sentieri contribuiscono ad una perdita del 4,6% dell'area disponibile. La cifra è ancor più significativa se si considera che nell'area dei Laghi di Cancano non sono presenti nè paesi, nè attività umane che giustifichino la perdita di territorio eccezion fatta per due dighe, che comunque vengono escluse nel calcolo dell'area ottimizzata.

Tabella 1.8: Frammentazione ambientale nelle aree turistiche

Sentieri	sup. sentieri (ha)	% tot. area	% tot. area ottimizzata
Laghi di Cancano	61.7	0.9%	0.9%
Val Zebrù	27.6	0.6%	0.7%
Ghiacciaio dei Forni	33.1	1.0%	1.1%
Strade	sup. strade (ha)	% tot. area	% tot. area ottimizzata
Laghi di Cancano	245.0	3.5%	3.7%
Val Zebrù	7.4	0.2%	0.2%
Ghiacciaio dei Forni	1.8	0.1%	0.1%
Strade e sentieri	sup. strade-sentieri (ha)	% tot. area	% tot. area ottimizzata
Laghi di Cancano	306.7	4.3%	4.6%
Val Zebrù	35.1	0.8%	0.9%
Ghiacciaio dei Forni	34.9	1.1%	1.2%

Tabella 1.9: Indicatori di frammentazione ambientale nelle aree turistiche

Aree turistiche	Laghi di Cancano	Val Zebrù	Ghiacciaio dei Forni
estensione(ha)	7098	4428	3208
lung. sentieri (km)	103.2	47.5	56.1
lung. strade (km)	37.3	93.1	22.6
numeri di poligoni	33	22	41
media (ha)	213.7	200.2	78.0
mediana (ha)	18.6	5.7	6.2
valore min (ha)	0.8	0.6	0.1
valore max (ha)	2189.6	3706.0	1109.3

Successivamente, è stata calcolata la frammentazione determinata da sentieri e strade nelle aree turistiche. In media i poligoni definiti dalla rete di sentieri e stradale hanno una dimensione piuttosto ampia, seppur variabile tra un il valore massimo e il

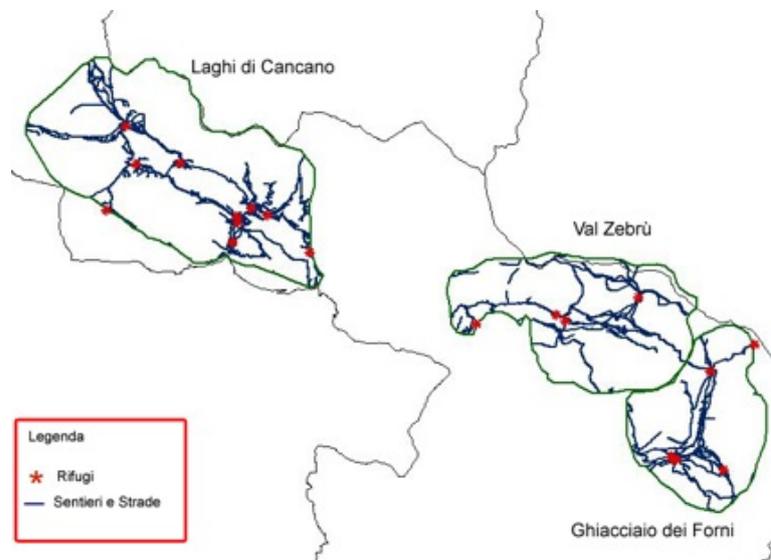


Figura 1.36: La rete viaria e i rifugi nelle aree turistiche del Parco Nazionale dello Stelvio lombardo (elaborazione propria)

valore minimo: vi è infatti un notevole scarto tra il valore medio e il valore mediano di dimensione: quest'ultimo è notevolmente più basso.

Gli effetti della frammentazione sono evidenti solo nei periodi di presenza dei visitatori, che possono provocare un cambiamento nelle abitudini di alcune specie animali: per quanto riguarda gli ungulati, è stato per esempio osservato che in presenza di numerosi turisti tendono ad aumentare il livello di attenzione, a discapito del tempo trascorso ad alimentarsi e a prendersi cura dei piccoli (Gander e Ingold, 1997). Inoltre, la presenza di turisti può provocare un degrado di ambienti fragili facilmente accessibili, come ad esempio le zone umide, attraverso il calpestio e l'abbandono di rifiuti.

1.8.7 Il carico turistico

La densità di turisti è stata determinata conteggiando il numero di turisti presenti nelle tre aree turistiche selezionate. Data la diversa morfologia delle tre aree, i conteggi sono avvenuti con metodologie diverse:

- in zona Cancano è presente un'unica strada di accesso, aperta sia a veicoli che a pedoni; in questo caso è stato possibile conteggiare il numero e la tipologia di passaggi suddivisi nelle diverse fasce orarie;
- in zona Val Zebrù vi è un sentiero principale di accesso, che poi si dirama, aperto esclusivamente a pedoni e veicoli autorizzati; in questo caso è stato effettuato il conteggio degli escursionisti e dei veicoli autorizzati;
- in zona Ghiacciaio dei Forni sono presenti numerosi sentieri di accesso, per cui non è possibile definire il flusso orario dei visitatori; si è proceduto quindi

al conteggio delle auto posteggiate nell'unico parcheggio disponibile all'ora di punta (ore 12), quando presumibilmente si raggiunge il picco orario di presenze.

Nonostante ciò i dati sono stati raccolti omogeneamente e in fase di elaborazione è stato possibile confrontare almeno parzialmente i risultati ottenuti.

Metodologia di raccolta dati

1. Stazioni di conteggio in punti di passaggio obbligato (Val Zebrù, Cancano)
2. Orario di rilevazione: 8,30-14,30
3. Rilevamento effettuato in giornate di bel tempo
4. Le rilevazioni sono state tutte effettuate nel periodo di massima presenza turistica nell'area del Parco (agosto);
5. Conteggio del numero di auto, pedoni e altri mezzi di trasporto, suddiviso in fasce orarie di mezz'ora (Val Zebrù, Cancano)
6. Conteggio diretto del numero di persone presenti all'interno delle auto (Val Zebrù, Cancano)
7. Nel caso della Valle dei Forni è stato conteggiato solo il numero di auto presenti nel parcheggio nell'ora di punta, ottenendo una stima del numero di persone presenti all'interno dell'area

In tutti e tre i casi è stato possibile stimare il numero totale di visitatori presenti all'interno delle aree turistiche all'ora di punta, assumendo che ogni auto conteggiata contenesse in media 3 passeggeri (assunto basato su osservazione diretta). Per poter meglio definire il comportamento dei turisti, il conteggio è stato effettuato sia in giornate 'ad alto flusso turistico', sia in giornate 'a basso flusso turistico'.

1.8.8 Il carico turistico: risultati

L'analisi dei dati evidenzia come nel caso dell'area di Cancano il picco di entrate si registri tra le 10 e le 12.30 e sia costituito prevalentemente da auto e moto. Infatti il 18 agosto si registra un totale di 1.481 persone entrate, di cui 1.275 su auto/moto, 206 a piedi, in bicicletta o in bus. In Val Zebrù, dove l'accesso ai veicoli è consentito solo agli mezzi autorizzati, il 23 agosto entrano 203 persone, di cui 18 su fuoristrada. Le entrate sono più uniformemente distribuite nel tempo rispetto all'area di Cancano, dove è stato osservato l'arrivo di circa 250 persone in un arco temporale di 30 minuti

Analizzando più nel dettaglio i risultati, si osserva che nelle aree dove è consentito l'accesso a veicoli motorizzati si assiste a un ingresso maggiore di persone nei giorni di alta stagione, mentre durante la bassa stagione le presenze crollano. Diversamente accade nell'Area della Val Zebrù, dove l'accesso è consentito solo a pochi veicoli autorizzati, in cui si assiste a una calo di presenze di escursionisti minore in alta e bassa stagione (vedi tabella). Dai dati emerge inoltre che l'aumento del numero di veicoli non comporta necessariamente un aumento nel numero di persone presenti in un'area turistica. Calcolando infatti la densità totale di persone presenti su strade e sentieri (compresi coloro che arrivano in veicoli), emerge che è analogo nelle due aree analizzate (6,1 pers/kmq in Area Val Zebrù, 10,5 pers/kmq nell'area di Cancano).

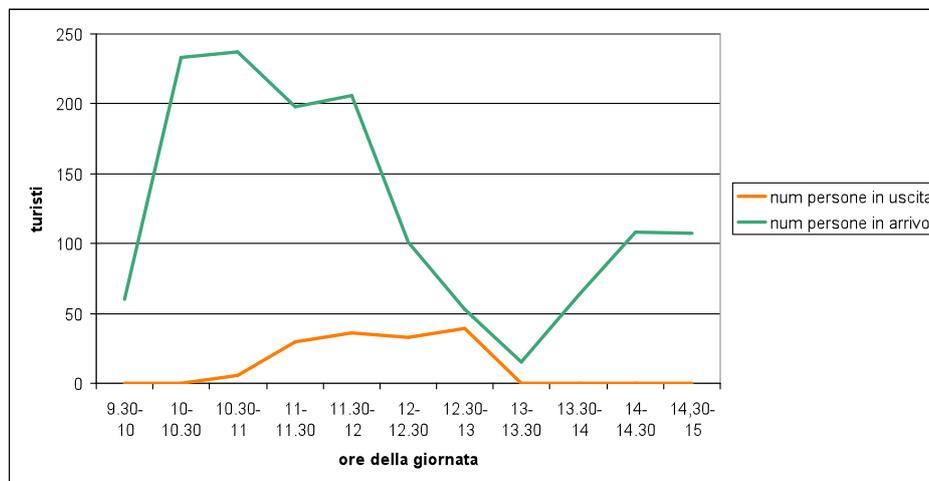


Figura 1.37: Area di Cancano: andamento degli arrivi

Anche il grafico 1.39 conferma la tendenza: dove è consentito l'accesso libero ai sentieri diminuisce il numero di accessi da pedoni (Cancano), mentre si osserva che, dove l'accesso è regolamentato, in qualche caso si può assistere a una maggiore costanza delle presenze, come accade in Val Forni.

Sostenibilità ambientale: considerazioni finali

Il turismo nelle tre aree turistiche in esame sembra seguire andamenti differenti a seconda che sia o meno incentivato l'uso di un mezzo a motore: laddove non esistono limitazioni al traffico veicolare, il turismo su gomma è pari all'84% del totale (Laghi di Cancano) mentre in aree in cui vige il divieto di accesso si attesta attorno al 23% (Val Zebrù). L'area protetta si trova così ad affrontare problemi oggettivi di sostenibilità ambientale: l'uso di una vettura permette a un numero notevole di persone di raggiungere in breve tempo località protette poste a 2000 m di quota con punte massime superiori a 400 persone/ora; in Val Zebrù, nonostante sia consentito l'uso di mezzi 4x4 a fini turistici, è notevolmente più sviluppato il turismo con mezzi sostenibili (pedoni e mountain-bike nel 77% dei casi). Tale tipologia di turismo, se condotta senza particolari limitazioni, può determinare forti squilibri nella distribuzione dei flussi turistici e una loro difficile gestione (programmazione, localizzazione punti di sosta e parcheggio, accesso regolamentato su base oraria e per periodi) con potenziali ripercussioni a livello ambientale (disturbo alla fauna, frammentazione, abbandono rifiuti, fuochi, ecc.). A questo va aggiunto che le limitazioni al traffico veicolare e una buona rete di sentieri richiamano comunque un alto numero di turisti (Valle dei Forni: 832 turisti in 2 giorni) Si può quindi rilevare che l'incentivazione di forme di fruizione del territorio più sostenibili non necessariamente limita il numero di persone presenti in un'area turistica, può anzi generare un aumento nel numero di visitatori in arrivo.

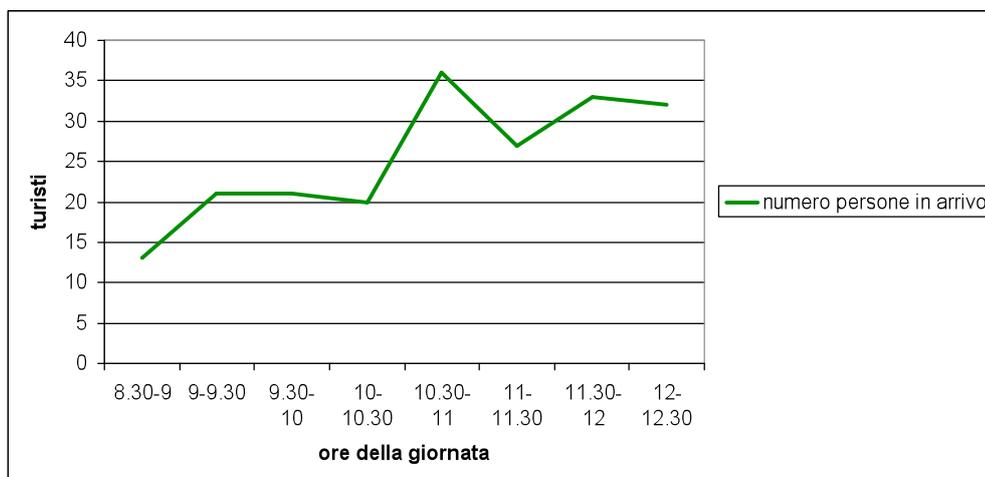


Figura 1.38: Area Val Zebrù: andamento degli arrivi

1.9 Conclusioni: le politiche del Parco Nazionale dello Stelvio

Nella concezione moderna le aree protette, inizialmente nate per proteggere valori naturali significativi, non si configurano più solo come aree di interesse naturalistico, ma costituiscono di fatto significative porzioni di territorio che comprendono realtà assai differenziate, sia da un punto di vista ambientale che sociale. Di conseguenza i parchi non possono essere visti solo come un luogo di tutela, ma devono diventare un punto di riferimento per lo sviluppo sostenibile dell'intero territorio su cui insistono, svolgendo un ruolo di aggregazione delle diverse componenti del territorio affinché ogni azione portata sul territorio stesso sia fatta in un'ottica di sostenibilità ambientale, sociale ed economica. In questo modo il Parco diventa l'ente che guida lo sviluppo sostenibile del territorio e svolge un ruolo attivo affinché ogni intervento sul territorio sia pianificato e progettato in modo tale da conciliare le esigenze produttive e di servizio con quelle tipicamente ambientali e quelle che emergono dal tessuto sociale che vi insiste. Attualmente una delle sfide più importanti che si trovano ad affrontare le aree protette è rappresentata dal turismo, che però, date le sue caratteristiche peculiari, è un fenomeno difficile da comprendere e da gestire se non in sinergia con gli altri attori presenti sul territorio.

Secondo i principi enunciati da Agenda 21, a cui l'Ente Parco Nazionale dello Stelvio ha aderito, il coinvolgimento e la comprensione degli stakeholders è indispensabile per acquisire conoscenza sulla realtà indagata e valutare alternative decisionali per il raggiungimento di obiettivi compatibili con la sostenibilità sulla base dei punti di vista di tutti i partecipanti. La ricerca effettuata nel Parco Nazionale dello Stelvio nell'ambito del progetto Ecotour ha perseguito la logica di indagare diversi aspetti della sostenibilità del turismo nell'area protetta, conseguendo l'obiettivo di mettere in luce aspetti inediti delle caratteristiche del turismo sul territorio, e di trarre di conseguenza alcune importanti considerazioni sulle politiche di risposta utili a gestire il fenomeno. Per quanto riguarda le tipologie turistiche presenti, emerge la figura di un visitatore attento all'ambiente e desideroso di un maggiore contatto con la natura,

Tabella 1.10: Analisi dei dati di carico turistico

Date di conteggi	Cancano		Zebrù		Val Forni	
	sabato 18/08/07	venerdì 31/08/07	lunedì 13/08/07	giovedì 23/08/07	domenica 12/08/07	giovedì 16/08/07
Numero di rifugi	4	4	3	3	3	3
limitazione traffico	no	no	si*	si*	si*	si*
numero di veicoli (auto, moto...)	425	104	12	3	200	120
pers. mezzi sostenibili (%)	206 (13,9%)	97 (22,3%)	240 (68,9%)	185 (91,1%)	n.r.	n.r.
pers. in veicoli (%)	1275 (86,1%)	338 (77,7%)	108 (31,0%)	18 (8,9%)	520	312
Totale arrivi	1481	435	348	203	520**	312 **
n° pers./kmq	20,9	6,1	7,9	4,6	16,3	9,8
n° pers./km di strada	11,4	2,8	1,3	0,3	n.r.	n.r.
n° pedoni /km di strade e sentieri	1,5	0,7	4,2	3,2	n.r.	n.r.
n° pers. / km strade + sentieri	10,5	2,7	6,1	3,6	10,2	6,2

*turismo con jeep

**stima

sensibile verso forme di utilizzo del territorio invasive, come la costruzione di nuovi impianti sportivi o l'utilizzo di mezzi motorizzati sui sentieri. D'altra parte, dall'analisi si rileva come questo tipo di turismo provochi un notevole impatto economico sul territorio, sia diretto che indiretto; in più, si osserva come le risorse economiche derivate siano in gran parte reinvestite nelle aree limitrofe al Parco, generando un aumento della ricchezza degli abitanti. Il risultato ottenuto è molto importante, in quanto risponde ai principi generali riportati nella letteratura sul *Community Based Approach*, secondo il quale partecipazione non significa solo coinvolgimento formale nei processi decisionali, ma anche partecipazione alla ripartizione dei benefici e dei costi che le scelte implicano. Questo vuol dire che, perlomeno nel caso del Parco dello Stelvio, il turismo nell'area protetta genera ricchezza sul territorio da una parte, e dall'altra è caratterizzato da visitatori che potenzialmente possono diventare veri e propri ecoturisti. Perché ciò avvenga, occorre correlare le diverse esigenze e responsabilità degli stakeholder coinvolti nella gestione del fenomeno turistico. Anche la sostenibilità ambientale del turismo nel Parco Nazionale dello Stelvio dipende molto dalle scelte politico-gestionali degli attori coinvolti, in primo luogo delle decisioni dell'ente gestore, che come compito principale 'istituzionale' la protezione del patrimonio naturale e culturale. La sostenibilità della gestione del turismo diventa compito dell'ente incaricato della conservazione, anche perché leggi nazionali e direttive europee 'impongono' la protezione di valori naturali che non possono essere sacrificati in nome di un maggiore profitto; in più, le aree protette, come il Parco dello Stelvio, sono veri e propri laboratori di educazione ambientale a cielo aperto con il compito di educare il visitatore a forme di fruizione 'sostenibili' e a stili di vita nuovi e diversi dal quoti-

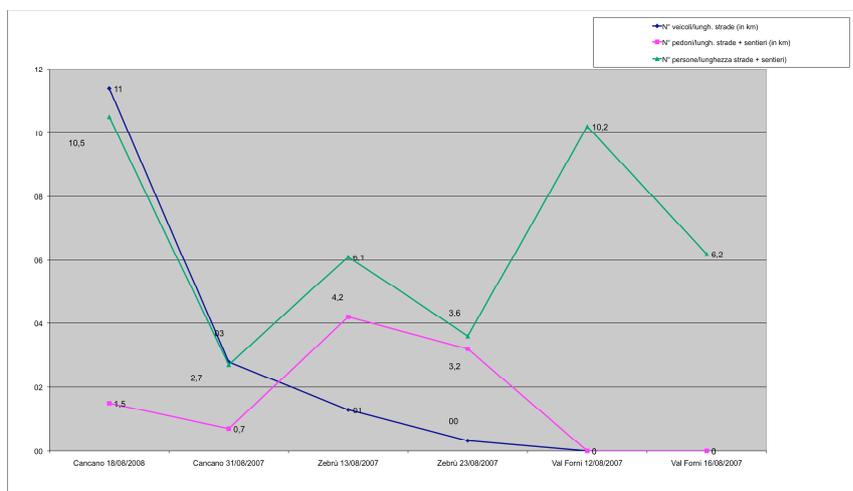


Figura 1.39: Carico turistico nelle aree analizzate, suddiviso per tipologia di mezzo utilizzato (a piedi, in auto e la somma delle due tipologie)

diano. In questo senso, ripensare ad un sistema di mobilità diverso nel parco oppure a sistemi di regolamentazione dell'accesso dei visitatori ad alcune aree 'critiche', o ancora, reinvestire una parte dei proventi derivati dai turisti in progetti di conservazione, diventa un'ottima opportunità di educazione, oltre che una mera necessità di conservazione. Il caso del Parco Nazionale dello Stelvio è un'ottima opportunità per capire come possono interagire tipi di turismo diverso, sostenibile oppure no (è il caso del turismo invernale sciistico) e come possono le decisioni influire sulle comunità locali e sull'ambiente. Come integrare le diverse esigenze? Occorre studiare strategie di sviluppo condivise con la comunità e con le associazioni di rappresentanza e verificare che tali strategie abbiano un esito positivo. Il caso del Parco dello Stelvio mostra che alcune decisioni possono provocare impatti immediatamente visibili sul territorio (ad esempio l'utilizzo o meno di mezzi a motore sui sentieri), mentre gli effetti positivi della presenza del parco sull'economia locale non sono sempre facilmente intuibili. L'ente gestore, d'altra parte, non effettua un'attenta analisi del feedback che hanno le sue iniziative e i suoi investimenti economici, creando così una lacuna importante nei rapporti con gli stakeholder, come dimostrato anche dagli esiti del progetto Ecotour. Gli obiettivi futuri di un sistema di gestione del turismo sostenibile attento dovrebbero proprio puntare a continuare il monitoraggio dei visitatori e degli impatti sull'ambiente e a implementare una rete di collaborazione con gli altri attori che insistono sul territorio.

Capitolo 2

Caso Studio delle Alpi Marittime

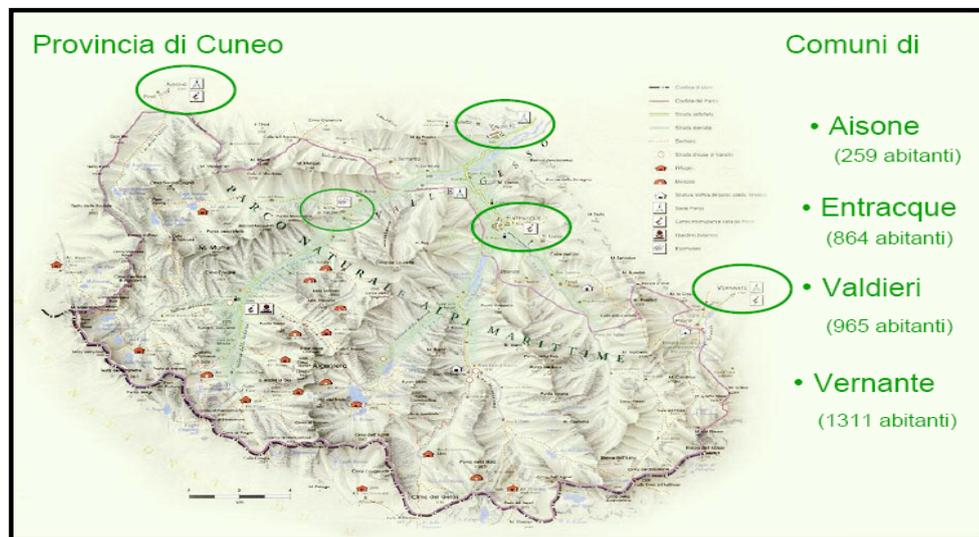
Il secondo caso studio del progetto EcoTour è concentrato sul Parco Regionale delle Alpi Marittime, che è uno dei parchi naturali italiani che ha dimostrato il maggiore interesse per questioni di sostenibilità, e uno dei tre parchi italiani che hanno aderito alla Carta Europea per il turismo sostenibile.

2.1 L'area protetta

Il Parco naturale delle Alpi Marittime è stato creato nel 1995, in seguito alla fusione del Parco naturale dell'Argentera (istituito nel 1980) con la Riserva del Bosco e dei Laghi di Palanfré (istituita nel 1979). È nata così la più estesa area protetta della Regione Piemonte con i suoi quasi 28.000 ettari di superficie ripartiti su tre valli (Gesso, Stura, Vermenagna) e su quattro comuni della Provincia di Cuneo (Aisone, Entracque, Valdieri, Vernante) per un totale di circa 4.000 abitanti. Ente strumentale della Regione Piemonte, questo parco alpino si sviluppa dagli 800 metri fino ai 3.300 metri di quota, in un ambiente caratterizzato da montagne, boschi, laghi e ghiacciai.

A rendere vario il clima, e di conseguenza la flora, contribuiscono la vicinanza al mare (a poco più di 50 km) e l'esistenza di numerose cime oltre i 3.000 metri di quota; tra queste spicca l'Argentera che, con i suoi 3.297 metri, rappresenta il tetto delle Marittime. Queste condizioni favoriscono la presenza non solo di un elevato numero di specie floristiche (circa 2.600, un patrimonio pari a quasi la metà di quello dell'intera penisola), ma anche di numerosi endemismi (una trentina circa), cioè piante che crescono esclusivamente in una certa area. A suscitare la curiosità di visitatori e botanici è soprattutto una pianta primitiva (sopravvissuta nelle Alpi Marittime perché queste montagne sono state interessate solo marginalmente dalle glaciazioni), il cui nome scientifico è *Saxifraga florulenta*¹. Il Parco vanta anche un'elevata ricchezza faunistica: camosci, mufioni, caprioli, cinghiali, marmotte e stambecchi. Questi ultimi, reintrodotti negli anni Venti per volere di Vittorio Emanuele III, sono passati dalla ventina di capi provenienti dal Gran Paradiso agli oltre 500 esemplari attuali. Altro elemento in comune con il Gran Paradiso è la presenza nel territorio

¹La particolarità di questa pianta è che dalla rosetta di foglie basali, dopo trenta anni di crescita, emerge una lunga infiorescenza a pannocchia di color rosa tenue. Al termine della fioritura, la pianta muore.



delle Marittime di una Riserva Reale di Caccia: la Riserva di Valdieri-Entracque, che è stata costituita nel 1856 da Vittorio Emanuele II e che conserva ancora una serie di edifici che si riferiscono a questo periodo storico. L'avifauna, estremamente ricca e diversificata, comprende quasi tutte le specie tipiche dell'arco alpino occidentale: dal gallo forcello alla pernice bianca a un gran numero di migratori. Nel Parco vivono sette coppie di aquila reale e sono presenti molte altre specie di rapaci, tra cui il gipeto, che è ricomparso di recente nelle Alpi Marittime grazie ad un progetto europeo di reintroduzione. Spontaneo è stato, invece, il ritorno del lupo, un predatore sottoposto per secoli a terribili persecuzioni e a cui a breve verranno dedicati un'area faunistica e un centro informazioni, al fine di trasformare quello che poteva essere un problema – vale a dire la presenza del lupo sul territorio – in una risorsa 'turistica'. Accanto alla ricchezza di flora e fauna, sono ancora da evidenziare da una parte i paesaggi come le colture in terrazze: tra queste la segale, che veniva utilizzata anche per le coperture dei tetti, è un esempio di come una coltura piuttosto povera può modificare e plasmare il paesaggio. Dall'altra, la cultura della minoranza linguistica occitana identifica in modo molto forte questi luoghi. La cultura occitana è infatti molto caratteristica sia dal punto di vista della lingua sia dal punto di vista della musica e del folklore, delle tradizioni e della gastronomia.

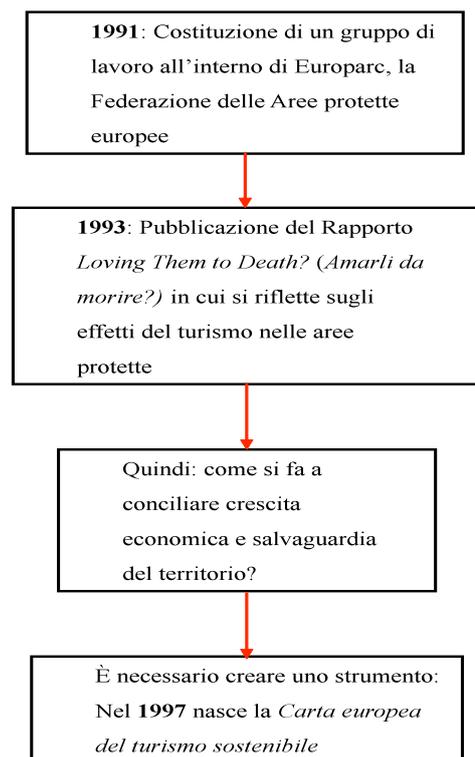
2.2 La Carta europea per il turismo sostenibile come strumento di gestione turistica del Parco

Il motivo per cui abbiamo è stato scelto questo parco come caso studio all'interno del progetto EcoTour sta nel fatto che questo parco sta dimostrando da anni una particolare attenzione verso politiche sostenibili; infatti è stato tra i primi in Italia che nel 2000 ha adottato la *Carta europea per il turismo sostenibile nelle aree protette*.

La *Carta europea del Turismo Sostenibile* è stata preparata ed elaborata nel corso di un progetto LIFE², gestito dalla Federazione Parcs Naturels Régionaux de France

²LIFE è lo strumento finanziario con cui dal 1992 l'Unione Europea (UE) sostiene la propria politica ambientale allo scopo di promuovere lo sviluppo e la salvaguardia delle risorse ambientali,

per conto di Europarc. Il Comitato di coordinamento del progetto vedeva rappresentati i 3 'protagonisti' del turismo nelle aree protette: i parchi (10 parchi pilota in 6 paesi europei), il settore turistico (considerati sia i singoli operatori turistici delle aree protette che le organizzazioni turistiche a livello nazionale o internazionale) e le organizzazioni di protezione della natura e di turismo a livello globale (World Commission on Protected Areas (IUCN) e World Tourism Organization).



La Carta è dunque un metodo per aiutare le aree protette e i loro operatori turistici a definire un proprio programma di sviluppo turistico durevole, attraverso un approccio strategico e partneriale. Dove per strategia si intende la capacità di avere una visione a lungo termine e per partnerariato la capacità di condividerla. La Carta prevede che ogni parco presenti una propria strategia quinquennale di sviluppo turistico basata su una valutazione dell'area, sull'individuazione di specifici obiettivi e sulla definizione di un piano d'azione in partnerariato con gli operatori locali. Il Parco delle Alpi Marittime è al suo secondo ciclo di applicazione della Carta. Nei primi cinque anni di attività dedicata all'implementazione dei principi della carta (2001-2006), uno dei principali obiettivi era di cogliere le potenzialità del turismo nel creare benefici per la comunità locale e per l'economia, facendo leva sulle speciali qualità dell'ambiente e del patrimonio culturale e sulla designazione del Parco come area protetta. Ciò ha

previsto un significativo miglioramento della qualità dell'offerta turistica e del modo in cui tale offerta veniva presentata e promossa. L'obiettivo, quindi, era di attrarre nell'area nuovi visitatori durante tutto l'anno. Per ottenere questo, il Parco ha previsto 10 punti strategici da perseguire per i primi cinque anni (Parco Naturale delle Alpi Marittime, 2001, pp. 32-37) e ne ha presentati altri 5, che non sono altro che un ampliamento di alcuni di quelli precedenti, per il quinquennio 2007-2011 Parco naturale delle Alpi Marittime (2006, pp. 2-3). Rispetto a questi propositi sono da evidenziare una serie di iniziative molto interessanti, tra cui l'ampliamento della pianta organica dell'Ente Parco attraverso la costituzione di un Settore Turismo e Comunicazione, la nascita dell'Associazione Ecoturismo in Marittime attraverso la quale il Parco ha organizzato attività di formazione professionale e di qualificazione, tra cui viaggi scambio con altre aree protette impegnate nello stesso tipo di attività. Altra cosa che rientrava nel Piano d'Azione era la gestione dei servizi ai visitatori: centri visita, aree picnic e parcheggi sono state date in gestione a cooperative di accompagnatori naturalistici, creando in questo modo posti di lavoro per giovani locali. In particolare il Parco, attraverso la ristrutturazione di alcuni edifici adibiti a strutture nell'ottica dello 'sviluppo sostenibile'.

ricettive, ha cercato di mostrare la via di quella che deve essere la qualità anche estetica dell'area protetta (vd. La Casa della Bela Rosin a Terme di Valdieri, la Locanda del Sorriso di Trinità di Entraque o la Borgata di Palanfrè a Sant'Anna di Valdieri). L'obiettivo è di ottenere per tutti questi edifici ristrutturati il marchio Ecolabel, un marchio di qualità a livello europeo che non certifica la qualità turistica, bensì la qualità di gestione ambientale (risparmio energetico, idrico, delle risorse, etc). Un'altra azione sostenuta dal parco per migliorare il rapporto con la comunità locale è stata la valorizzazione dei prodotti tipici: il formaggio e le patate – Tuma e Bodi. Innanzi tutto è stato creato un Consorzio dei produttori di patate che organizza tutti gli anni la 'Fiera della Patata' dove si possono gustare gnocchi conditi con il formaggio d'alpeggio. Questo evento attira migliaia di visitatori, creando quindi un indotto economico. E poi, delle serate gastronomiche a base di antiche ricette tradizionali con formaggio e patate vengono proposte dai ristoranti della zona, ciascuno con un proprio menù e si organizzano durante il periodo di bassa stagione, ottobre-novembre, quando l'afflusso di turisti è scarso e i ristoranti hanno poco lavoro. Questi cinque anni passati hanno visto, inoltre, consolidarsi la collaborazione con il Parco del Mercantour attraverso la creazione di progetti Interreg³ che hanno consentito alle Marittime di finanziare tutte le azioni portate avanti nell'ambito della Carta, di trovare i fondi per pagare una persona in grado di occuparsi dell'Associazione *Ecoturismo in Marittime* e di mettere in atto dei sistemi di gestione e monitoraggio dei flussi turistici: cosa fondamentale per avere delle informazioni di come risponde il turismo alle attività che sta portando avanti il Parco. Sono stati organizzati degli incontri franco-italiani e un Convegno internazionale sul Turismo Sostenibile nel dicembre 2005, anche grazie al contributo della Rete alpina delle aree protette. E finalmente, nell'ottobre del 2006, il Parco del Mercantour ha ottenuto l'adesione alla Carta mentre il Parco delle Alpi Marittime ne ha ottenuto il rinnovo. Infine, i due parchi hanno dato vita a un grande progetto transfrontaliero che si traduce in molte azioni realizzate, tra cui la segnaletica comune ai valichi e ai sentieri che attraversano la frontiera, una guida e un dvd che propone un circuito di itinerari transfrontalieri da trascorrere in macchina o in bicicletta, e un manuale bilingue italiano-francese con cd-rom in cui si è cercato di sintetizzare, attraverso delle simpatiche vignette che sono rivolte sia agli operatori turistici che ai visitatori, quelli che sono i punti fondamentali del 'Turismo che vorremmo': un turismo destagionalizzato (ampliando la stagione turistica a tutti i mesi dell'anno), condiviso da tutti (residenti, operatori locali e amministratori) e per tutti (anziani, disabili, economicamente svantaggiate). Tutto questo lavoro, infine, si inserisce all'interno di un preciso progetto di sviluppo turistico che coinvolge non solo l'area protetta, ma anche il territorio circostante ad essa.

³L'iniziativa Interreg è un programma del Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR) per la cooperazione tra regioni dell'Unione europea. L'iniziativa dell'Unione Europea si pone l'obiettivo di evitare che i confini nazionali ostacolino lo sviluppo equilibrato e l'integrazione del territorio europeo. Per questo motivo, varie iniziative e programmi di carattere transfrontaliero vengono finanziate (o co-finanziate) dall'Unione per facilitare l'integrazione tra gli stati membri ed i rapporti commerciali, sociali e culturali tra gli stati dell'Unione ed i Paesi confinanti.

2.3 Descrizione del territorio e dell'offerta turistica del Parco

2.3.1 Offerta turistica e contesto locale: il 'sistema' cuneese

La Provincia di Cuneo svolge, all'interno della Regione Piemonte, un ruolo importante nell'attrazione di flussi turistici. Dagli ultimi dati ufficiali⁴ essa si conferma infatti come la terza meta preferita del Piemonte, dopo Torino ed il Verbano – Cusio – Ossola, con un totale di 410.000 arrivi e di 1.300.000 presenze annue, due terzi di questi in strutture alberghiere. In particolare, dall'analisi delle informazioni sulla nazionalità degli ospiti si rileva, al di là del dominio degli italiani, l'aumento costante di cittadini svizzeri e il prevalere di tedeschi rispetto a francesi quanto a presenze (non ad arrivi) (Camera di Commercio Cuneo, 2008). Al di là degli aspetti meramente quantitativi, un elemento da sottolineare è la capacità della Provincia di Cuneo di capitalizzare in modo diffuso e rispettoso della propria identità tanto l'ambiente naturale quanto i numerosi beni culturali – anche quelli 'minori' – presenti sul territorio, inclusa la tutela e valorizzazione dei centri storici comunali. Così pure l'enogastronomia locale, uno dei più forti elementi di attrazione turistica, può essere ulteriormente valorizzata, se accompagnata da itinerari volti a scoprire come nasce un prodotto di qualità (attraverso, ad esempio, le vie del formaggio, le strade dei vini, ecc.) e/o da percorsi culturali (quali le visite ai castelli, la scoperta della cultura e del folklore occitano). Nell'arco di un quindicennio si è realizzata, infatti, una sinergia consapevolmente progettata e perseguita: il turismo come fattore determinante per rivitalizzare e ripopolare la montagna, permettendole a sua volta – in unione con il polo termale e la promozione degli sport di montagna – di diventare un elemento chiave e imprescindibile della forza economica e del benessere sociale del territorio.

2.3.2 L'economia turistica nelle valli del Parco

Il Parco delle Alpi Marittime insiste su tre valli, ciascuna delle quali è caratterizzata da uno specifico livello di sviluppo turistico. La Valle Vermentina, delle tre la più antropizzata e industrializzata, è una zona caratterizzata da una forte economia turistica bistagionale nella parte alta della valle ed una spiccata connotazione artigianale ed industriale nella parte bassa. Tra i suoi comuni troviamo Vernante, che integra l'offerta dell'area con gli itinerari tracciati nel Parco (borgata di Palanfré e Vallon Grande) ed i murales dedicati a Pinocchio. Passeggiando per le stradine del paese, infatti, si possono ammirare un centinaio di murales narranti gli episodi salienti della fiaba di Pinocchio, dipinti sui muri più in vista di molte abitazioni. Alcuni di questi riproducono le illustrazioni ideate da Attilio Mussino, uno dei disegnatori più famosi del *Pinocchio* di Collodi.

Se industria e sport sono gli elementi che più caratterizzano la Valle Vermentina, è invece senza dubbio il patrimonio naturale a definire l'identità della confinante Valle Gesso, che occupa la zona più occidentale dell'area protetta e che ospita due dei quat-

⁴I dati provenienti dalla Provincia di Cuneo sono relativi al 2006 perché quelli del 2007 non sono ancora stati ufficializzati, in quanto fermi ad ottobre.

tro comuni del Parco: Valdieri⁵ ed Entraque⁶. L'antica economia pastorale ed agricola che si reggeva sui pastori di Roaschia e sui margari di Entraque è quasi totalmente scomparsa. Oggi è nel settore turistico che si giocano le carte per il rilancio economico. In particolare, la Valle Gesso è particolarmente attrezzata per l'escursionismo alpino, grazie ad un'articolata distribuzione di rifugi, campeggi e alberghi, collegati da una rete di sentieri di varia difficoltà. Nella stagione invernale i prati ed i pendii si trasformano in piste da sci nordico e alpino, cui si affianca la presenza di un importante centro di fondo a Entraque e di numerosi percorsi fuori pista. Nella zona attorno a Valdieri, sede dell'Ente Parco, si trova, poi, lo stabilimento termale di Terme di Valdieri che rappresenta un importante richiamo turistico per le proprietà terapeutiche delle 32 sorgenti di acque solforose calde già conosciute in epoca romana. Ai margini dei flussi turistici, pur disponendo attraverso il Colle della Maddalena di un importante collegamento diretto con l'altro versante della catena alpina, si è invece mantenuta la Valle Stura. Grazie a un fondovalle che, nella media valle, si presenta ampio e abbastanza pianeggiante, e dunque si presta allo sfruttamento agricolo, la zona ha conservato un'impronta contadina. In questa Valle troviamo l'ultimo, e il più piccolo, dei quattro comuni del parco: Aisone. L'attività turistica della zona è ora ben supportata dall'apertura di nuove piste per gli appassionati dello sci di fondo e dalla cucina tradizionale⁷ (Comunità Montana delle Valli Gesso e Vermenagna, 2008; De Giovannini, 2008).

I dati sulle presenze turistiche del 2006

I dati sulle presenze turistiche nel Parco, così come le proposte turistiche che questo territorio può offrire ai 'nuovi' fruitori, sono stati presentati nel corso di un Convegno dal titolo Destinazione Marittime: identità del territorio e sviluppo turistico nelle valli delle Alpi Marittime che si è tenuto il 26 gennaio 2008 a Valdieri, presso la sede del Parco. In quest'occasione sono stati presentati i dati del 2006 sulle presenze turistiche del Parco⁸.

Partendo dalla ripartizione dei posti letto nelle strutture turistiche presenti nel Parco è interessante notare (Figura 2.1) come i campeggi assorbano il 38% del totale rispetto al 28% degli alberghi, il 17% delle seconde case e il 15% dei rifugi. Rivestono un ruolo decisamente minore B&B, affittacamere e agriturismi (2% dei posti letto totale). Per quanto riguarda, invece, le presenze turistiche nelle strutture alberghiere ed extralberghiere dei quattro comuni, negli anni che vanno dal 1990 al 2006 (cfr. Tabella 2.2 e Figura 2.3), si assiste ad un significativo aumento, ad eccezione di Vernante che passa da 13812 unità nel 1990 a 12924 nel 2006. Questo è dovuto al fatto che Vernante basava, nel passato, parte della sua offerta turistica sull'offerta invernale legata alla presenza di alcuni impianti sciistici, ma questo settore ha subito una riduzione sensibile nel corso degli ultimi anni.

⁵Dai primi anni Novanta, la comunità di Sant'Anna di Valdieri si è fatta carico, in collaborazione con il Parco, dell'organizzazione della 'Festa della segale' che comprende rappresentazioni folcloristiche, gastronomiche e rappresentazioni di lavorazioni tradizionali.

⁶Ancora oggi sono rinomate la produzione casearia e la coltivazione di patate - Bodi nel dialetto locale - di Entraque, denominato anche 'paese delle patate'.

⁷Il recente rilancio dell'allevamento di una razza locale di pecora, la sambucana, ha avuto un risvolto anche gastronomico: previa prenotazione si possono gustare, infatti, tenerissime cotolette di agnello e gustosi cosciotti in crosta e allo spiedo.

⁸I dati presentati provengono dalla Provincia di Cuneo alla quale vengono trasmessi dalle singole strutture ricettive. Purtroppo non sono disponibili i dati relativi al Comune di Aisone in quanto, per rispetto della privacy, avendo una sola struttura ricettiva i suoi dati vengono integrati con quelli del Comune di Vernante.

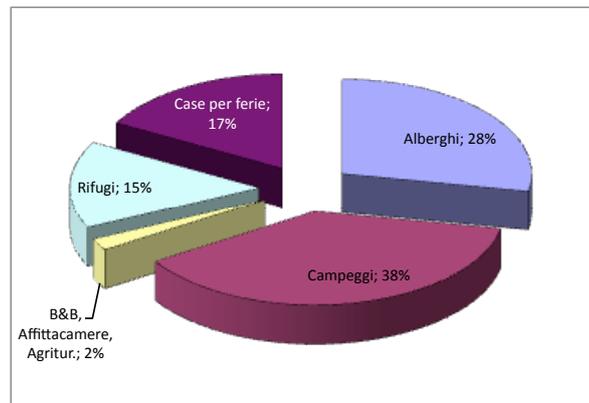


Figura 2.1: Ripartizione dei posti letto nelle strutture turistiche alberghiere ed extralberghiere

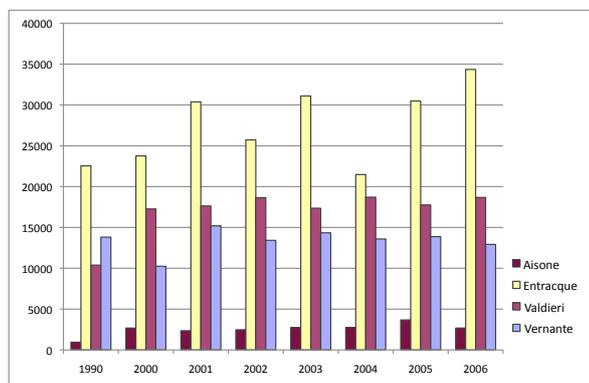


Figura 2.2: Presenze 1990-2006 (Fonte: Camera di Commercio Cuneo (2008))

I visitatori del Parco sono principalmente italiani (circa l'80% degli arrivi) con una maggioranza di piemontesi (68%) in Valle Gesso – Entracque e Valdieri – e di liguri (52%) a Vernante; i lombardi (5-6%), invece, si distribuiscono indifferentemente in tutti e quattro i comuni. Il restante 20% dei turisti è straniero e la nazione di provenienza è principalmente la Francia (11% a Vernante e 5% in Valle Gesso), seguita dall'Olanda (6% in Valle Gesso) e dalla Germania (il 2% in tutti i comuni). La durata media della vacanza nell'area Parco si aggira intorno ai 3-5 giorni di soggiorno. Un altro dato interessante ci viene dagli arrivi mensili raccolti nell'arco del 2006. Come si può vedere dalla Figura 2.3 i turisti, siano essi stranieri o italiani, si concentrano nel periodo che va da giugno ad agosto per quanto riguarda i Comuni di Entracque e Valdieri, mentre Vernante ha una distribuzione più costante lungo tutto l'arco dell'anno, con un piccolo aumento nella stagione invernale (gennaio-marzo). Questo è dovuto alla sua ancor radicata vocazione per gli sport invernali.

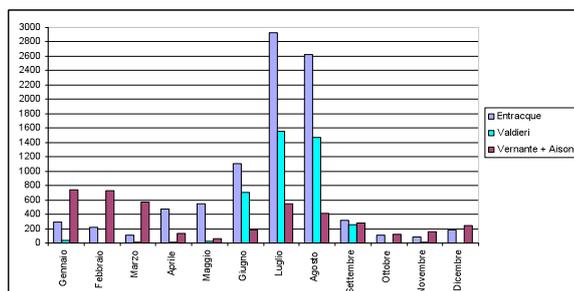


Figura 2.3: Arrivi mensili nel Parco (2006)

L'indagine sui visitatori del Parco

Il Parco, inoltre, al fine di delineare un profilo dettagliato dei suoi visitatori, delle loro attività, motivazioni e opinioni ha condotto due indagini nell'estate del 1998 e del 2004. Queste indagini dovranno essere ripetute ogni cinque anni come prevede il nuovo Piano d'Azione per il rinnovo della Carta del turismo sostenibile nel periodo 2007-2011 al Principio 4.

Nel 2004 i questionari validi raccolti erano 984, un centinaio in più di quelli raccolti nell'estate 1998 (893). La raccolta delle informazioni è stata intrapresa in ognuno dei quattro comuni del Parco. La Valle Gesso ha costituito la meta principale per le persone in visita al Parco, e non è un caso che ben l'85% dei visitatori (839) sia stato intervistato all'interno di questa Valle. Per comprendere il livello di spostamento fra le valli si è rilevato il grado di interesse di questo 85% di intervistati nei confronti di alcune località presenti nelle valli limitrofe e nei confronti di luoghi diversi della stessa Valle Gesso. È emerso che 1 visitatore su 3 aveva già avuto modo di visitare o ha dimostrato l'intenzione di visitare Vernante o Aisone. È emerso, altresì, che fra gli intervistati in Valle Gesso una media del 42% non aveva intenzione di visitare parte delle località di interesse storico-culturale presenti nella stessa valle.

In entrambe le indagini, del 1998 e del 2004, il 58% degli escursionisti e turisti intervistati erano uomini ed il 42% donne. Gli intervistati con età superiore ai 35 anni costituivano il campione preponderante (727 intervistati, pari al 77% del totale). Rispetto alla composizione dei gruppi di visitatori, le coppie costituivano la tipologia di gruppo prevalente (il 39% nel 2004 rispetto al 31% nel 1998): un intervistato su tre era accompagnato dal/la proprio/a compagno/a. Seguivano, poi, le famiglie (26% nel 2004 rispetto al 30% nel 1998) per finire con i gruppi misti (di adulti, di giovani e di diverse età) che tutti insieme costituivano il 28% del totale in entrambe le indagini. Nel 2004 si assiste ad un aumento (10% in più rispetto al 1998) degli escursionisti⁹ a sfavore della fetta di turisti che soggiorna all'interno del Parco. Analogamente ai dati del 2006 sopra riportati tendenzialmente la permanenza più diffusa era compresa fra i 3 e 5 giorni; un 25% tra una e due settimane ed il restante 7% più di due settimane. La frequenza delle visite al Parco non è mutata dal 1998 al 2004: più di 7 turisti su 10 (73%) erano già stati in visita all'area Parco e il 39% affermava di visitare il Parco diverse volte all'anno. Rimane pressoché invariata anche la percentuale di coloro che visitano il Parco per la prima volta (un visitatore su tre). Le informazioni

⁹Secondo la letteratura viene definito *escursionista* colui che permane meno di 24 ore nella destinazione, e solo i viaggiatori che pernottano vengono definiti come *turisti* cfr. per esempio World Tourism Organization (WTO) (1993)

acquisite con visite precedenti si rilevano essere la fonte privilegiata per pianificare il proprio viaggio. Se poi agli intervistati, siano essi escursionisti o visitatori, veniva chiesta la motivazione principale della propria visita (Figura 2.4), si poteva notare che la maggioranza era convinta che il Parco offrisse l'opportunità di godere di un paesaggio intatto e di fare belle passeggiate. Complessivamente i dati emersi sembrano confermare una sensibilità da parte dei turisti del Parco verso quegli elementi peculiari che contraddistinguono un'area protetta.

Fattore influenzante	% Molto importante		% Poco importante		% Non importante		dato medio	
	1998	2004	1998	2004	1998	2004	1998	2004
<i>Paesaggio intatto</i>	83	92	7	6	3	2	2,86	2,9
<i>Perché è un Parco</i>	51	62	27	29	12	9	2,42	2,5
<i>Ricchezza di specie protette</i>	58	62	24	32	7	6	2,57	2,6
<i>Facile da raggiungere</i>	56	67	22	24	12	9	2,48	2,6
<i>Passeggiate belle</i>	81	89	9	8	3	3	2,85	2,9
<i>Varietà di attività sportive</i>	13	12	28	39	44	49	1,63	1,6
<i>Qualità di sistemazione</i>	35	37	25	26	24	37	2,12	2
<i>Altro</i>	nd	51	nd	13	nd	36	nd	2,1

dato medio: 3 molto importante / 1 non importante

Figura 2.4: Motivazione della visita al Parco (Fonte: Parco naturale Alpi Marittime, ACTAplan srl (2004))

Infine, la spesa media giornaliera per visitatore nel Parco nel 2004 (inclusa la sistemazione) risulta pari a 35,50 euro, il 28% in più rispetto al 1998. La maggior parte dei visitatori (81%) ha speso 50€ o meno, mentre il 17% dalle 200€ alle 400€, percentuale lievemente superiore al 1998 (ACTAPLAN srl, dicembre 2004).

2.4 L'impatto del turismo sulla qualità della vita dei residenti

Data la ricchezza di informazioni già disponibili sulle caratteristiche del turista che frequenta il parco delle Alpi Marittime, è apparso interessante concentrare le indagini sulla percezione del turismo da parte dei residenti.

Nel quadro del progetto EcoTour l'indagine sulla percezione del turismo da parte degli abitanti presentava un duplice vantaggio: da un lato era possibile integrare le indagini già a disposizione del Parco con un aspetto che veniva percepito come parzialmente sconosciuto anche da parte dell'Ente Parco; dall'altro la raccolta di tali informazioni avrebbe permesso di circoscrivere gli impatti sociali del turismo nei parchi.

Si tratta di un'analisi particolarmente interessante, poiché spesso trascurata. Tradizionalmente, infatti, gli studi di marketing indirizzano la loro attenzione verso i visitatori dei luoghi di interesse turistico, misurandone livello di soddisfazione ed esigenze, livelli di spesa e preferenze, al fine di sviluppare strategie di promozione e commercializzazione del prodotto turistico e di attrarre il maggior numero possibile di visitatori per la crescita della destinazione. I residenti sono per lo più un invisibile contorno, che si confonde con il resto delle 'cose da vedere': restano passivi elementi di folklore.

Anche a livello di marketing turistico, specialmente nel caso delle località minori (dove l'incontro tra residenti e turisti è più frequente), la percezione del turismo da parte dei residenti, è stata recentemente trattata con maggiore attenzione. Sotto

l'aspetto dell'ospitalità, la gente del luogo diventa un fattore attivo nell'influenzare l'esperienza del turista, che può trovarsi più o meno a suo agio con i residenti (siano essi gente comune o gestori di locali pubblici) e più o meno propenso, di conseguenza, a tornare nella località e a suggerirla a parenti e amici¹⁰.

Ma, al di là di questioni prettamente economiche e commerciali, «perché un'economia basata sul turismo possa auto-sostenersi nelle comunità locali, i residenti devono essere partner compiacenti. Le loro opinioni sul turismo e le percezioni circa il suo impatto sulla vita della comunità devono essere continuamente monitorate» (Allen *et al.*, 1988, p. 16).

In quanto spettatori diretti del fenomeno turistico in un luogo che conoscono e a cui sono legati e trovandosi contemporaneamente a goderne i benefici e a subirne le conseguenze negative e i rischi, i residenti sono in grado di giudicare meglio di chiunque altro quali problemi il turismo causa o potrebbe causare (Del Corpo, 2008), sviluppando ospitalità o al contrario animosità verso i turisti. Il monitoraggio del livello di soddisfazione dei residenti può aiutare a sviluppare azioni che contribuiscono a rafforzare gli effetti positivi e a ridurre il più possibile l'insorgere di effetti negativi dell'attività turistica sulla vita della comunità (Kreag, 2001, p. 4).

L'impatto del turismo non va quindi identificato soltanto nella capacità di incrementare il reddito della località (e non solo a beneficio di ristoratori, gestori di alberghi e municipalità), o nella misura in cui lo sviluppo turistico incide sulla qualità dell'ambiente naturale (Dumont, 2007, p. 13). Occorre valutare anche l'impatto sociale del turismo: come esso cambia la qualità della vita delle comunità locali. Dirigere lo sviluppo turistico verso i bisogni e gli interessi della comunità locale favorisce il sostegno del pubblico verso il turismo e contribuisce a creare un'industria sostenibile (Kreag, 2001, p. 17), con la partecipazione e il consenso di tutti. In altre parole, la programmazione del turismo non si inserisce in un 'vuoto'; inoltre, «un ampio livello di consenso fornisce uno schema per un'azione concertata, non solo per il turismo in sé ma per le destinazioni» (Audit and Consulting Canada, 2003, p. 45): solo un'adeguata pianificazione del turismo consente di evitare conseguenze inaspettate che causano l'insoddisfazione del turista e del residente (Kim, 2002, p. 23). Non da ultimo, la *Carta di Lanzarote per un Turismo Sostenibile* (adottata alla Conferenza Mondiale sul Turismo Sostenibile del 1995) afferma che «tutte le opzioni per lo sviluppo turistico devono servire effettivamente per migliorare la qualità della vita della gente [...]» (Principio 8).

Per questo motivo, la qualità della vita dei residenti è uno degli oggetti primari di intervento della Strategia e Piano d'azione per un turismo sostenibile, sviluppata - come anticipato - dal Parco delle Alpi Marittime come applicazione dei principi della Carta Europea del Turismo Sostenibile nelle aree protette. La seconda Strategia, elaborata per il periodo 2007 - 2011, dichiara di voler «conservare e migliorare la qualità della vita dei residenti locali» (Principio 8), attraverso il miglioramento della comunicazione alla popolazione locale sui temi del turismo (Linea di azione 12). Per la presente ricerca, dunque, si incontravano l'interesse da parte del progetto EcoTour, di indagare su impatti sociali del turismo nelle aree protette, e la volontà, da parte dell'Ente Parco, di disporre di «uno studio approfondito sulle reazioni della popolazione locale al turismo»: sui punti di vista, le aspirazioni e i bisogni della popolazione locale per quanto riguarda il turismo (Parco naturale delle Alpi Marittime, 2006, p. 12). Secondo quanto enunciato nella Strategia, poi, una ricerca di questo tipo rap-

¹⁰Per approfondire funzione e importanza del passaparola (*word of mouth*) nel marketing turistico, cfr. Dall'Ara (2005); Lanza *et al.* (2007)

presenterebbe anche uno strumento utile a diffondere informazioni circa gli impatti positivi del turismo, riducendo i possibili conflitti e facendo sì che la popolazione abbia un atteggiamento positivo verso il turismo, magari anche inducendola a prendere in considerazione la possibilità di trarre benefici da un coinvolgimento diretto nella fornitura di servizi turistici (Parco naturale delle Alpi Marittime, 2006, p. 61).

2.5 La qualità della vita

Definire cosa si intende per ‘qualità della vita’ è molto complesso. In letteratura non si trovano definizioni complete né tanto meno univoche. Sutherland (2007, p. 50) la definisce come «una generale soddisfazione dell’individuo rispetto alla propria vita». Tale concetto si avvicina a quello di ‘benessere’, considerato sotto più punti di vista. Non si tratta soltanto del fatto di disporre di un reddito adeguato e di beni di consumo; al contrario, alla sensazione di benessere contribuiscono fattori sociali, culturali e ambientali, oltre che economici (Crouch e Ritchie, 1999). La qualità della vita, quindi, può essere misurata attraverso indicatori oggettivi, ma i dati statistici (relativi a occupazione, reddito, istruzione, ecc.) non sono in grado di catturare aspetti della vita dell’individuo come il rapporto con la società o la vita familiare. Per essi occorre fare affidamento su indicatori soggettivi, basati su impressioni e sensazioni psicologiche.

2.5.1 L’impatto del turismo sulla qualità della vita

In letteratura diversi contributi hanno tentato di identificare i grandi ‘settori’ della vita dell’individuo su cui il turismo incide e rispetto ai quali occorre determinare il livello di benessere e soddisfazione percepito. Day (1987) identifica 13 ‘settori’ di impatto del turismo sulla qualità della vita: vita familiare, beni materiali, salute personale, servizi sanitari, vita sociale, vita lavorativa, personalità, vita spirituale, tempo libero, luogo di residenza, sistema politico a livello locale e nazionale, consumi. (Cummins, 1997), invece, identifica 7 ‘settori’: benessere emozionale, rapporti intimi, salute, sicurezza, vita sociale, benessere materiale e benessere della comunità.

Nel suo studio sull’impatto del turismo sulla qualità della vita della popolazione della Virginia, Kim (2002) ha costruito un modello che ipotizza che la generale soddisfazione dell’individuo rispetto alla propria vita si trova in relazione diretta con 4 ‘settori’ della vita:

- *Material well-being* (benessere materiale), che si trova in relazione diretta con la percezione dell’impatto economico del turismo;
- *Community well-being* (benessere sociale), in relazione diretta con la percezione dell’impatto sociale del turismo;
- *Emotional well-being* (benessere emozionale), in relazione diretta con la percezione dell’impatto culturale del turismo;
- *Health and safety well-being* (salute e sicurezza), in relazione diretta con la percezione dell’impatto del turismo sull’ambiente naturale.

Come verificato da Kim (2002), la percezione della qualità della vita è in relazione con la soggettiva percezione degli effetti economici, sociali, culturali e ambientali del turismo, i quali sono positivamente e significativamente influenzati dalla disponibilità

di beni di consumo (benessere materiale), dall'ambiente sociale e dai servizi alla comunità (benessere sociale), dalla vita spirituale e le possibilità ricreative (benessere emozionale), dalla qualità dell'ambiente e della salute personale (salute e sicurezza).

Una volta individuati i diversi 'settori', la maggior parte degli autori procede all'identificazione dei principali effetti che il turismo può avere su ciascuno di essi, elaborando un elenco di variabili che influenzano il benessere materiale o sociale o emozionale o la sensazione di salute e sicurezza. Ad esempio, lo sviluppo turistico può contribuire a creare nuovi posti di lavoro, e questo influenza la percezione del benessere materiale; oppure, la congestione turistica può comportare l'aumento dei livelli di inquinamento atmosferico, e questo influenza l'opinione circa l'*health and safety well-being*. La valutazione dell'effetto positivo o negativo di ciascuna variabile viene affidato ad apposite *surveys*, mediante le quali si domanda alle comunità residenti nell'area d'interesse di esprimere la propria opinione.

Per analizzare l'impatto del turismo sulla qualità della vita dei residenti nei quattro comuni del Parco delle Alpi Marittime, abbiamo dunque proceduto all'elaborazione di un apposito questionario.

2.6 Il questionario

Poiché a nostro avviso gli effetti sull'ambiente sociale, sui servizi alla comunità e sulle possibilità ricreative riguardano la più ampia sfera della vita della comunità locale, la scelta è stata quella di raggruppare le sfere del *community* e dell'*emotional well-being* in una sola categoria. Il questionario utilizzato presenta dunque una ripartizione in 3 sezioni:

- Effetti del turismo sull'economia locale;
- Effetti del turismo sulla vita sociale e culturale della comunità;
- Effetti del turismo sulla qualità dell'ambiente.

Queste tre sezioni contengono complessivamente 38 variabili, selezionate tra quelle considerate significative dalla letteratura internazionale, le quali descrivono possibili effetti dello sviluppo turistico sulla comunità locale. Più precisamente, le 38 domande sono volte a comprendere se e come – secondo i residenti del Parco delle Alpi Marittime – il turismo nel Parco modifica, producendo benefici o scompensi, la condizione economica della famiglia, le esigenze di mobilità, l'offerta di servizi pubblici, l'offerta di attività ricreative e di svago nel Parco, la possibilità di fare esperienze culturali o formative, il senso d'identità e la cultura e le tradizioni della comunità, o ancora la qualità dell'ambiente naturale o urbano e del paesaggio. È stata inoltre aggiunta una quarta sezione, denominata 'Effetti del turismo sulla qualità della vita', la quale contiene 3 domande 'secche', volte a chiarire innanzitutto qual è la visione complessiva di ciascun rispondente circa l'effetto del turismo sulla qualità della vita, vale a dire se, al di là di effetti particolarmente positivi o negativi, i rispondenti sono fondamentalmente soddisfatti o insoddisfatti. Le restanti domande approfondiscono invece i principali fattori di disagio e insoddisfazione.

Per misurare il livello di accordo o disaccordo con ciascuna delle 41 affermazioni relative ai possibili effetti del turismo sulla vita della comunità è stata utilizzata una scala di tipo Likert in 5 punti (Figura 2.5)¹¹.

¹¹La scala Likert è la più utilizzata nella ricerca basata su sondaggi e interviste. La sua applicazione è descritta in Likert (1932).

Figura 2.5: Il questionario: La struttura

	completamente d'accordo	d'accordo	né d'accordo né in disaccordo	non d'accordo	completamente in disaccordo
Effetti del turismo sull'economia locale					
1.1 ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2 ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Effetti del turismo sulla vita sociale e culturale della comunità					
1.13 ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.23 ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Effetti del turismo sulla qualità dell'ambiente					
1.28 ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.29 ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Effetti del turismo sulla qualità della vita					
1.39 ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.40 ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.41 ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Infine, sono state aggiunte domande volte ad analizzare le proprietà sociografiche dei rispondenti, per verificare l'esistenza di una relazione univoca tra determinati fattori e l'opinione. Tra le altre, le informazioni richieste riguardano:

- il sesso del rispondente
- l'età del rispondente
- il numero di anni di residenza nel parco
- la vicinanza della propria abitazione rispetto a strutture turistiche
- il grado di frequentazione del parco
- l'appartenenza ad associazioni locali
- il livello in cui il reddito familiare proviene dal settore turistico
- la percezione della possibilità di influire sulle scelte politiche locali.

Infatti, secondo la letteratura internazionale (Allen *et al.*, 1988; Milman e Pizam, 1988; Sheldon e Var, 1984; Cervený, 2005; Pizam, 1978; Korça, 1996; Goudy, 1977; Lankford e Howard, 1994), chi guadagna col turismo, è giovane, abita da poco nel parco, non abita vicino a strutture turistiche, appartiene ad associazioni locali e pensa di poter influire sulle scelte politiche è più ottimista e ha una percezione più positiva degli effetti del turismo.

Il questionario è stato sottoposto a una fase di pre-test, al fine di ridurre il testo e verificare chiarezza e pertinenza delle domande rispetto al caso studio. Questa fase di revisione ha coinvolto 4 ricercatori della Fondazione Eni Enrico Mattei estranei al progetto EcoTour; dopodiché il questionario è stato sottoposto a un campione ristretto (ma piuttosto rappresentativo in termini di sesso, età, istruzione, professione, reddito) di 12 residenti nel territorio del Parco, la maggior parte dei quali appartenenti a un gruppo di lavoro e discussione organizzato dall'Ente Parco.

2.7 Il campione

La percezione degli abitanti del parco relativamente all'effetto dello sviluppo turistico sull'economia locale, sulla vita sociale e culturale della comunità e sulla qualità dell'ambiente è stata analizzata sia sul totale della popolazione dei quattro comuni del parco (Aisone, Entracque, Valdieri e Vernante), sia per comune. Infatti, ciascun comune ha un diverso rapporto con il Parco e un diverso livello di sviluppo turistico. Il sondaggio è stato svolto con l'ausilio di intervistatori appositamente formati, che hanno intervistato, con una selezione casuale, i residenti nel territorio del parco. Dal momento che ciascun intervistato interpretava l'effetto che il turismo ha sul suo nucleo familiare, il campione dell'indagine è stato calcolato sulla base dei nuclei familiari residenti nei diversi comuni (dati aggiornati al 2007). Il campione di 173 questionari, pari al 10% dei nuclei familiari residenti, è stato poi ripartito tra Aisone, Entracque, Valdieri e Vernante in proporzione ai propri abitanti e al livello di sviluppo turistico (luglio e ottobre 2007) ha però superato l'obiettivo, raggiungendo quota 181 questionari.

Tabella 2.1: Il calcolo del campione

	Numero di nuclei familiari		Numero di questionari
Aisone	138		13
Entracque	515		58
Valdieri	489		52
Vernante	584		50
Totale	1726		173

Poiché era anche possibile compilare personalmente il questionario pubblicato sulla rivista del Parco, *Messaggi*, e consegnarlo in appositi centri di raccolta, altri 25 questionari si sono aggiunti ai precedenti. Non essendo possibile unire i due gruppi di questionari dal momento che il secondo è un campione autoselezionato (Corbetta, 2003), d'ora in poi chiameremo i primi 'i questionari degli intervistati' e i secondi 'i questionari di Messaggi'. Tuttavia, la presenza di due diverse tipologie di rispondenti consente di operare interessanti confronti, verificando se i secondi sono – come ci si attenderebbe – i più ottimisti o al contrario i più spiccatamente contrari al turismo nel parco.

2.7.1 Rilevanza statistica del campione usato per le interviste

Come anticipato, il calcolo del campione ha privilegiato l'obiettivo della proporzionata rappresentazione della popolazione e del livello di sviluppo turistico di ciascun comune. La verifica della misura in cui il campione degli intervistati rappresenta la popolazione residente nel territorio del Parco anche con riferimento ad altre variabili statistiche registrate dall'ISTAT può essere svolta solo in modo parziale, poiché informazioni quali 'popolazione residente per classi di età' o 'occupati per attività lavorativa svolta' sono disponibili solo al più ampio dettaglio del comune o della provincia di Cuneo. Il campione rispecchia la 'popolazione residente per sesso' solo in due comuni. Infine, per mancanza di dati confrontabili, non è possibile valutare la rappresentabilità del campione per quanto concerne il titolo di studio. Dal momento che, però, nel rispondere l'intervistato rappresentava il suo nucleo familiare, questi dati non devono portarci a concludere per una non rilevanza statistica del campione.

2.8 I risultati del sondaggio

2.8.1 Le percezioni dei residenti

Come mostra la Figura 2.6, la percentuale degli intervistati d'accordo o completamente d'accordo con l'affermazione «Il turismo migliora la qualità della vita dei residenti nei Comuni del Parco» è pari al 39%, mentre meno del 28% pensa che l'effetto sia negativo. 33% gli indifferenti, che sono invece la maggioranza tra i rispondenti di 'Messaggi'. La percezione degli intervistati, discretamente positiva, risulta ancor



Figura 2.6: Effetti del turismo sulla qualità della vita dei residenti (gli intervistati)

più moderata se si considerano le risposte per comune di residenza, quasi ugualmente ripartite (tranne che a Vernante) tra ottimisti e pessimisti o indifferenti (Figura 2.7) D'altronde è piuttosto complicato esprimere un'opinione su una domanda tanto

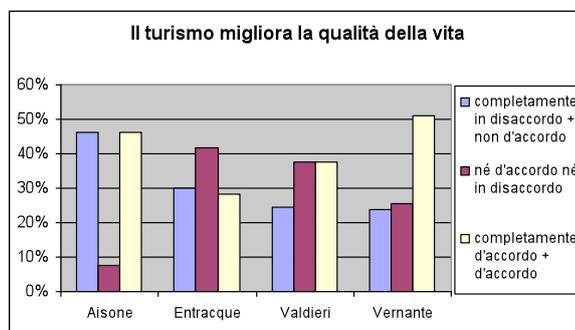


Figura 2.7: Effetti del turismo sulla qualità della vita dei residenti (intervistati per comune di residenza)

generica. Più definita appare, invece, la percezione dell'effetto dell'attività turistica sulle tre distinte sfere della vita della comunità che sono state prese in considerazione all'interno del questionario.

In particolare, per quanto riguarda gli effetti del turismo sull'economia locale, l'80% degli intervistati ritiene che il turismo crei nuove opportunità di sviluppo per le attività commerciali locali e nuove opportunità di lavoro (Figura 2.8). Ciò stimola i piccoli coltivatori e allevatori ad avviare o ampliare le proprie attività per vendere

prodotti tipici e di stagione ai turisti (lo afferma il 56% degli intervistati) e permette ai giovani di rimanere a vivere nella valle, addirittura richiamando chi in passato si era trasferito altrove. Queste possibilità, però, valgono meno per Vernante e ancor meno per Aisone (dove circa il 70% è d'accordo o completamente d'accordo col fatto che i benefici economici del turismo si riversino solo sulle strutture turistiche), a causa del minore livello di presenze turistiche (Figura 2.9).

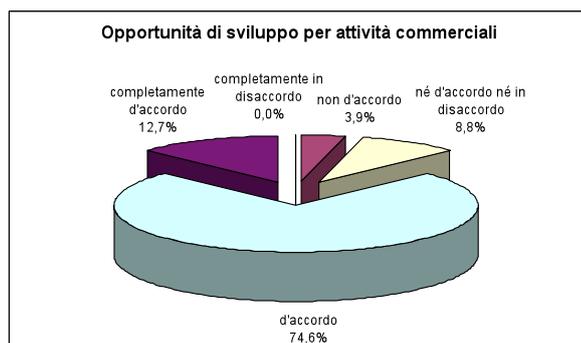


Figura 2.8: Effetti del turismo sull'economia locale (gli intervistati)

I rispondenti di 'Messaggi' appaiono altrettanto ottimisti circa i benefici economici per imprenditori e agricoltori, tuttavia solo il 44% (contro il 54% degli intervistati) ritiene che il turismo freni effettivamente l'abbandono delle valli da parte dei giovani in cerca di lavoro (Figura 2.10).

Interessante la differenza di vedute tra gli intervistati e i lettori di 'Messaggi' per quanto riguarda il giudizio sull'affermazione: «Il turismo crea posti di lavoro poco attraenti perché stagionali [...]». Tra gli intervistati il 38% vive la stagionalità del lavoro turistico come una penalizzazione, mentre praticamente un egual numero pensa sia un fatto positivo (la Figura 2.11 mostra questa distribuzione bimodale); positivi il 60% tra i rispondenti su 'Messaggi'.

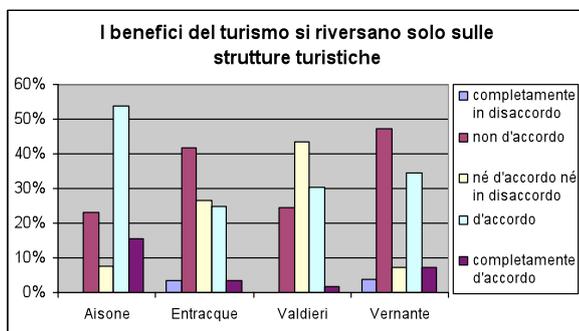


Figura 2.9: Effetti del turismo sull'economia locale (intervistati per comune di residenza)

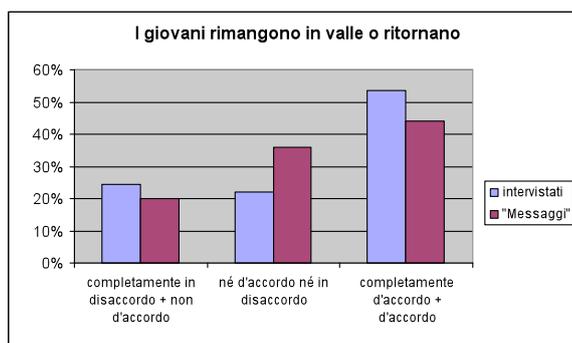


Figura 2.10: Effetti del turismo sull'economia locale (gli intervistati e i rispondenti di 'Messaggi')

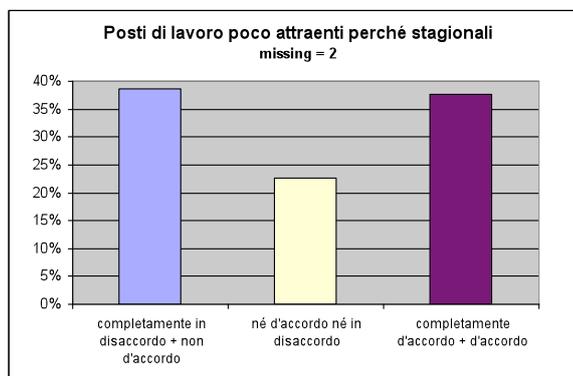


Figura 2.11: Effetti del turismo sull'economia locale (gli intervistati)

Inoltre, se oltre il 60% di entrambi i gruppi conferma come in estate anche i residenti possano usufruire di una maggiore varietà di prodotti e attività commerciali, tuttavia l'80% dei rispondenti di 'Messaggi' (contro il 43% degli intervistati) segnala un aumento del prezzo di beni di consumo e servizi rispetto ad altre località vicine (Figura 2.12).

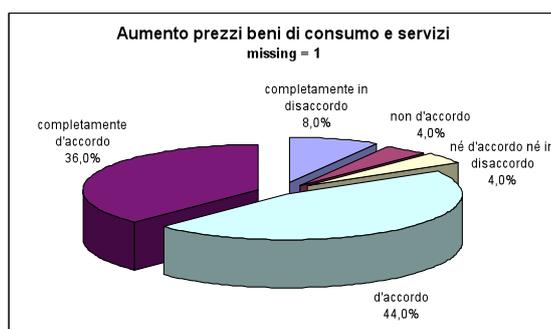


Figura 2.12: Effetti del turismo sull'economia locale (i rispondenti di 'Messaggi')

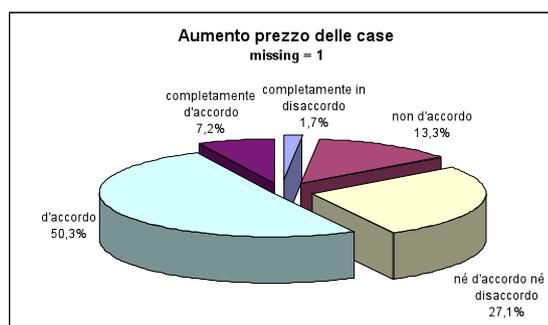


Figura 2.13: Effetti del turismo sull'economia locale (gli intervistati)

Al contrario è considerato positivo l'aumento del prezzo dei terreni e degli immobili, che avvantaggia chi è interessato a vendere. Tale effetto è osservato dal 57% degli intervistati (Figura 2.13) e dal 60% dei rispondenti di 'Messaggi'.

In secondo luogo, la maggioranza degli intervistati ritiene che il turismo produca un positivo effetto sulla vita sociale e culturale della comunità. Esso fornisce uno stimolo per restauri e la riscoperta di tradizioni andate perdute, spesso al centro di nuove feste ed eventi. Va sottolineato che proprio l'affermazione «Grazie al turismo si assiste all'aumento dell'offerta di attività culturali e ricreative» registra in tutti e quattro i comuni il consenso maggiore: tra l'85 e il 100% delle risposte (Figura 2.14). La scoperta delle ricchezze locali da parte dei turisti si accompagna a una crescita di consapevolezza circa la propria cultura, di senso di appartenenza e di orgoglio da parte dei residenti. Uno dei rischi cui spesso si assiste è la commercializzazione della cultura locale, cioè la banalizzazione delle tradizioni e dei riti locali, modificati per soddisfare le aspettative dei turisti, a spese dell'autenticità. Rilevano tale effetto solo il 35% degli intervistati e il 20% dei rispondenti di 'Messaggi'.

Il 60% dei rispondenti di 'Messaggi' sottolinea il miglioramento sia della viabilità e dell'accessibilità nel Parco e tra Parco e zone limitrofe grazie alla manutenzione delle

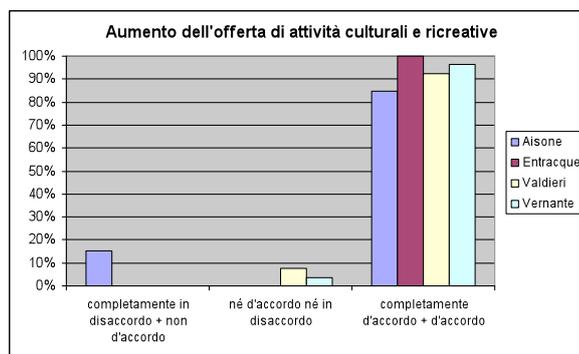


Figura 2.14: Effetti del turismo sulla vita sociale e culturale della comunità (intervistati per comune di residenza)

strade, con un certo miglioramento anche del servizio di trasporto pubblico, sia della qualità degli spazi pubblici urbani (Figura 2.15).

I residenti percepiscono tuttavia alcuni disagi, causati dalla congestione estiva (Figura 2.16): code e fastidiosi tempi di attesa in negozi e ristoranti, problema sentito in tutti i comuni tranne Aisone (a causa del minore afflusso di turisti) e rilevato dal 68% dei rispondenti di 'Messaggi'; un grave aumento del traffico e una problematica scarsità di parcheggi. Quest'ultimo problema è segnalato da circa il 70% degli intervistati in ciascun comune (anche se ad Aisone il traffico è causato dai tir che trasportano l'acqua minerale) e dei rispondenti di 'Messaggi'.

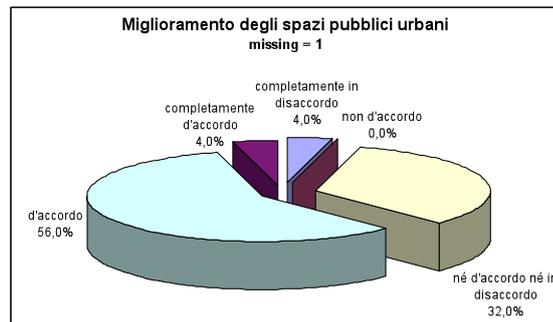
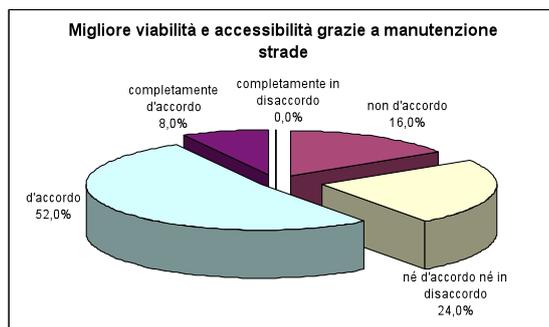


Figura 2.15: Effetti del turismo sulla vita sociale e culturale della comunità (i rispondenti di 'Messaggi')

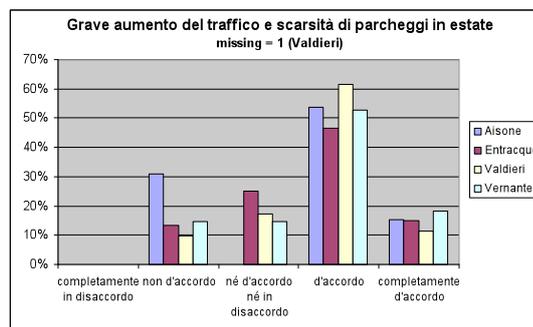
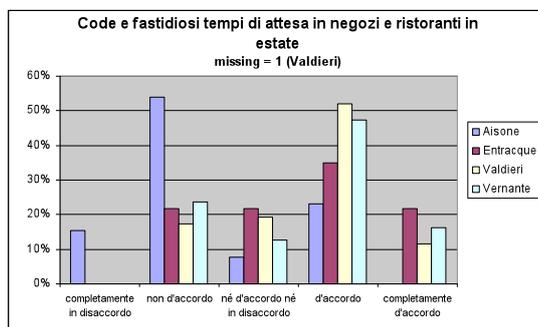


Figura 2.16: Effetti del turismo sulla vita sociale e culturale della comunità (intervistati per comune di residenza)

La percezione di un senso di esclusione dai luoghi e dalle attrazioni, affollate dai turisti, è un sintomo di disagio da non sottovalutare. Sebbene il 56% di entrambi i gruppi non rilevi questo problema, ben il 20% dei rispondenti di 'Messaggi' e il 26% degli intervistati lo percepisce (Figura 2.17).

Solo il 32% dei rispondenti di 'Messaggi' contro il 40% degli intervistati (nuovamente spaccati su 2 fronti) percepisce un senso di invasione dei propri spazi in estate (Figura 2.18). Danno meno rilevanza a questo effetto – così come al senso di esclusione – i rispondenti di 'Messaggi', poiché particolarmente 'entusiasti' dell'effetto di valorizzazione e recupero delle tradizioni (all'84%), dell'accresciuta conoscenza e consapevolezza della propria cultura (al 64%) e di come l'incontro e scambio tra residenti e turisti, caratterizzati da cultura e tradizioni diverse, arricchisca la loro esperienza personale (con il 60% delle preferenze).

Se il turismo ha un effetto generalmente positivo sull'economia e sulla vita sociale della comunità, il 'settore' della qualità dell'ambiente è caratterizzato da una maggiore commistione di effetti positivi e negativi; questi ultimi sono particolarmente evidenti per la popolazione, specialmente in un'area protetta. Possiamo distinguere tra due tipologie di 'ambiente': l'ambiente – diciamo così – residenziale e l'ambiente naturale.

Da un lato, la maggioranza assoluta degli intervistati pensa che i turisti non siano un disturbo perché non producono rumore, né sono la causa della scarsità di acqua nelle case in estate (ascrivibile a impianti idrici inefficienti). Inoltre, secondo la maggioranza dei rispondenti i turisti non danneggiano i sentieri e non disturbano gli animali

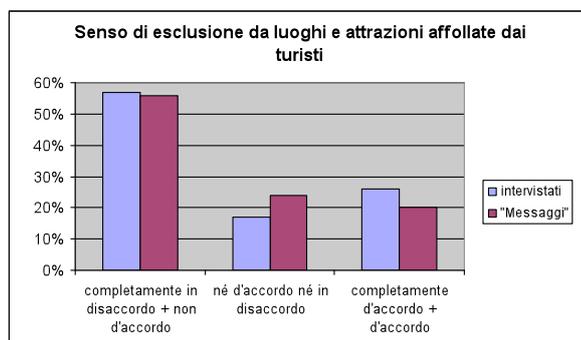


Figura 2.17: Effetti del turismo sulla vita sociale e culturale della comunità (gli intervistati e i rispondenti di 'Messaggi')

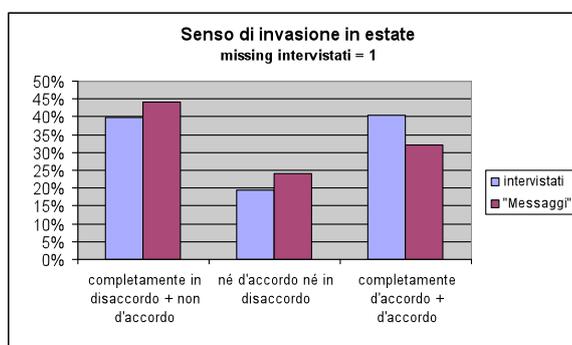


Figura 2.18: Effetti del turismo sulla vita sociale e culturale della comunità (gli intervistati e i rispondenti di 'Messaggi')

(più combattuti sulla questione i rispondenti di 'Messaggi' – Figura 2.19) Anzi, la presenza dei turisti induce le Amministrazioni a tutelare maggiormente l'ambiente, con il beneficio di tutti: lo affermano il 59% degli intervistati e l'80% dei rispondenti su 'Messaggi' (Figura 2.20).

Dall'altro lato, a causa del maggiore traffico, in estate si assiste a un aumento dell'inquinamento atmosferico (sentito un po' di più ad Aisone e Valdieri – Figura 2.21). Come rilevato da oltre il 60% degli intervistati a Entracque, Valdieri e Vernante e dei rispondenti di 'Messaggi', raramente i turisti sono tanto educati e rispettosi da non lasciare immondizia in giro (Figura 2.22).

Infine, tra gli altri effetti messi in risalto dai rispondenti su 'Messaggi', se viene valutata positivamente l'attenzione per l'utilizzo di stili architettonici tradizionali (il 68% afferma che le strutture turistiche di nuova costruzione non 'stonano' con il paesaggio circostante), il fatto che si assista a un'eccessiva costruzione di edifici nella valle spacca in due gruppi le risposte (Figura 2.23).

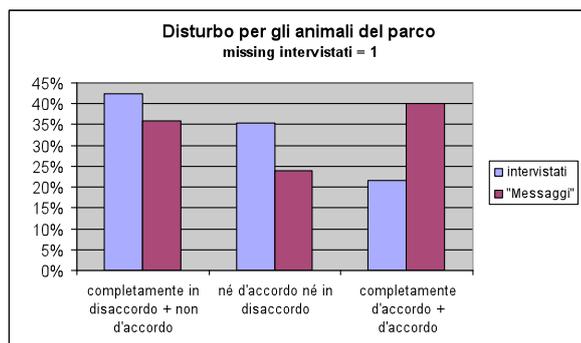


Figura 2.19: Effetti del turismo sulla qualità dell'ambiente (gli intervistati e i rispondenti di 'Messaggi')

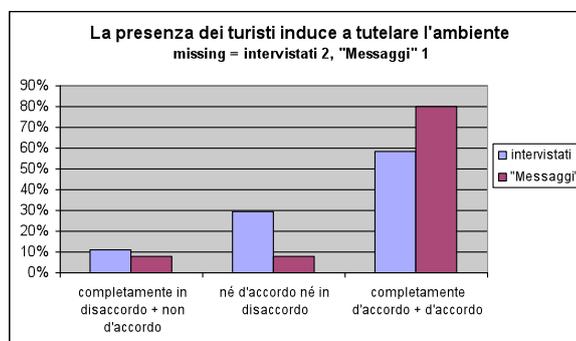


Figura 2.20: Effetti del turismo sulla qualità dell'ambiente (gli intervistati e i rispondenti di 'Messaggi')

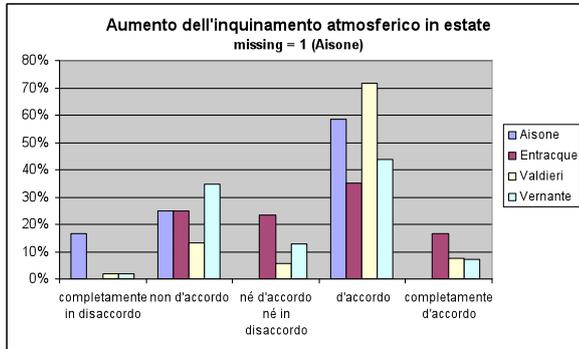


Figura 2.21: Effetti del turismo sulla qualità dell'ambiente (intervistati per comune di residenza)

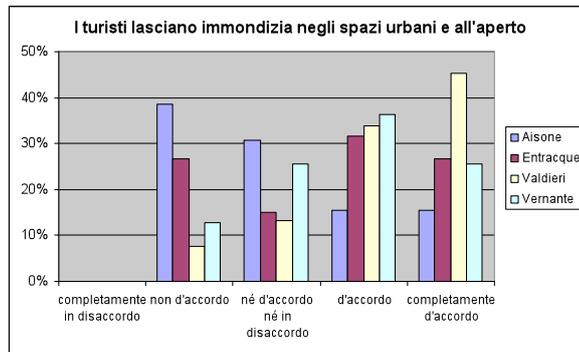


Figura 2.22: Effetti del turismo sulla qualità dell'ambiente (intervistati per comune di residenza)

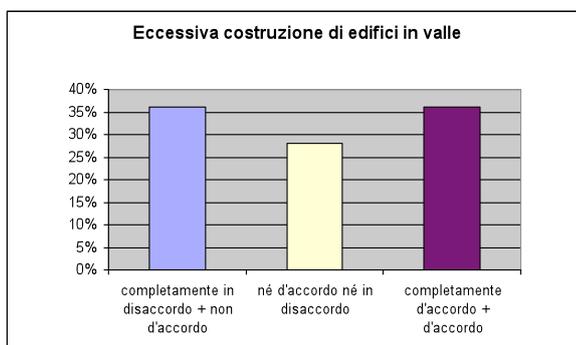


Figura 2.23: Effetti del turismo sulla qualità dell'ambiente (i rispondenti di 'Messaggi')

2.8.2 Analisi di coerenza

In generale gli intervistati e i rispondenti di ‘Messaggi’ hanno una visione molto omogenea. Questo ci rassicura circa l’affidabilità delle risposte e la validità del sondaggio¹². Tuttavia, abbiamo voluto verificare quanto gli intervistati sino stati coerenti nel fornire la loro opinione. A tale scopo, abbiamo ricondotto ciascuna delle 38 domande del questionario a una delle 3 domande ‘secche’:

- il turismo migliora la qualità della vita dei residenti nei Comuni del Parco
- il numero di turisti andrebbe limitato
- i bisogni dei residenti sono messi in secondo piano rispetto ai turisti.

Ad esempio, la capacità del turismo di fornire nuove opportunità di lavoro è in relazione diretta con la percezione della qualità della vita, mentre all’aumento dei prezzi corrisponde un decremento della qualità della vita. Dopodichè, abbiamo confrontato la numerosità relativa delle risposte.

La Tabella 2.2 mostra i risultati dell’analisi per alcune domande, ritenute particolarmente interessanti. I numeri da 5 a 1 corrispondono ai valori assegnati nel corso della codifica a ciascuna delle opzioni della scala Likert, dove 5 indica ‘completamente d’accordo’ e 1 ‘completamente in disaccordo’; la diagonale discendente da sinistra verso destra mostra la relazione diretta, la diagonale ascendente da sinistra verso destra mostra invece la relazione inversa. Confrontando i valori presenti sulla diagonale con i circostanti valori in colonna, si può osservare che essi sono molto o sufficientemente simili. Si può pertanto concludere che effettivamente i rispondenti hanno risposto in modo coerente alle domande del questionario.

¹²La letteratura rileva, infatti, come uno dei principali limiti dei sondaggi l’influenza dell’intervistatore sugli intervistati, che si sentono spinti a esprimere opinioni ‘socialmente accettabili’ (Marradi, 2007). Le diverse modalità di somministrazione dei questionari avrebbero dovuto quindi portare a individuare differenze nelle risposte dei due gruppi.

Tabella 2.2: L'analisi di coerenza

LAVORO	QoL	5	4	3	2	1	N.A.	tot
5		6	3	0	0	0	0	9
4		2	55	3	2	0	0	62
3		6	41	11	2	0	0	60
2		2	25	9	8	0	0	44
1		0	3	1	1	1	0	6
N.A.		0	0	0	0	0	0	0
tot		16	127	24	13	1	0	

PREZZI	QoL	5	4	3	2	1	N.A.	tot
5		0	4	5	0	0	0	9
4		1	21	19	20	1	0	62
3		3	25	19	13	0	0	60
2		5	17	10	12	0	0	44
1		0	2	1	3	0	0	6
N.A.		0	0	0	0	0	0	0
tot		9	69	54	48	1	0	

CODE	limitare flussi turistici	5	4	3	2	1	N.A.	tot
5		0	0	0	0	1	0	1
4		0	4	0	2	0	1	7
3		13	18	6	2	0	0	39
2		9	46	18	25	1	0	99
1		6	9	7	13	0	0	35
N.A.		0	0	0	0	0	0	0
tot		28	77	31	42	2	1	

COMMER- CIALIZZAZIONE	bisogni residenti	5	4	3	2	1	N.A.	tot
5		3	5	1	2	0	0	11
4		0	7	12	11	0	0	30
3		1	8	25	10	0	0	44
2		2	34	16	35	2	0	89
1		0	3	2	2	0	0	7
N.A.		0	0	0	0	0	0	0
tot		6	57	56	60	2	0	

2.8.3 I fattori che influenzano l'opinione

Come anticipato, uno degli obiettivi del presente caso studio è quello di comprendere se e come le proprietà sociografiche dei rispondenti influenzino l'opinione circa gli effetti dello sviluppo turistico sulla qualità della vita nella comunità.

Variabile 1	Variabile 2	B	Sig
Opportunità di sviluppo per attività commerciali	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	-1,693	0,028
	abitazione lontana dalle strutture turistiche	-1,396	0,014
	sporadica frequentazione del parco	-1,554	0,002
	istruzione media, professionale, superiori	1,237	0,041
benefici solo per strutture turistiche	imprenditori, commercianti, artigiani	-0,671	0,065
	reddito che deriva in buona o in notevole misura dal turismo	-0,812	0,040
	abitazione lontana dalle strutture turistiche	0,652	0,056
	sporadica frequentazione del parco	0,636	0,057
	possibilità di influenzare le decisioni sullo sviluppo	1,065	0,052
nuove opportunità di lavoro	imprenditori, commercianti, artigiani	0,872	0,056
	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	-1,455	0,033
	impiegato, operaio	1,154	0,048
	reddito familiare tra 15.000 e 28.000 euro/ l'anno	-1,753	0,023
lavoro poco attraente	imprenditori, commercianti, artigiani	-0,730	0,046
	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	1,533	0,015
	periodo di residenza nel parco tra 5 e 20 anni	1,388	0,004
	reddito familiare fino a 15.000 €/l'anno	1,182	0,088
Più prodotti e attività commerciali	sporadica frequentazione del parco	-0,679	0,040
aumento dei prezzi di beni e servizi	reddito che deriva in buona o in notevole misura dal turismo	-1,213	0,002
	imprenditori, commercianti, artigiani	-0,803	0,022
	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	1,006	0,098

continua sulla pagina successiva

¹³ B mostra il segno della relazione tra le variabili: positiva o negativa. Sig. indica la significatività della relazione, tanto maggiore quanto minore è il valore di sig. Sono state selezionate solo le relazioni con un sig. minore del 10%. Ciò significa che, al 90% di probabilità, la relazione è vera.

Variabile 1	Variabile 2	B	Sig
	casalinga, pensionato, disoccupato	0,802	0,066
	laureato	2,390	0,059
migliori servizi pubblici	imprenditori, commercianti, artigiani	0,665	0,060
	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	-1,634	0,017
	età oltre i 55 anni	1,472	0,028
aumento del prezzo dei terreni	impiegato, operaio	-1,014	0,027
	abitazione lontana dalle strutture turistiche	-0,597	0,072
aumento del prezzo delle case	abitazione lontana dalle strutture turistiche	-0,654	0,048
impulso allo sviluppo di nuove attività agricole	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	1,767	0,019
	periodo di residenza nel parco tra 5 e 20 anni	-1,110	0,020
	reddito familiare fino a 15.000 €/l'anno	-1,782	0,030
	reddito familiare tra 28.000 e 75.000 €/l'anno	-2,067	0,091
il turismo valorizza le risorse locali	reddito che deriva in buona o in notevole misura dal turismo	1,026	0,015
	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	-1,524	0,019
	sporadica frequentazione del parco	-1,199	0,001
	partecipazione ad associazioni locali	0,754	0,096
	reddito familiare fino a 15.000 €/l'anno	1,519	0,031
più conoscenza e consapevolezza della propria cultura	reddito che deriva in buona o in notevole misura dal turismo	0,700	0,059
	imprenditori, commercianti, artigiani	0,680	0,059
	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	-1,763	0,008
	periodo di residenza nel parco tra 5 e 20 anni	1,275	0,018
	sporadica frequentazione del parco	-1,180	0,000
più spettacoli e attività culturali	sporadica frequentazione del parco	-1,510	0,085
senso di invasione	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	1,229	0,050
	casalinga, pensionato, disoccupato	0,799	0,068
	periodo di residenza nel parco tra 5 e 20 anni	0,9536	0,040

continua sulla pagina successiva

Variabile 1	Variabile 2	B	Sig
code in negozi e ristoranti	reddito che deriva in buona o in notevole misura dal turismo	-0,732	0,040
	imprenditori, commercianti, artigiani	-0,738	0,034
	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	1,936	0,011
	casalinga, pensionato, disoccupato	0,719	0,095
	donne	-0,536	0,099
migliori spazi urbani	sporadica frequentazione del parco	-0,540	0,100
traffico e scarsità di parcheggi	imprenditori, commercianti, artigiani	-0,715	0,042
	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	1,814	0,034
arricchimento interculturale	imprenditori, commercianti, artigiani	0,775	0,027
	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	-1,800	0,014
	impiegato, operaio	-1,073	0,022
	abitazione lontana dalle strutture turistiche	-0,980	0,004
	sporadica frequentazione del parco	-0,652	0,050
	partecipazione ad associazioni locali	0,733	0,081
orgoglio	imprenditori, commercianti, artigiani	0,750	0,048
	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	-1,694	0,009
	abitazione lontana dalle strutture turistiche	-0,696	0,044
	sporadica frequentazione del parco	-0,807	0,017
minore emigrazione giovanile	reddito che deriva in buona o in notevole misura dal turismo	0,757	0,042
	imprenditori, commercianti, artigiani	0,793	0,027
	casalinga, pensionato, disoccupato	-1,353	0,002
	donne	-0,605	0,057
	età tra 18 e 34 anni	-0,898	0,094
problemi di sicurezza e vandalismo	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	2,103	0,012
	partecipazione ad associazioni locali	-0,889	0,031
	età tra 18 e 34 anni	-1,508	0,023
	età tra 35 e 54 anni	1,205	0,090
	età oltre i 55 anni	1,593	0,043
eccessiva costruzione edilizia	reddito che deriva in buona o in notevole misura dal turismo	-0,782	0,032
	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	1,053	0,081
	sporadica frequentazione del parco	0,695	0,037

continua sulla pagina successiva

Variabile 1	Variabile 2	B	Sig
i turisti disturbano col loro rumore	reddito che deriva in buona o in notevole misura dal turismo	-1,968	0,002
	imprenditori, commercianti, artigiani	-1,293	0,005
	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	3,054	0,000
	età tra 18 e 34 anni	-1,804	0,088
impulso a migliorare la conservazione dell'ambiente	reddito che deriva in buona o in notevole misura dal turismo	0,655	0,066
	imprenditori, commercianti, artigiani	0,600	0,084
	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	-1,386	0,055
	sporadica frequentazione del parco	-0,736	0,031
	possibilità di influenzare le decisioni sullo sviluppo	0,897	0,093
inquinamento atmosferico	imprenditori, commercianti, artigiani	-1,105	0,001
	casalinga, pensionato, disoccupato	0,820	0,068
	impiegato, operaio	0,763	0,097
	reddito che deriva in buona o in notevole misura dal turismo	-0,947	0,009
	donne	-0,553	0,089
i turisti disturbano gli animali	reddito che deriva in buona o in notevole misura dal turismo	-1,285	0,026
	imprenditori, commercianti, artigiani	-0,776	0,084
	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	1,580	0,023
	impiegato, operaio	1,189	0,049
i turisti rovinano i sentieri	reddito che deriva in buona o in notevole misura dal turismo	-1,687	0,009
	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	2,748	0,000
	donne	-0,620	0,098
le amministrazioni tutelano maggiormente l'ambiente	imprenditori, commercianti, artigiani	-0,617	0,082
	sporadica frequentazione del parco	-1,325	0,000
i turisti sporcano	reddito che deriva in buona o in notevole misura dal turismo	-1,362	0,000
	imprenditori, commercianti, artigiani	-0,896	0,010
	casalinga, pensionato, disoccupato	0,885	0,048
	partecipazione ad associazioni locali	-0,691	0,084

continua sulla pagina successiva

Variabile 1	Variabile 2	B	Sig
i turisti disturbano le attività agricole	imprenditori, commercianti, artigiani	-0,728	0,078
	coltivatore diretto, impiegato in azienda agricola	-0,728	0,010
	possibilità di influenzare le decisioni sullo sviluppo	-1,787	0,092
	istruzione elementare	0,844	0,050
	istruzione media, professionale, superiori	1,706	0,025

Tali proprietà sociografiche corrispondono spesso a diversi livelli di ‘distanza’ dal Parco e dall’attività turistica.

Un primo esempio di distanza è quella economica, che contribuisce a spiegare il differente atteggiamento di chi lavora nel settore turistico rispetto a chi non partecipa direttamente alla fornitura di servizi ai visitatori.

Coloro il cui reddito familiare dipende in buona misura dal turismo – gruppo che coincide con una parte degli imprenditori, commercianti e artigiani intervistati – sono piuttosto ottimisti circa i positivi effetti economici per la comunità in generale. Ad esempio, il gruppo ‘imprenditori, commercianti e artigiani’ mostra una relazione positiva con la percezione delle nuove opportunità di lavoro offerte dallo sviluppo turistico. Altrettanto significativa, ma di segno negativo, la relazione con impiegati e operai e con gli agricoltori (coltivatori diretti o impiegati in azienda agricola). La relazione è negativa anche per chi possiede un reddito familiare medio-basso (da 15.000 a 28.000 €).

La relazione tra quanto l’attività turistica contribuisce a formare il reddito della famiglia e la percezione dell’aiuto che lo sviluppo turistico dà contro lo spopolamento delle valli da parte dei giovani è positiva. Ottimisti anche imprenditori, commercianti e artigiani. Contrariamente alle aspettative, donne e giovani non percepiscono tale effetto; positivi, invece, i più adulti (oltre 34 anni) e gli anziani. Agricoltori, casalinghe, pensionati e disoccupati non credono a questo effetto. Imprenditori, commercianti e artigiani mostrano una relazione positiva anche rispetto all’effetto di miglioramento dei servizi pubblici locali, grazie all’aumento delle entrate dei comuni, contrariamente agli agricoltori. Anche i residenti da 55 anni in su mostrano una relazione positiva.

Osservando i dati sulla percezione dell’inquinamento atmosferico da parte delle diverse categorie di intervistati, si può osservare una distorsione delle preferenze in presenza di un conflitto di interessi per le famiglie il cui reddito deriva in buona o in notevole misura dal turismo. Semplificando, cioè, chi guadagna col turismo tende maggiormente a negare che si verifichi un aumento dell’inquinamento atmosferico nel periodo di picco della presenza turistica. Vale lo stesso discorso per imprenditori, commercianti o artigiani; al contrario, la relazione è positiva per casalinghe, pensionati e disoccupati, e per impiegati e operai. Le donne, invece, sembrano avere una percezione minore dell’inquinamento.

All’aumentare della relazione tra provenienza del reddito della famiglia e turismo diminuisce proporzionalmente anche la percezione dell’aumento dei prezzi di beni e servizi. La relazione è positiva e forte tra percezione dell’aumento dei prezzi e chi lavora nell’agricoltura, e per casalinghe, pensionati e disoccupati. Imprenditori, commercianti e artigiani invece negano tale effetto (il che stupisce). Chi è in possesso di

un diploma di laurea o di un'istruzione post-universitaria, invece, associa fortemente l'incremento dei prezzi all'attività turistica.

Chi guadagna col turismo mostra una percezione ottimistica anche relativamente alla scarsa congestione (code in negozi e ristoranti, traffico e scarsità di parcheggi) e alla costruzione di edifici nella valle. Concordano sul fatto che le code non siano un problema imprenditori, commercianti e artigiani e le donne, mentre chi lavora nel settore agricolo considera eccessivo lo sviluppo edilizio; questi ultimi sono parecchio infastiditi dalle code in negozi e ristoranti (ma anche dal traffico), così come casalinghe, disoccupati e pensionati. Al contrario, chi gode di un reddito familiare medio-alto non percepisce questo problema. Nuovamente, chi guadagna col turismo – così come imprenditori, artigiani e commercianti – nega decisamente che i turisti disturbino la fauna del parco; vi si contrappongono chi lavora nel settore agricolo, impiegati e operai.

Infine chi guadagna col turismo, così come imprenditori, commercianti e artigiani, tende a negare che i turisti creino rumore e disturbino i residenti. Anche i giovani fino a 34 anni mostrano una relazione negativa. Allo stesso modo, chi guadagna col turismo nega che i turisti rovinino i sentieri; lo stesso vale per le donne. Gli agricoltori, invece, mostrano una relazione positiva con la percezione del rumore e del danneggiamento dei sentieri ad opera dei visitatori.

La 'distanza mentale' può coincidere anche con una 'distanza fisica': è il caso di chi abita lontano dalle strutture turistiche o frequenta poco il parco. Innanzitutto, quanto più si abita lontano dalle strutture turistiche o si frequenta raramente il territorio del Parco e/o aree pubbliche frequentate dai turisti, tanto meno si pensa che il turismo crei nuove opportunità di sviluppo per le attività commerciali locali, ma che al contrario guadagnino da tale attività solo i gestori delle strutture turistiche; sono della stessa opinione gli agricoltori. Inoltre, quanto più l'intervistato abita lontano da strutture dedicate ai turisti o ad aree frequentate in misura considerevole da turisti, tanto meno osserva un aumento del valore immobiliare di case e terreni (d'altronde anche impiegati e operai non percepiscono l'aumento del valore dei terreni). La minore frequentazione del parco mostra invece di influenzare la percezione della maggiore varietà di prodotti e attività commerciali disponibili durante la stagione turistica.

Chi frequenta poco il parco, così come imprenditori, commercianti e artigiani, non crede che la presenza dei turisti induca le Amministrazioni a tutelare maggiormente l'ambiente. Chi frequenta raramente il parco considera anche eccessivo lo sviluppo edilizio. Infine, chi abita lontano dalle strutture turistiche o frequenta poco il parco, avendo un minor rapporto con i visitatori, è meno influenzato dall'apprezzamento che questi ultimi dimostrano nei confronti della loro cultura, il che produce in essi una minore iniezione di orgoglio. Pessimisti anche gli agricoltori, mentre imprenditori, commercianti e artigiani sentono in modo particolare l'orgoglio per la cultura della propria comunità. La significatività maggiore (100% - 70 casi) è rappresentata dalla relazione negativa tra l'effetto di accrescimento della conoscenza e consapevolezza della cultura del luogo in cui si abita e chi frequenta raramente il parco. La relazione è negativa anche per gli agricoltori. Chi abita nel parco da più di 5 anni ma meno di 20, ma anche imprenditori, commercianti e artigiani e chi guadagna col turismo, mostra invece di percepire tale effetto di consapevolezza.

Chi abita da pochi anni nel parco – e forse non ne conosce appieno la realtà – manifesta un altro aspetto della 'distanza'. I dati analizzati mostrano che chi abita nel parco da più di 5 anni ma meno di 20 nega che in estate coltivatori e allevatori godano di particolari benefici economici, dovuti alle maggiori possibilità di guadagno derivanti dall'attività con i turisti, così come chi ha un reddito annuale basso o medio-alto

(rispettivamente, fino a 15.000€ e da 28.000 a 75.000€). Gli agricoltori intervistati, invece, confermano tale effetto positivo (in contraddizione con le risposte precedenti relative alle nuove opportunità di lavoro per tutti e alle nuove opportunità di sviluppo per le attività commerciali locali). La variabile ‘anni di residenza’ mostra inoltre una relazione positiva, tra le più significative, con la percezione della stagionalità e precarietà del lavoro nel settore turistico. Anche chi possiede un reddito basso o è occupato nel settore agricolo, contrariamente a imprenditori, commercianti e artigiani, considera poco attraente il lavoro nel settore turistico perché stagionale e pagato poco. Nuovamente, chi abita nel parco da più di 5 anni ma meno di 20 percepisce un senso di invasione in estate, dovuto al flusso più consistente di turisti, così come casalinghe, disoccupati e pensionati. Tuttavia, i più sensibili a tale effetto sono gli agricoltori. Questi ultimi – similmente a coloro che possiedono un livello di istruzione elementare e in contrapposizione con coloro che hanno completato la scuola dell’obbligo – sono anche particolarmente irritati dai turisti, i quali creano disturbo alle attività agricole e pastorali (perché, ad esempio, sostano o fanno pic-nic nei campi e nei pascoli). Chi pensa di poter influire sulle decisioni locali conferma di avere un atteggiamento positivo nei confronti dei turisti, così come imprenditori, commercianti e artigiani.

Possiamo dunque rilevare un ultimo esempio di ‘distanza’ mentale: quella manifestata da coloro che si sentono ‘vittime’ dell’arrivo dei turisti, che vedono come fonte di problemi, con poche possibilità o poco interesse ad intervenire per salvaguardare la propria qualità della vita e/o per trasformare tale presenza in opportunità per la comunità locale. Finora abbiamo visto contrapposti tra loro coloro che guadagnano dal turismo, imprenditori, commercianti e artigiani da un lato e agricoltori, casalinghe, pensionati e disoccupati, più coloro che frequentano poco il parco dall’altro. Anche chi appartiene ad associazioni locali e/o ritiene di poter influire sulle decisioni locali mostra maggiore apertura verso i turisti e pensa che, anche grazie al proprio intervento, si possa sfruttare il turismo per rivitalizzare la comunità. Diversamente da chi guadagna dal turismo, questo gruppo non rappresenta un esempio di ‘partecipazione economica’ all’attività turistica, bensì un tipo di ‘partecipazione decisionale/politica’.

Vediamo dunque come, oltre al legame tra reddito familiare e attività turistica, anche l’appartenenza ad associazioni locali influisca positivamente sulla percezione dell’effetto di valorizzazione e riscoperta della cultura locale dovuto al turismo. Mostrano, invece, una relazione negativa coloro che frequentano poco il parco (i quali tendono a sottovalutare l’effetto di rivitalizzazione della comunità locale grazie agli eventi e alle attività culturali organizzate), chi ha un reddito basso e chi lavora nel settore agricolo. Inoltre chi fa parte di associazioni locali o è imprenditore, commerciante e artigiano, contrariamente a chi abita lontano dalle strutture turistiche o frequenta poco il parco, mostra di sentire un maggiore effetto di arricchimento della propria esperienza personale in seguito all’incontro e scambio con i turisti, caratterizzati da cultura e tradizioni diverse. L’opposto vale per agricoltori, operai e impiegati. Chi appartiene ad associazioni locali o ha un’età compresa tra 18 e 34 anni mostra una relazione negativa con la percezione di problemi di sicurezza e vandalismo causati dai turisti. Al contrario, gli adulti oltre i 35 anni mostrano una relazione positiva. Lo stesso vale per gli agricoltori, particolarmente attenti (come abbiamo visto) al comportamento dei turisti. L’appartenenza ad associazioni locali, il legame tra reddito familiare e attività turistica e l’occupazione (se si è imprenditori, commercianti e artigiani) mostrano una relazione negativa particolarmente significativa con la percezione della scarsa attenzione dei turisti per la pulizia e la cura degli spazi urbani e comuni. Casalinghe, pensionati e disoccupati mostrano invece una relazione positiva.

Tuttavia, un po’ a sorpresa, chi ritiene di avere adeguato accesso alle informazioni

tanto da poter influenzare le decisioni che riguardano lo sviluppo locale pensa anche che i benefici economici del turismo si riversino solo su hotel, ristoranti, campeggi e sulle altre strutture turistiche. Questo dato smentisce una delle nostre ipotesi di lavoro, vale a dire che chi pensa di poter influire sulle scelte politiche ha una percezione più positiva degli effetti del turismo.

In conclusione, i dati raccolti confermano, in generale, quanto rilevato da precedenti ricerche. Nel presente caso studio, in particolare, l'occupazione si presenta come la variabile che influenza maggiormente la percezione degli effetti prodotti dallo sviluppo turistico nel parco. Chi lavora nel settore turistico ha una percezione più positiva (confermando i risultati di Milman e Pizam (1988) o di Pizam (1978) e di Lankford e Howard (1994), mentre agricoltori, casalinghe, pensionati e disoccupati sono spesso più critici e pessimisti. Contrariamente a parte della letteratura internazionale (Cervený, 2005; Korça, 1996) ma in accordo con Belisle e Hoy (1980), invece, chi abita lontano dalle strutture turistiche esprime spesso una percezione pessimistica dell'effetto che il turismo ha sullo sviluppo della vita culturale ed economica della comunità. Questo – come parrebbero suggerire anche Lankford e Howard (1994) – potrebbe essere dovuto a una distorsione della visione di tale gruppo di intervistati, a causa di una minore informazione su come effettivamente i turisti si comportano e impattano sull'ambiente. Ha una visione più pessimistica anche chi frequenta poco il parco, confermando il risultato di Korça (1996) ma non quello di Perdue *et al.* (1987). Sesso e istruzione influenzano in modo per nulla o molto poco significativo l'atteggiamento della comunità locale, confermando i risultati di Korça (1996). Mentre negli studi di Goudy (1977) e Lankford e Howard (1994) la percezione della possibilità di intervenire nelle decisioni locali è uno dei fattori più importanti, nel nostro caso non pare avere un'influenza particolare sulle opinioni degli intervistati.

2.9 Qualità della vita e partecipazione locale: considerazioni finali

Il sondaggio sui residenti del Parco delle Alpi Marittime mostra una situazione di generale apertura e disponibilità da parte della comunità locale verso i turisti e verso lo sviluppo del turismo nelle valli, anche se vi sono alcuni problemi da risolvere (quali, ad esempio, il traffico e il conseguente peggioramento della qualità dell'aria o la pulizia degli spazi comuni). L'atteggiamento positivo nei confronti dello sviluppo turistico nel parco è confermato dal fatto che la maggioranza dei rispondenti non ritiene che i bisogni dei residenti siano messi in secondo piano rispetto a quelli dei turisti facendoli sentire 'derubati' del loro territorio e dei loro diritti (lo confermano il 53% degli intervistati e l'80% dei rispondenti di 'Messaggi' – o che il numero dei turisti vada limitato il (con il 74% e il 56%, rispettivamente).

Dunque, il riconosciuto generale rispetto degli eco-turisti verso la natura e il paesaggio del parco insieme all'attuale moderata dimensione dei flussi turistici consentono di escludere che si sia raggiunta la «capacità sociale» del turismo ¹⁴. Al contrario, i commenti lasciati dai rispondenti contengono una richiesta agli Amministratori locali, perché facciano di più per favorire lo sviluppo turistico dei comuni, cosicché i suoi positivi effetti (soprattutto economici) possano distribuirsi maggiormente sulla

¹⁴Secondo Kim (2002, p. 39), «si raggiunge la capacità sociale quando i residenti in un'area non vogliono più turisti perché distruggono l'ambiente, danneggiano la cultura locale o li escludono dalle attività locali».

popolazione. Per attirare i turisti, i residenti consigliano di istituire musei etnografici e, soprattutto, aumentare le strutture ricettive (come le foresterie, attualmente chiuse per diversi mesi l'anno), specialmente se vengono gestite da e reclutano gente del posto. Ad esempio, tenere aperta la sede del Parco ad Aisone darebbe la possibilità ai giovani di costruirsi un'esperienza lavorativa, oltre a fornire loro un seppur limitato reddito. Inoltre i residenti osservano l'importanza del rapporto diretto tra turisti e gestori dei locali pubblici, i quali potrebbero fornire un più completo servizio alla propria clientela, se ricevessero adeguate informazioni dal Parco sulle attività da svolgere o su determinati servizi forniti dal Parco. Infine, i residenti chiedono che i sentieri vengano tenuti in ordine, percorribili e dotati di migliore segnaletica: tutti, non solo quelli comuni e che conducono ai rifugi. Nel caso del Parco delle Alpi Marittime, non ci sarebbe quindi un problema di quantità, bensì di qualità dello sviluppo turistico. Proprio gli intervistati, infatti, segnalano il bisogno di maggiore regolamentazione da parte del Parco, il quale dovrebbe favorire un turismo 'di qualità', facendo sì che i turisti mantengano l'ambiente pulito e riciclino i rifiuti o non permettendo alle auto di giungere in alta quota o nelle zone più sensibili.

Tuttavia, gli enti locali e i promotori del turismo dovrebbero prestare molta attenzione al fatto che, se la popolazione sente di avere accesso al processo di pianificazione/revisione e se sente che le sue preoccupazioni vengono prese in considerazione, supporterà il turismo (Lankford e Howard, 1994, p. 135). Un importante problema emerso dal sondaggio è proprio che una parte della popolazione si sente inattiva e resa poco partecipe delle scelte e del futuro del Parco. Lo spaccamento su due fronti della popolazione – con coloro che partecipano attivamente allo sviluppo turistico e che quindi ne percepiscono gli effetti benefici, da un lato, e coloro che non ne sono in alcun modo toccati o ne ricevono solo fastidio, dall'altro – deve far riflettere sulla necessità di 'ridurre la distanza' tra i residenti nel territorio del parco e il parco stesso, inteso sia come territorio sia come istituzione. Devono essere fatti degli sforzi per identificare modalità di coinvolgimento dei residenti locali nel continuo processo di programmazione e disegno della loro comunità. Sondaggi, assemblee pubbliche, momenti di informazione con i decisori locali e professionisti del settore turistico possono aiutare ad alleviare i dubbi e a creare un livello accettabile di sviluppo turistico, che produca quanto più possibile benefici per tutti. In questo senso, sono molto apprezzabili alcune recenti iniziative del Parco delle Alpi Marittime. Prima tra tutte la creazione dell'associazione 'Ecoturismo in Marittime' (vedi par. 2.6). la quale, riunendo diversi negozianti, ristoratori e albergatori presenti sul territorio, consente di produrre una maggiore vicinanza tra i privati e le istituzioni, che lavorano insieme per garantire una gestione dell'attività turistica rispettosa dell'ambiente e della vita sociale, che alimenti anche un indotto altrettanto qualificato, «in modo da avere più risorse disponibili per sostenere e migliorare le condizioni di vita degli abitanti delle valli» (vedi par. 2.2). Intende invece coinvolgere l'insieme dei residenti un progetto lanciato all'interno delle attività dell'Ecomuseo della Segale, volto a individuare le risorse culturali e architettoniche e i valori a cui tiene la popolazione locale, che meritano di essere promossi e proposti ai turisti. Questo progetto favorisce la partecipazione nel momento in cui i residenti stessi sono soggetti attivi nel determinare le strategie di promozione turistica, facendoli riflettere nel contempo su come la vita della comunità e le attività dei turisti possono coesistere sul territorio.

Capitolo 3

Caso di studio della Laguna di Venezia

Obiettivo del caso studio della Laguna di Venezia all'interno del progetto EcoTour era di esplorare le potenzialità economiche indotte dal progetto di parco nascente, soprattutto sullo sfondo degli usi di tempo libero, oltre al turismo ecologico nella laguna. Per questo motivo si procede ad una breve presentazione delle peculiarità naturalistiche dell'area e dei vari progetti di tutela in discussione ed in attuazione. L'indagine sul territorio ha coinvolto da una parte operatori economici coinvolti nel turismo ecologico in Laguna per delineare un fenomeno che, pur esistendo, è di difficile percezione in un contesto di turismo di massa. Oltre al fenomeno del turismo vero e proprio, è inoltre apparso giusto indagare sull'uso fatto di questo territorio per il tempo libero. Per questo sono stati organizzati forum di discussione con utenti della Laguna per indagare in maniera indiretta sulla loro relazione con i valori territoriali da proteggere.

3.1 Il Parco della Laguna di Venezia: caratteristiche ambientali e territoriali

La Laguna di Venezia è un'area umida naturale (*wetland*) caratterizzata dalla presenza di un ricco patrimonio biologico, faunistico e floristico. Si estende per circa 550 Km² ed è compresa entro la fascia di gronda e i cordoni litoranei di Cavallino – Treporti e Jesolo, Lido di Venezia, Pellestrina e Sottomarina. Essa comunica col Mare Adriatico tramite tre bocche di porto situate a Lido, Malamocco e Chioggia. I cicli di marea regolano quindi il ricambio idrico delle acque Lagunari e di conseguenza le funzionalità biologiche ed ecosistemiche Lagunari. In base all'influenza più o meno diretta che il mare esercita attraverso le tre bocche di porto, si può suddividere il bacino Lagunare in 'Laguna viva' per le aree in cui l'azione delle maree si fa sentire in modo rilevante, e 'Laguna morta' per le aree in cui l'azione delle maree ha una influenza minore.

L'ambito Lagunare è caratterizzato da una notevole varietà di habitat, infatti procedendo dal mare verso l'entroterra troviamo: ambienti litoranei sabbiosi, barene e velme, valli da pesca, laghi, canali, ghebi, aree di Laguna aperta, motte, argini, isole consolidate, aree di bonifica, ambienti fluviali, boschi ripari circumlagunari.

La Laguna di Venezia, come tutte le lagune, sono ambienti naturali altamente produttivi dal punto di vista biologico (elevata produzione di biomassa) e quindi è di rilevante importanza preservare le funzionalità ecosistemiche. Dal punto di vista della vegetazione sono presenti numerose specie di grande valore ecologico e in alcuni casi a rischio di estinzione. Dal punto di vista faunistico di rilevante importanza è la presenza di numerose specie ornitologiche rappresentate da migliaia di esemplari. Importante è anche la presenza di pesci, anfibi, rettili e mammiferi.

Oltre all'importante patrimonio ambientale e naturalistico, la Laguna di Venezia è non di meno da ritenersi un ambito di elevato valore dal punto di vista storico-culturale e sociale.

La Laguna di Venezia è storicamente un luogo segnato da forti interventi umani che miravano al mantenimento e all'ottimizzazione delle funzioni della Laguna in termini di difesa militare passiva della città, e di mantenimento delle vie di comunicazioni, essenziali per una città di commercianti. Mentre gli interventi nei periodi storici erano tesi essenzialmente al mantenimento di un equilibrio giudicato favorevole per la presenza umana in Laguna, nel passato più recente interventi umani hanno profondamente trasformato aree importanti della Laguna, cercando di adattare un ambiente delicato alle esigenze di un porto commerciale crescente, a pratiche di pesca orientati a mercati sovra regionali ed alle aspettative di un turismo di rango mondiale.

Oltre al centro storico di Venezia sono presenti nel bacino Lagunare importanti insediamenti, di cui alcuni di rilevante interesse turistico: Murano, Burano, Torcello, Sant'Erasmus, Treporti, Lido, Malamocco, Pellestrina, Chioggia. Sono presenti poi numerose isole minori, di cui alcuni sono state recuperate e conservate, molte invece sono in stato di abbandono. La Laguna Nord, a differenza della Laguna Centrale e Meridionale, attualmente è da ritenersi la parte della Laguna nella quale gli elementi tipici del paesaggio Lagunare e le sue dinamiche naturali sono relativamente conservate, mentre nella parte centrale e sud della Laguna si sta verificando un processo di marinizzazione marcato con la scomparsa quasi completa di isole, barene e velme. Dal punto di vista ambientale i principali aspetti di criticità causati dall'uomo e che minacciano sempre più l'ecosistema Lagunare sono rappresentati dal moto ondoso, dalla pesca impattante, dall'inquinamento delle acque causato dagli scarichi delle aree urbane e di quelle produttive (v. area industriale di Porto Marghera) e dall'inquinamento derivante dalle attività agricole e zootecniche.

3.2 Il parco che fa discutere

I primi tentativi per salvaguardare la Laguna di Venezia con l'istituzione di un Parco risalgono al 1962, quando l'Unione Internazionale per la Conservazione della Natura promosse una campagna in favore della conservazione delle zone umide e inserì la Laguna di Venezia al primo posto, tra le zone umide italiane, nell'Elenco delle zone umide di importanza internazionale. Ebbe così inizio un lungo processo fatto di proposte e dibattiti finalizzati all'istituzione di un Parco nella Laguna di Venezia. Nel 1983 il Comune di Venezia istituì un'apposita commissione tecnico-scientifica con lo scopo di redigere una proposta di Parco nella Laguna. Emersero però subito molti problemi legati alla difficoltà di stabilire i caratteri del Parco e gli obiettivi primari di salvaguardia, nonché difficoltà legate alla presenza di un ambiente con caratteristiche sia naturali che artificiali e quindi di difficile definizione (la categoria di Parco Nazionale non risultava adeguata). Tra il 1987 e il 1995 furono presentati tre disegni di legge per la creazione del Parco da parte dei consiglieri regionali Guido Berro, Edoardo Salzano

e Paolo Cacciari, ma non seguì una concreta azione da parte della Regione Veneto (Caramelli e Ramieri, 2002).

Già nella legge regionale n° 40 del 1984, 'Nuove norme per l'istituzione di parchi e riserve naturali regionali', la Laguna di Venezia era ritenuta tra gli ambiti per l'istituzione di parchi e riserve naturali. Tale legge rinviava ai piani d'area l'individuazione dei siti da porre sotto tutela. Così sia il PTRC (Regione Veneto, 1992), che il PALAV (Regione Veneto, 2000) stabilirono che la Laguna di Venezia rientrasse negli ambiti per l'istituzione di parchi e riserve naturali e diedero indicazione generale sulle direttive alle quali il piano ambientale del parco doveva attenersi, demandando però alle amministrazioni locali la gestione dei singoli interventi. Nel 1996 fu costituito un Comitato promotore con lo scopo di formulare una legge d'iniziativa popolare per l'istituzione del Parco. La proposta di legge d'iniziativa popolare venne depositata il 9 Ottobre 1997 presso il Consiglio Regionale Veneto, ma tale proposta non fu mai inserita nell'ordine del giorno del Consiglio Regionale.

Nel 2002 l'Amministrazione Comunale di Venezia intraprese un'azione su scala locale decretando l'istituzione del Parco¹. L'Amministrazione Comunale, con delibera del Consiglio Comunale n°99 del 8/9 luglio 2003, 'Approvazione dell'Istituzione Parco della Laguna e del suo Regolamento', ha sancito l'esistenza dell'Istituzione Parco della Laguna' al fine di tutelare e valorizzare il territorio della Laguna Nord dal punto di vista ambientale e socio-economico e al fine di gestire in maniera unitaria e sostenibile tutti i beni della Laguna Nord ottenuti in concessione dall'Istituzione medesima, come l'Isola della Certosa, l'isola del Lazzaretto Nuovo, la Torre Massimiliana e il Ridotto di Sant'Erasmo, il Forte di Mazzorbetto. La nuova Istituzione è stata chiamata 'Parco della Laguna' proprio per iniziare a far circolare e consolidare nella popolazione locale l'idea del Parco e per avviare i lavori di quello che sarà in futuro l'Ente di gestione del Parco. Il 13 settembre 2004 è stata approvata dal Consiglio Comunale la Variante al PRG per la Laguna e le isole minori. In tale variante è stato inserito il perimetro del Parco e quindi con questa Variante, il PRG del Comune di Venezia viene esteso per la prima volta alla parte di territorio occupata dalla Laguna, al di là delle isole stabilmente abitate ed oltre il margine delle terre emerse. Una delle ultime iniziative di un certo rilievo risale al Giugno 2007, quando è stata presentata una proposta di legge d'iniziativa parlamentare per l'istituzione del Parco Nazionale di tutta la Laguna di Venezia, conformemente alla legge nazionale sulle Aree Protette (L. 394/1991). L'idea è quella di giungere in tempi brevi all'istituzione di un Ente Parco e superare la disgregazione esistente tra i diversi livelli amministrativi competenti e gestire così i numerosi vincoli già esistenti, nell'ottica di una salvaguardia ambientale della Laguna ma anche di una valorizzazione dei suoi aspetti storico-culturali, economici e sociali.

¹Ciò coerentemente con l'articolo 27 della Legge Regionale 40/84, 'Nuove norme per la istituzione di parchi e riserve naturali regionali' che prevede che 'Le Province, le Comunità Montane, i Comuni e i loro Consorzi, nonché le comunità familiari montane (...) possono istituire nel proprio territorio (...) parchi e riserve regionali di interesse locale (...). L'individuazione del parco o della riserva è fatta da enti di cui al precedente comma nel rispettivo strumento territoriale o urbanistico generale, che deve contenere altresì la delimitazione della zona'. In base a tali disposizioni la Giunta Comunale ha avviato l'iter di istituzione di un 'Parco di interesse locale nell'area della Laguna Nord'

3.3 Il turismo e il tempo libero nella Laguna di Venezia

Il turismo dedicato alla Laguna di Venezia come entità che coinciderebbe con l'ipotizzato parco, è difficilmente identificabile in maniera separata dal fenomeno del turismo del Centro Storico o anche da quello che interessa alcuni centri minori della Laguna con importanti testimonianze culturali. Oltre al fenomeno di turismo nel senso classico, la Laguna come spazio naturale ha un grande significato come area per il tempo libero dei suoi abitanti e quelli della gronda lagunare. Quindi quando si parla di turismo in Laguna di Venezia si includono anche tutti gli usi legati al tempo libero da parte dei residenti dei Comuni della Gronda lagunare. Le categorie di fruitori dell'area lagunare possono essere considerate le seguenti (Millich, 1993):

- escursionisti abituali: provengono soprattutto dal bacino veneto e considerano la Laguna una meta di svago e ricreazione;
- turisti domenicali: prevalentemente di origine regionale, considerano la Laguna una delle possibili mete;
- turisti la cui meta principale è Venezia: considerano la Laguna come un'estensione della visita al Centro Storico senza un reale interesse alla fruizione naturalistica;
- turisti che soggiornano nelle località balneari limitrofe: considerano la Laguna come una delle possibili mete per un'escursione;
- persone specificatamente interessate alla Laguna: il loro scopo prioritario è quello naturalistico e culturale;
- utenti residenti nell'area di immediata accessibilità: hanno in genere interessi e abitudini diversi rispetto a quelli dei visitatori interessati alla Laguna dal punto di vista strettamente naturalistico.

La Laguna di Venezia come meta turistica è collocata tra due realtà consolidate di importanza nazionale o addirittura mondiale, come il centro storico di Venezia da una parte e le località balneari del litorale Veneto dall'altra. In ambedue le realtà il settore turistico è in grado di generare un volume di reddito che difficilmente potrà trovare un contrappeso in attività legate al turismo naturale in Laguna. Attività turistiche situate al di fuori dei due poli turistici esistenti sono spesso legate all'aspettativa di trasformarsi in una strategia per 'partecipare' al reddito generato nel centro di Venezia o dal litorale come ristoranti, bed and breakfast, etc. su isole Lagunari minori.

Il turismo prevalente nel centro di Venezia viene spesso caratterizzato come 'mordi e fuggi' in quanto è di breve durata, ed è organizzato in maniera da ridurre il più possibile le spese durante il soggiorno. Questa caratterizzazione si adatta anche alla maggior parte del turismo veneziano che interessa i centri Lagunari, nel senso che è limitato a escursioni di breve durata, con scarso impatto sull'economia locale: prevale un'offerta a basso costo (per esempio escursioni giornaliere in lancia a Murano e Burano, dove prevale il commercio di souvenir di bassa qualità).

Le funzioni potenziali ed attuali della Laguna non si esauriscono però in quella di fornire il quadro per un turismo culturale o come hinterland per quello balneare, ma riguardano anche funzioni di tempo libero per una popolazione che conta, all'interno di

una fascia di 20 km dalla gronda Lagunare², circa 1,5 milioni di persone (calcoli nostri sulla base di Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) (2002a)) che sono abitanti della provincia di Venezia, e di parti delle province di Padova e Treviso. Di conseguenza è sembrato giusto considerare, oltre l'uso propriamente turistico, anche quello fatto della Laguna nel tempo libero, sia da parte degli abitanti delle isole in Laguna e del centro storico, sia da parte degli abitanti del hinterland.

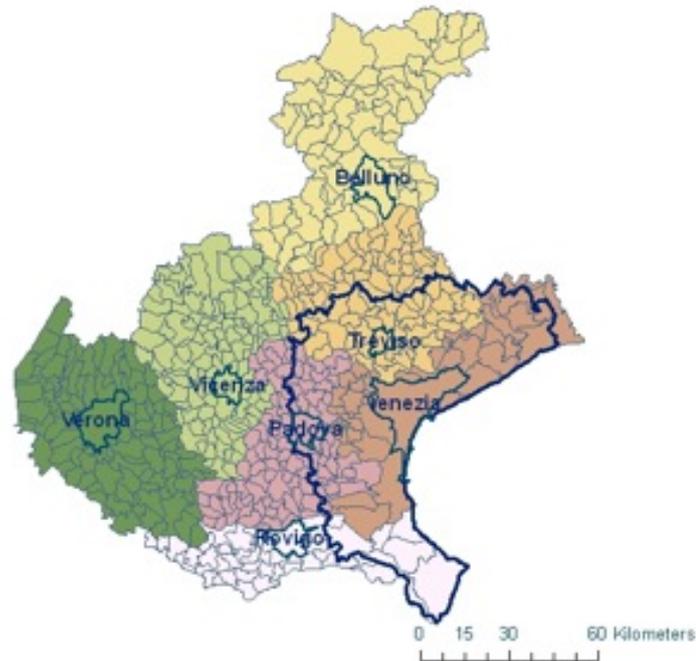


Figura 3.1: Comuni compresi nel raggio di 25 km intorno la Laguna Veneta

In questa maniera l'indagine su scenari turistici è stato integrato da quello di 'tempo libero' esistenti e potenziali per descrivere le caratteristiche e le potenzialità di una domanda specifica legata alla Laguna intesa come spazio naturalistico.

3.4 Metodologia

All'interno dei parchi analizzati il caso studio Veneziano presenta una serie di particolarità, non solo per il fatto di non essere un 'vero' parco, con una delimitazione fisica dell'area a cui si estende la tutela e degli obiettivi di tutela ben delineati. Si tratta soprattutto di un'area metropolitana di circa 1,5 mio di abitanti nel triangolo Venezia- Padova-Treviso. Per questi motivi un censimento di attività turistiche/di tempo libero che possano essere legati al parco della Laguna non solo per una coinci-

²La cifra si riferisce alla popolazione nei comuni che entrano in un buffer di 25km dal comune di Venezia, utilizzando i dati ISTAT del censimento della popolazione del 2001, e comprendono i comuni della Provincia di Venezia, nonché parti delle province di Treviso e Padova, inclusi i rispettivi capoluoghi.

denza spaziale, ma per uno specifico interesse per la Laguna come entità naturalistica e come ecosistema, si presenta in maniera meno facile da delimitare e definire.

Nella parte dedicata al caso di studio veneziano, la ricerca intende perciò valutare le potenzialità economiche indotte dal progetto di parco, confrontando le modalità d'uso ricreativo attuale con scenari di valorizzazione economica delle potenzialità della Laguna in termini di turismo eco-sostenibile.

La valutazione si è avvalsa di diversi canali di acquisizione di informazioni, oltre quella di fonti pubblici su attività legati al parco, sono stati utilizzati interviste strutturate con diverse persone coinvolte in attività attribuibili al settore del turismo sostenibile per indagare sulle forme e sull'entità che il fenomeno ha attualmente, e su prospettive delineate da questi attori per un'espansione di tali attività.

Un secondo filone di attività di indagine si è svolto in forma di *Focus Group*, rivolte a sia a generici utenti della Laguna, sia a attori del turismo Lagunare, per indagare su forme di utilizzo della Laguna e sulla localizzazione di valori soggettivi attribuiti ad elementi dell'ecosistema Laguna. Durante questi *Focus Group* sono state utilizzate mappe e *GeoBlog* come supporto per 'localizzare' le affermazioni dei partecipanti all'interno della Laguna e creare una mappa differenziata di luoghi che di interesse per valorizzazioni sui più diversi livelli di intervento.

Infine lo studio ha fatto uso di fonti statistiche per esplorare aree ritenute significative, per i quali non era riuscito coinvolgere attori informati, cercando di dare anche in questo caso un'idea del significato delle relative attività nel quadro degli utilizzi fatti della Laguna di Venezia.

3.5 Analisi dei risultati: usi turistici e di 'tempo libero'

La navigazione da diporto

La navigazione in Laguna di Venezia rappresenta uno dei principali usi legati sia al tempo libero che ad attività commerciali e pubbliche (trasporto di merci e persone) in Laguna. Legata al settore nautico, queste attività rappresentano un considerevole fattore economico sia a livello locale, sia a livello nazionale. Le attività connesse comprendendo sia il settore produttivo della nautica, sia quello dei servizi e di rimessaggio necessari per le imbarcazioni. Contemporaneamente il settore rappresenta anche una fonte di impatti negativi sull'ambiente, dove nel dibattito locale viene messo in evidenza soprattutto l'impatto da moto ondoso. Il moto ondoso provocato dal continuo passaggio di imbarcazioni rappresenta un problema che sta assumendo sempre più rilevanza dal momento che le barche che transitano in Laguna sono in netta prevalenza a motore (motoscafi, trasportatori, mezzi pubblici, diportisti a motore). Il moto ondoso generato dalle imbarcazioni contribuisce al processo di erosione dei principali elementi che costituiscono la morfologia lagunare: velme, barene e bassi fondali. La costruzione di nuove darsene nella gronda lagunare non fa che portare ad un incremento del fenomeno dal momento che comporta un aumento del bacino di utenza della Laguna. Allo stesso modo il fenomeno viene incrementato dal rilascio di concessioni per approdi e ormeggi senza una valutazione del tipo di imbarcazione cui è concesso l'uso e l'ambito cui si va ad incidere. Nel corso del 2001-2002 è stata condotta una campagna di rilevazione del traffico acqueo in Laguna, che ha messo in evidenza il ruolo rilevante di imbarcazioni da diporto per la generazione di traffico motorizzato in Laguna.

Tabella 3.1: Passaggi totali rilevati nei 18 giorni (6 per ogni stagione) per classe di imbarcazione (COSES 2002)

Classi	Media giornaliera	%
Taxi	4.372,72	20,73
Merci	2.788,50	13,22
Diporto	7.868,94	37,31
Gran Turismo	1.443,28	6,84
Remi	271,06	1,29
Servizi	713,39	3,38
Navi	609,06	2,89
ACTV	2.912,17	13,81
Altro	113,00	0,54
Totale	21.092,11	100

Il registro di imbarcazioni che sono autorizzati a circolare nella Laguna conta attualmente circa 38.000 imbarcazioni, che corrisponde ad un aumento di 10.000 imbarcazioni in 6 anni. Le traiettorie principali registrate durante il censimento evidenziano che le aree della Laguna nord, che sono più interessanti dal punto di vista naturalistico e anche più delicati perché meno compromessi, sono, infatti, interessati da alcune delle traiettorie preferite. Il problema è legato alla provenienza di una parte dell'utenza, che risiede nella gronda Lagunare e nella provincia di Venezia, e utilizza porti e darsene sulla gronda lagunare come punti di accesso non solo alla Laguna ma anche verso il mare.

3.5.1 La pesca

Nei secoli passati le risorse ittiche della Laguna rappresentavano un bene di fondamentale rilevanza per le comunità locali. Tradizionalmente il loro prelievo era regolamentato dalle amministrazioni pubbliche per garantire una gestione sostenibile della risorsa (ad esempio veniva vietata la pesca e la vendita di novellame, al di sotto di una certa pezzatura). Oggi uno dei problemi più manifesti, oltre a quello della pesca abusiva, è rappresentato dalla presenza di un mollusco non autoctono ma immesso in Laguna (da circa una quindicina di anni) perché molto produttivo, il *Tapes philippinarum*, ovvero la cosiddetta 'vongola filippina' (capparossolo) che, grazie alla sua notevole capacità di crescita, ha portato alla drastica riduzione dell'autoctona *Tapes decussatus*, ovvero la vongola verace nostrana. Per la raccolta di tale mollusco vengono usati strumenti meccanici (in particolare le turbosoffianti o le draghe trainanti) che raschiano i fondali in profondità distruggendo la vegetazione algale a fanerogame. Le attività di pesca professionale in Laguna di Venezia si concentrano maggiormente nell'area centrale con barche dotate di rastrello vibrante e turbosoffianti. La parte meridionale della Laguna è principalmente interessata da attività di allevamento e infine la parte nord della Laguna vede in prevalenza la presenza di pescatori non professionali, che ai fini del presente studio è di rilevante interesse in quanto la pesca sportiva rappresenta un'attività legata al tempo libero, dunque ai fini ricreativi. Le tipologie di licenze di pesca rilasciate dalla Provincia di Venezia, Settore Caccia e Pesca, sono le seguenti:

- A - licenza di pesca professionale
- B - licenza di pesca sportivo dilettantistica per adulti
- D - licenza di pesca sportivo dilettantistica per stranieri
- E - autorizzazione di pesca sportivo dilettantistica per ultrasettantenni
- F - autorizzazione di pesca sportivo dilettantistica per minori (ex C).

Tabella 3.2: Categorie di licenze di Pesca rilasciate dalla Provincia di Venezia

Tipo di licenza	Comune di Venezia				Altri Comuni Provincia Venezia		TOT Complessivo	
	parte laguna		parte terraferma		No. licenze	%	No. licenze	%
A	388	31,96	3	0,25	823	67,79	1.214	100
B	2900	10,38	2.925	10,47	22.113	79,15	27.938	100
E	787	16,47	594	12,43	3397	71,10	4.778	100
F	111	7,05	111	7,05	1352	85,90	1.574	100
Tutte	4186	11,79	3.633	10,23	27.685	77,98	35.504	100

L'osservazione della distribuzione delle categorie di licenze di pesca evidenzia l'importanza della tipologia di licenza per pesca sportivodilettantistica in un ambito in cui la pesca professionale ha un ruolo non secondario, due terzi delle licenze sono in mano di pescatori non professionisti e il numero di licenze detenute da ultrasettantenni corrisponde quasi a quello dei pescatori professionisti in Laguna.

Complessivamente l'88,13% delle licenze rilasciate dalla Provincia di Venezia appartengono alla categoria di licenza sportivo-dilettantistica per adulti, e sono quasi 28.000 gli adulti che si dedicano a tale attività, di cui ben 7623 residenti nel comune di Venezia, 20166 residenti in altri comuni della Provincia di Venezia. Ciò evidenzia la presenza di una significativa domanda per quanto riguarda l'attività di pesca sportivo-dilettantistica, e la Laguna di Venezia rappresenta un ambito di utenza rilevante.

La distribuzione territoriale delle licenze dimostra le attività di pesca rivestono un ruolo rilevante per i residenti del comune di Venezia anche se non (o non più) come attività professionale. Purtroppo i dati non permettono di distinguere tra residenti in Laguna e residenti in terraferma per quanto riguarda il Centro Storico di Venezia, per evidenziare che quest'attività, che richiede una buona conoscenza della Laguna come spazio naturale ed è espressione di una stima positiva del ecosistema Lagunare sia più diffusa tra abitanti della Laguna che non nella terraferma. Studi sulla gestione della pesca professionale artigianale in Laguna evidenziano le modalità sostenibili del sistema di gestione, basato storicamente sulla necessità di mantenere un equilibrio tra prelievo e necessità di riproduzione, in contrasto con le modalità di pesca ai molluschi che viene esercitata senza rispetto per l'ecosistema Lagunare e orientato principalmente al guadagno immediato. Non si ha dati sulla relazione tra pesca artigianale e pesca sportiva, perciò è difficile giudicare quanto questo settore, che non è integrato nei meccanismi corporativi che regolano la pesca artigianale in Laguna, si comporti in maniera predatorio e impoverisca la fauna Lagunare.

3.5.2 La caccia

Il territorio della Provincia di Venezia, per quanto riguarda la caccia programmata, è suddiviso in 5 Ambiti Territoriali di Caccia (ATC):

- ATC 1 – Portogruaro
- ATC 2 - San Donà di Piave
- ATC 3 - Area centrale
- ATC 4 - Chioggia-Cavarzere
- ATC 5 - Lagunare Venezia

Tutti i cacciatori che si dedicano ad attività venatorie devono essere iscritti ad uno o più ATC di loro interesse. Per quanto riguarda l' ATC 5, la maggior parte delle persone iscritte per l'Ambito Territoriale di Caccia della Laguna di Venezia risiedono nel Comune di Venezia (397 residenti) e negli altri comuni appartenenti alla Provincia di Venezia (1867 residenti).

Tabella 3.3: Iscrizioni alle attività di caccia

COMUNE	Iscritti	%
Venezia	397	15,80
Altri comuni Prov Ve	1.867	74,29
Altri Comuni	249	9,91
Somma	2.513	100

La caccia in Laguna rappresenta dunque un'attività cui si dedicano in prevalenza i residenti dei Comuni del territorio provinciale, in questo caso la percentuale di residenti del Comune di Venezia è di circa 15% sul numero totale delle licenze, inferiore allora della percentuale di residenti veneziani tra i detentori di licenze di pesca. La caccia viene anche esercitata da appostamenti fissi e per quanto riguarda la Laguna di Venezia sono stati censiti 4 appostamenti, uno appartenente al Comune di Jesolo e 3 appartenenti al Comune di Mira³. L'esercizio dell'attività venatoria da appostamenti fissi⁴ è regolato da apposite autorizzazioni per le quali si deve indicare l'esatta ubicazione dell'appostamento ed essere in possesso dell'iscrizione al ATC dove si trova l'appostamento. Al di là a queste entità censite, la caccia rappresenta una fonte di reddito generata da un turismo dedicato: le postazioni fisse e le Aziende Faunistico Venatorie nelle valli da pesca che vengono frequentati da numerosi ospiti invitati dai proprietari, l'entità di questo fenomeno sfugge però a qualsiasi controllo statistico non solo per quanto riguarda il numero di visitatori, ma anche per il numero di bestie abbattute, le misure di ripopolamento, al punto da definire l'ambito delle Aziende Faunistico Venatorie l'aspetto più problematico nel conflitto tra istituzione di un parco e interessi di cacciatori (Caramelli e Ramieri, 2002) : '... è stato in altri casi osservato che con l'istituzione del Parco, il soggetto più debole può rimanere il

³Dati Provincia di Venezia – Settore Caccia e Pesca, 2007.

⁴La legge regionale parla di caccia esercitata con l'ausilio di richiami vivi ai sensi dell'art. 19, comma 1 lett.B della L.R. 50/1993 ovvero senza richiami vivi (ex art. 20, comma 9 della L.R. 50/1993)

cacciatore delle associazioni e non il cacciatore che va in valle.’ (Caramelli e Ramieri, 2002, p. 101). Nel territorio Lagunare si contavano, nel 1997, 15 Aziende Faunistiche Venatorie con una superficie complessiva di circa 9.500 ha, altri due aziende con circa 1.100 ha comprendono aree di caccia sia di terra sia di ambito Lagunare⁵. Oltre l’aspetto quantitativo pesa quello qualitativo, in quanto queste aree, situate nelle aree della Laguna morta, coincidono con quelli più adatti alla nidificazione e perciò più vulnerabili. La caccia in Laguna di Venezia è un’attività che causa parecchi conflitti nei confronti del progetto di parco dato che si tratta soprattutto di caccia a uccelli, spesso di specie migratorie, dove una gestione sostenibile delle risorse è relativamente difficile; Esiste inoltre un fenomeno di caccia non soggetta a regolamentazione, ovvero il bracconaggio che causa l’abbattimento di specie protette e rare. Nei S.I.C. (Siti di Importanza Comunitaria), e nelle Z.P.S. (Zone di protezione Speciale), aree ad altissima valenza ambientale istituite ai sensi delle direttive ‘Habitat’ e ‘Uccelli’, la caccia dovrebbe essere regolamentata e soggetta a determinate condizioni e in certi casi vietata.

3.5.3 Turismo Ecologico in Laguna

Oltre a queste attività che possono essere considerati prevalentemente attività di tempo libero, esistono in Laguna anche vere e proprie attività turistiche. Il numero di turisti che visitano le isole della Laguna di Venezia è un dato difficilmente identificabile dal momento che vengono rilevati unicamente dati relativi a arrivi e presenze per il Comune di Venezia, suddivisi tra Centro Storico, Terraferma e Lido di Venezia. Una stima del numero di visitatori si può basare, in mancanza di dati sul pernottamento, solo sul numero di visite di alcuni monumenti situati nelle principali isole. Per Torcello si può ipotizzare un flusso medio di circa 200.000 persone all’anno se si considerano i visitatori che acquistano il biglietto per visitare la Basilica di Santa Maria Assunta e il Museo di Torcello, e ipotizzando che coloro che visitano Torcello decidano di visitare anche la Basilica e il Museo. Più difficile ipotizzare i flussi turistici per le altre isole della Laguna, in particolare per Murano, Burano, Sant’Erasmus, Vignole ecc . . . dal momento che non si dispongono di stime isolate come per l’isola di Torcello. L’offerta ricettiva di tipo agriturismo e di ospitalità diffusa (B&B) nelle isole della Laguna di Venezia, quindi escludendo il Centro Storico e la Terraferma, è decisamente scarsa.

Per quanto riguarda la tipologia di ricettività dei B&B si osserva che dei 238 esercizi censiti per il Comune di Venezia, solo due sono situati in isole della Laguna: una a Murano e una a Torcello. Per quanto riguarda la tipologia di ricettività agrituristica⁶ in Laguna di Venezia, sempre escludendo il Centro Storico e la Terraferma, è presente un solo agriturismo nell’Isola delle Vignole tra i 10 presenti nel Comune di Venezia e i 94 complessivi dell’intera Provincia di Venezia.

Nell’ambito della Laguna esiste inoltre una sola struttura ricettiva che punta esplicitamente al segmento di mercato rappresentato dal turismo ecologico e sostenibile, ospitando annualmente circa 3000 persone tra ospiti singoli, alcuni gruppi organizzati e soprattutto gruppi di studenti. La struttura offre ai propri ospiti gite in Laguna e organizza soggiorni ed itinerari tematici, appoggiandosi a cooperative di guide e a un’associazione di kayak attiva nella stessa isola. Esistono, oltre le associazioni naturali-

⁵Dati comunicati da APT di Venezia, 2007.

⁶L’attività agrituristica può essere attivata dagli imprenditori agricoli che esercitano, da almeno un biennio, un’impresa agricola, anche se non a titolo principale. L’attività agricola può essere svolta soltanto attraverso l’utilizzazione della propria azienda agricola in rapporto di connessione e complementarità rispetto all’attività agricola.

stiche come WWF, LIPU e VAS, soprattutto le cooperative che si sono specializzate nell'organizzazione di soggiorni e gite didattiche. Una delle cooperative intervistate ha quantificato la propria attività nella Laguna con 30 o 40 gite con 30 studenti ciascuna volta in escursioni giornaliere e 2.500 studenti in gite di più giorni nell'arco di un anno. Esistono primi tentativi di allargare le proprie attività oltre questo settore del turismo didattico, verso il segmento viaggi organizzati, offrendo pacchetti di soggiorni tematici in fiere internazionali. Per una visita della Laguna l'utilizzo di un'imbarcazione rappresenta una condizione quasi imprescindibile: mentre le linee di trasporto pubblico permettono il raggiungimento delle mete principali, l'utilizzo di imbarcazioni a noleggio o privati permette il compimento di percorsi individuali che tocchino anche luoghi più appartati della Laguna e di maggiore interesse naturalistico. Oltre le imbarcazioni di granturismo, che raramente vengono utilizzate per gite di tipo naturalistico, esistono circa 5 o 6 imbarcazioni di tipo tradizionali, che offrono servizi del genere, appoggiandosi in parte alle cooperative di guide naturalistiche già menzionate, o in parte offrendo un programma proprio, che comprende anche escursioni enogastronomiche e sfrutta spesso anche il charme delle imbarcazioni tradizionali a legno e alcune offerte di barche a vela. Il limite di queste iniziative consiste nella misura delle imbarcazioni, da quando quelle tradizionali, compatibili con la morfologia della Laguna e i bassi fondali, generalmente non portano più di 10 o 15 persone. La proprietaria di una di queste imbarcazioni intervistata quantificava il lavoro con circa 400 persone all'anno, dato una capacità massima della propria barca di 10 persone. Un ulteriore limite ad iniziative di questo genere esiste, per imprese di piccole dimensioni, nelle normative che regolano la nautica professionale, che fanno sì che alcuni di questi operano al limite della legalità. Un discorso a parte deve essere dedicato ad un fenomeno recente nella Laguna che riguarda una forma di turismo nautico, basato su imbarcazioni a noleggio senza conducente, i cosiddetti *Houseboat*. Le aziende che offrono questo servizio nel Delta del Po hanno esteso il proprio raggio di attività anche alla Laguna, offrendo noleggio settimanale o anche a periodi più brevi su imbarcazioni che ospitano tra 4 e 10 persone. Si tratta di imbarcazioni facili da condurre, che permettono l'esplorazione della Laguna per conto proprio. In questo campo lavorano attualmente due imprese con complessivamente circa 50 imbarcazioni che offrono questo servizio per Laguna di Venezia utilizzando diverse agenzie attive a livello europeo. Gli operatori intervistati quantificano il numero di clienti con 15.000 persone all'anno. Anche se questa stima può apparire sovra-dimensionata e un numero di 5/8.000 persone può apparire più ragionevole, la presenza di più di cinquanta imbarcazioni di questo genere indica che un turismo del genere legato all'esplorazione di uno spazio naturale riesce trovare una clientela anche relativamente facoltosa, se si considera prezzi di noleggio tra 800€ (per un'imbarcazione piccola e in bassa stagione) e 4.000€ (imbarcazione grande, alta stagione) alla settimana. Esistono dunque attività che riescono sfruttare le valenze naturalistiche della Laguna, ma l'immagine complessiva che si crea dalle interviste svolte tra operatori è quella di una grande frammentazione e un'atmosfera di concorrenza tra i singoli operatori che agiscono nello stesso settore. Il settore appare come 'nicchia' nei confronti del turismo culturale e balneare, molto più redditizio di quello naturalistico: sembra che chi inizia iniziative di tipo naturalistico lo faccia perché non ha le risorse economiche e/o territoriali per partecipare all'offerta del settore turistico 'grande'. Senza dubbio riescono sfruttare però alcune sinergie con questo settore nel senso che per alcune iniziative la clientela viene attirata da una duplice (o triplice) attrattiva: polo turistico culturale e balneare a cui si aggiunge quello naturale per un 'programma alternativo'. Le problematiche denunciate in relazione alla frequentazione e alla tutela della Laguna sono invece relativamente convergenti: il traffico acqueo

motorizzato poco rispettoso non solo dell'ambiente ma anche di altre imbarcazioni, la mancanza di punti di approdo e ancoraggio che potrebbero evitare i danni causati dalle ancore nei fondali, le regole delle regole per l'accesso alle zone più sensibili e il loro rispetto, la mancanza di centri di accoglienza e di spazi per attività didattiche in Laguna.

3.6 I Focus Group

In collaborazione con il progetto FEEM Pandora sono stati svolti alcune consultazioni di utenti che a vario titolo frequentano la Laguna. Si è deciso di adottare il *Focus Group* (FG) quale tecnica di ricerca che mira a focalizzare un argomento rendendo visibili le relazioni tra i partecipanti. Nello specifico si è adottata tale metodologia per:

- *rafforzare e/o revisionare* l'idea dei ricercatori rispetto agli usi sostenibili della Laguna di Venezia e ai luoghi ritenuti con maggior valore aggiunto territoriale⁷.
- *completare altri metodi di indagine* (quali questionari e indagini sui dati) aggiungendo il l'indagine su posizioni soggettive di utenti della Laguna con quello di interviste a *stakeholders* e il confronto con ricerche pregresse.
- rendere possibile un *feedback immediato* tra partecipanti primo elemento di un percorso di sensibilizzazione verso la Laguna quale patrimonio comune.

Gli incontri si sono svolti in maniera *'blended'* (combinando l'interazione diretta con attività on line) volte proprio a far emergere valori soggettivi attribuiti a singoli elementi della Laguna, inquadrandoli tuttavia in un'ottica di salvaguardia complessiva. Si è scelto di utilizzare, come strumento di dialogo, una mappa della Laguna presentata sia in forma cartacea, durante gli incontri, che in forma di *GeoBlog* nella successiva fase di discussione online. Nello specifico il *GeoBlog* è uno strumento Web sviluppato con un'interfaccia intuitiva che consente di esprimere in modo semplice e diretto le proprie percezioni, opinioni, idee associandole ad una specifica area del territorio (un'isola, una piazza, un parco, una via, ecc.). Inserendo un marker all'interno di una mappa digitale è possibile associare ad un preciso luogo delle informazioni o delle considerazioni personali. Gli altri utenti possono inserire nuovi marker oppure aggiungere i propri commenti al contenuto di un marker già presente nella mappa e generare così discussioni su un argomento che fa riferimento ad un preciso luogo del territorio. In questo modo gli interventi vengono georeferenziati ed acquisiscono un ordine spaziale stabile. Infatti il movimento che porta alla rappresentazione cartografica è circolare e va dall'immagine codificata del mondo (la visione da satellite) all'emergere di nuove visioni e alla loro successiva rappresentazione ed integrazione. In questo modo è emersa una nuova 'mappa' del territorio Lagunare costruita in modalità cooperativa/collaborativa che rende evidente i valori e le risorse più rilevanti presenti sul territorio secondo ottiche differenti. Nello specifico si sono confrontate differenti immagini territoriali che considerino la logica dell'*insiderness* e dell'*outsiderness* - per

⁷Per 'valore aggiunto territoriale' si intende quel valore che, facendo parte di un certo contesto, può essere mobilitato come risorsa per promuovere una fruizione allargata a tutte le componenti sociali e, al tempo stesso, conservare il capitale naturale, culturale e sociale del territorio nel rispetto del principio di equità intergenerazionale, equità intragenerazionale ed efficienza economica (Dematteis, 2005, p.33)

tracciare usi sostenibili della Laguna di Venezia⁸. Tale scelta muove dalla consapevolezza che i differenti attori che agiscono in un territorio così particolare quale quello veneziano sono portatori di un sapere territoriale proprio che, se opportunamente confrontato, porta ad una cartografia degli usi possibili della Laguna con degli esiti nuovi in grado di considerare le ‘voci deboli’ spesso difficili da cogliere. Sono stati organizzati quattro *Focus Group* blended. Il confronto tra questi quattro gruppi di attori ha innescato un processo circolare che hanno combinato le conoscenze formali generali (teoriche e applicate) proprie degli esperti del settore, con le conoscenze pratiche e contestuali dei ‘consumatori’ e fruitori del luogo. Ciascun *Focus Group* è stato strutturato da un incontro in presenza a cui ha fatto seguito un’attività on line all’interno dei *GeoBlog* di <http://www.feempandora.it>. Il primo gruppo, costituito da 9 ‘esperti’, stakeholder insider, precedentemente selezionati e contattati, era caratterizzato dalla presenza prevalente di utenti ‘professionisti’ della Laguna (rappresentanti istituzionali, gruppi di interesse e operatori turistici), avendo una conoscenza molto buona delle diverse aree della Laguna, sono stati in grado di esprimere giudizi differenziati su singoli luoghi in tutto l’ambito Lagunare. Le opinioni espresse rispecchiano i molteplici interessi in gioco e prese di posizione in termini di decisioni politiche e questo ha reso il dibattito molto animato. Il secondo gruppo ha visto come partecipanti 10 outsider individuati per l’interesse dimostrato verso la città Lagunare. Si trattava soprattutto residenti dei comuni limitrofi a Venezia e della gronda Lagunare, con una conoscenza meno approfondita della Laguna (creata per lo più durante visite turistiche occasionali e non attraverso confronti quotidiani di lavoro o di dibattito politico), ha richiamato luoghi e, quindi valori molto più legati ai propri ricordi, alle esperienze vissute in quei posti, alle sensazioni che quei paesaggi e/o luoghi hanno suscitato in loro come turisti o comunque come ‘fruitori’ di quel territorio. In entrambi i FG è stato dato ampio rilievo al traffico di barche in Laguna. Per questo motivo i due incontri successivi sono stati organizzati con un focus specifico sul traffico diportistico. Così nel terzo e nel quarto gruppo sono stati invitati in maniera esplicita persone che utilizzano la Laguna spostandosi in barca, soprattutto per il tempo libero. I partecipanti sono stati reclutati con inviti mirati ad associazioni di motonautica, remiere, gruppi velici e di diportisti in genere. Durante ciascun *Focus Group* i partecipanti sono stati invitati ad associare, ai singoli luoghi della Laguna, ricordi, emozioni e percezioni che li rendono particolari ed unici. Il veicolo utilizzato è stata la domanda 1 ‘Immagina che un tuo utente/cliente venga a visitare la Laguna di Venezia per la prima volta. Cosa gli faresti visitare per permettergli di conoscere l’area della Laguna nei suoi aspetti economici, storici, turistici, culturali e ambientali?’ Le domande successive (n.2, n.3 e n.4) hanno voluto spostare l’attenzione sugli ‘usi’ della Laguna selezionando i luoghi che più possono valorizzare il territorio e le attività che si configurano come opportunità di sviluppo nel rispetto della sostenibilità locale.

⁸I valori territoriali e quindi lo sguardo e le percezioni sui luoghi variano in relazione al vissuto ma anche in base al ruolo che ciascuno ha all’interno della comunità. per questo si è scelto di confrontare l’ottica degli insider -ovvero di coloro che abitano e lavorano nel sistema locale e di coloro che vi abitano ma lavorano fuori- con gli outsider -i turisti che praticano il territorio nel tempo libero (per svago, sporto, visita ai monumenti, partecipazione ad eventi. . .)- e i ‘Portatori di interesse’ ovvero gli *Stakeholder Insider* -soggetti collettivi privati (come associazioni locali) o pubblici (p.e. Comune)- e gli *Stakeholder Outsider* - le autorità pubbliche di livello territoriali superiore che hanno competenze funzionali e politico-amministrative sul territorio oppure le associazioni ‘sopralocali’ (es. associazioni per la conservazione del patrimonio storico-artistico).

Agenda per i *Focus Group*

Domanda 1: Immagina che un tuo utente/cliente venga a visitare la Laguna di Venezia per la prima volta. Cosa gli faresti visitare per permettergli di conoscere l'area della Laguna nei suoi aspetti economici, storici, turistici, culturali e ambientali?

Domanda 2: Partendo dall'elenco dei luoghi identificati, scegli, insieme al partecipante seduto alla tua sinistra, i 4 che ritieni più significativi per la valorizzazione della Laguna nei suoi aspetti economici, ambientali, culturali e sociali. Nel farlo considera il particolare punto di vista dell'Ente/Istituzione che rappresenti.

Domanda 3: Quali attività valorizzano o potrebbero valorizzare in modo sostenibile il luogo? (quali attività possono diventare opportunità per un turismo sostenibile della Laguna)

Domanda 4: Quali attività svalutano o potrebbero essere problematiche per il luogo? (quali attività possono diventare una minaccia per un turismo sostenibile della Laguna)

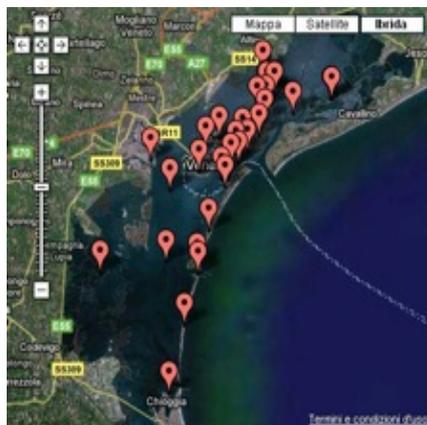
Domande 5, 6 di fronte ai PC utilizzando il *GeoBlog*: Per ciascuno dei 4 luoghi indicate:

- Come potrebbe essere utilizzato questo luogo da turisti e dai residenti?
- Che cosa potrebbe essere fatto per renderlo più utilizzabile?

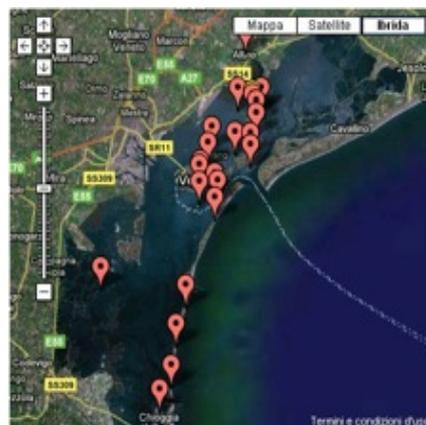
Con le risposte sono state costruite mappe dei valori territoriali della Laguna di Venezia (una per ciascun *Focus Group*) che hanno messo in evidenza come, in alcuni casi, luoghi poco presi in considerazione dai tradizionali percorsi turistici rivestono, per i differenti attori sociali, un significato originale e profondo di cui non è possibile non tener conto per ogni azione di intervento e di tutela del territorio. La diversità tra 'insider' e 'outsider' e/o tra abitanti della Laguna e abitanti della Gronda lagunare si è espresso in un diverso grado di conoscenza dei luoghi, ma anche in una diversa sensibilità verso necessità di tutela e di delimitazione di tali aree. In merito all'analisi degli esiti dei FG è soprattutto da tenere presente quali possibilità la metodologia offre. Spesso infatti si fatica a riconoscervi elementi di novità nei risultati, che appaiono spesso tutti molto 'plausibili' perché derivano da risposte credibili dei partecipanti, dalle loro spiegazioni ed elaborazioni. I risultati sono inoltre basati sulle opinioni di un gruppo assai ristretto e non scelto con criteri di rappresentatività. Per questo motivo non possono essere generalizzati come rappresentativi per gruppi più estesi dei focus group non possono inoltre essere né estesi né proiettati sull'intera popolazione. Tenendo presente queste precauzioni, l'analisi dei risultati non può portare a immagini di opinioni di utenti ritenuti rappresentativi, ma può fornire spiegazioni del 'perché' ed eventualmente descrizioni di un 'come' favorendo così la comprensione delle motivazioni e l'approfondimento di aspetti ritenuti rilevanti.

3.6.1 L'analisi

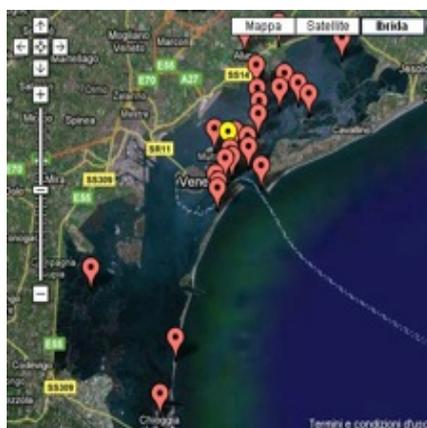
La fase di analisi dei risultati ha preso avvio con la trascrizione delle conversazioni tramite sbobinature, con la raccolta dei dati emersi dalle agende dei partecipanti (gli



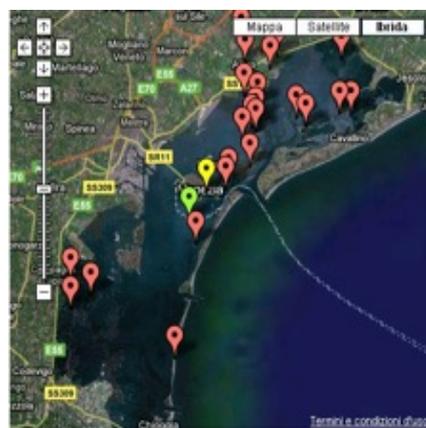
(a) Geoblog12/07/07, Gruppo1



(b) Geoblog16/07/07, Gruppo2



(c) Geoblog12/11/07, Gruppo3



(d) Geoblog19/11/07, Gruppo4

Figura 3.2: Luoghi proposti per permettere ad un ospite di conoscere l'area della Laguna nei suoi aspetti storici, turistici, culturali e ambientali

appunti scritti nella fase di riflessione individuale) e con la trascrizione e rappresentazione dei cartelloni redatti durante la discussione. In sintesi, si sono analizzate le narrazioni dei partecipanti ricostruendo:

- la localizzazione (luoghi maggiormente richiamati durante la discussione)
- i valori territoriali (caratteri geo-morfologici della Laguna, usi/vocazioni del territorio, multiattorialità, conflitti, scenari di cambiamento)
- i valori attribuiti ai luoghi (senso del luogo, radicamento/sradicamento, i paesaggi della mente).

3.6.2 I luoghi

Scorrendo nel dettaglio le indicazioni emerse dai quattro FG queste hanno messo in evidenza differenti sguardi che gli attori coinvolti hanno nei confronti della Laguna.

In particolare, nel primo *Focus Group* (di *Insiders*) l'attenzione prevalente è stata rivolta a quei luoghi degni di essere valorizzati e resi fruibili per il loro utilizzo come risorsa professionale⁹. La scelta dei luoghi è stata infatti guidata da un interesse prevalentemente storico, turistico ed economico anche se fattori soggettivi come ricordi, apprezzamenti di vedute di paesaggio o di azioni politiche (per esempio 'intervento di recupero di successo') hanno avuto il loro peso. Molti partecipanti hanno dimostrato inoltre una conoscenza molto intima dell'ecosistema Lagunare e delle sue fragilità. Il secondo *Focus Group* (di *Outsiders*) si è soffermato molto sull'individuazione dei valori dei luoghi che erano determinati principalmente da esperienze e ricordi molto personali, legati ad una frequentazione della Laguna lungo itinerari turistici tradizionali. Questa differenza di vedute sulla Laguna è determinata, come menzionato, da una conoscenza meno profonda, ma anche dall'impossibilità di muoversi in maniera autonoma in Laguna: quando si dipende dalle linee di trasporto pubblico, i percorsi in Laguna sono pre-disegnati. Questa conoscenza meno approfondita dell'ambito locale ha portato a indicazioni per la tutela più generiche ma ha anche consentito di 'allargare lo sguardo' verso nuovi territori prevalentemente ad uso turistico ricreativo non considerati in precedenza. Il problema della accessibilità ai diversi luoghi della Laguna è infatti emerso con forza nel secondo *Focus Group*, nonostante sia anche stato sottolineato come un'accessibilità limitata e controllata in alcuni casi possa permettere di preservare meglio i luoghi e di mantenerne le caratteristiche più tradizionali. Nei *Focus Group* dedicati esplicitamente alla nautica da diporto (il terzo e il quarto *Focus Group*), lo sguardo dall'acqua ha evidenziato non più i singoli luoghi ma percorsi in alcuni casi localizzati nell'ambito del litorale più facilmente accessibile rispetto a molte isole della Laguna. Anche in questo FG, come nel secondo, emergono gli usi turistici e ricreativi. In particolare nel terzo FG il tema più rilevante è stato quello dei processi educativi: il diporto così come lo sviluppo di un'idea di parco deve emergere da un processo che progressivamente porta ciascuno a maturare una presa di coscienza consapevole delle debolezze e delle potenzialità del territorio in cui vive. La figura 3.3 mostra una mappa con le aree maggiormente richiamate durante le attività dei quattro *Focus Group* in particolare è stato utilizzato un colore diverso per ciascun incontro. Emerge come l'area della Laguna Nord viene vissuta e percepita come ricca di significati e valori territoriali mentre solo pochi siti dell'area di gronda o della parte a Sud di Venezia sono presi in considerazione dai partecipanti.

Interessante notare come gli *Insiders* (gruppo 1), ovvero coloro che abitano e vivono la Laguna, riconoscano come centrali i luoghi che più fanno parte del circuito turistico tradizionale, quasi a dar giustificazione della presenza dei flussi turistici proprio in quei siti così densi di significato per il contesto locale. L'allargamento dello sguardo da parte degli stessi comprende Porto Marghera e Malamocco/Alberoni. Il primo sito viene riconosciuto come parte integrante della storia dello sviluppo di Venezia e di conseguenza come luogo da riappropriare dopo decenni di estraneazione dalla laguna, il secondo come punto di elevato interesse naturalistico soggetto oggi a profonde modificazioni grazie alla costruzione del MOSE. Si tratta perciò di riflessioni che connettono lo sviluppo di storico quindi con i dubbi sullo sviluppo futuro. In tutti i *Focus Group* l'interesse e l'attenzione verso la Laguna Nord è prevalente, quasi a riconoscere dei caratteri di naturalità e integrità ambientale ormai persi nella Laguna Sud. Con più difficoltà infatti sono emersi elementi di interesse nella Laguna Sud descritta come fortemente trasformata da interventi antropici che hanno portato

⁹A questo FG hanno preso parte *stakeholders* integrati nel tessuto veneziano che svolgono delle attività professionali ancorata alle risorse turistiche e naturali di Venezia.



Figura 3.3: Luoghi indicati nei *Focus Group*

alla quasi completa marinizzazione e alla scomparsa dell'alternanza tra terre emerse e superficie acquee. Le particolarità e potenzialità di questo ambito della Laguna sono state colte solo da alcuni degli *Insiders* e riferiti ad alcune isole o particolari elementi del Litorale, mentre la conoscenza ed il apprezzamento degli luoghi della Laguna sud da parte degli *Outsiders* è limitata a luoghi del Litorale utilizzati prevalentemente come mete turistico-ricreative. Nel quarto *Focus Group* la presenza di alcuni partecipanti provenienti dalla gronda Lagunare ha determinato una maggiore attenzione verso la fascia di margine della Laguna e dei percorsi fluviali che connettono Laguna e Entroterra.

3.6.3 I valori territoriali: Analisi dei quattro FG

Gruppo 1

Come evidenzia la mappa, la ripartizione dei luoghi discussi nei *Focus Group* è diversa, condizionata dalle possibilità di movimento in Laguna che hanno i partecipanti. Questo è particolarmente evidente in relazione al gruppo 2, dove si nominano quasi esclusivamente luoghi visitati da turisti o visitatori occasionali, ma il problema dell'accessibilità è stato tematizzato anche nella discussione all'interno del gruppo 1, dove un partecipante nominava solo posti raggiungibili con mezzi pubblici quali La Certosa e Le Vignole, tematizzando il dilemma tra frequentazione dei luoghi e istanze di tutela: in relazione ad esempio all'isola ad un'isola abbandonata da tempo si afferma da un lato che la presenza di turisti possa esercitare un certo controllo sul territorio e con ciò prevenire atti di vandalismo dall'altro si ipotizza, riferendosi ad aree naturali, che luoghi sconosciuti e di conseguenza non frequentati, si preservano

in modo naturale ed hanno così meno bisogno di interventi di tutela. All'interno del gruppo 1, la Laguna viene vista, da quasi tutti i partecipanti, come luogo culturale: dall'osservazione dei singoli valori assegnati ai luoghi traspare soprattutto la percezione del loro ruolo storico, anche in relazione a spazi naturali, dove si fa riferimento per esempio ad attività di pesca. I riferimenti al carattere naturale sono, in parte, pregnate da valori sentimentali, come la nostalgia espressa esplicitamente per valori del passato ('nostalgia del valore naturale di un tempo') o indirettamente 'la Laguna ancora conservata'. Di conseguenza si osserva un'attenzione verso iniziative di tutela che siano in grado di conservare queste testimonianze del passato, fino a individuare nuove funzioni economiche connesse ad esempio alle attività di pesca tradizionale o iniziative di pescaturismo. Infine si osserva che il gruppo 1 è quello che arriva alla massima distribuzione di luoghi nominati, testimone di una buona conoscenza della Laguna da parte di tutti i partecipanti.

Gruppo 2

Diversamente, al secondo *Focus Group* hanno preso parte attori prevalentemente residenti nella gronda Lagunare e nel litorale che hanno deciso di partecipare nella speranza di accedere a informazioni su un territorio stimato come interessante e di alto valore. Solo un partecipante è da considerare *Insider* per il suo coinvolgimento professionale in questioni della Laguna. In alcune fasi del FG, per colmare il dislivello informativo presente, la discussione si è trasformata da dialogo in una forma di lezioni da parte dell'unico *Insider*. In questo gruppo i luoghi nominati erano situati per una grande parte nel litorale, da Jesolo e Cavallino fino a Ca' Roman e i valori indicati erano principalmente connessi a quelli sentimentali e alle esperienze territoriali vissute da vacanzieri. Sono menzionate dai partecipanti anche alcune isole lontane da percorsi consueti, come S.Francesco del Deserto e il Lazzaretto nuovo, ma anche in questi luoghi prevalgono valori soggettivi, come spirituali religiosi. Quando la discussione del gruppo cerca di uscire da questa visione individuale per parlare di luoghi da valorizzare e di strategie per la loro valorizzazione, spesso non riesce staccarsi dal livello dei stereotipi (il vetro di Murano come vocazione storica del territorio, le caratteristiche pittoresche delle case di Burano). Solo in alcuni casi vengono riflettuti valori più generali (riconoscibili a livello sociale) come la testimonianza di trasformazione d'uso di siti di interesse storico (S. Clemente trasformato da manicomio in albergo di lusso) o il ruolo di centro universitario che viene svolto da alcuni anni da S.Servolo. dall'analisi della distribuzione dei luoghi indicati da questo gruppo che si ricorda essere formato prevalentemente da *Outsiders*, diventa particolarmente ovvio che la mobilità individuale in Laguna è un criterio determinante per la sua conoscenza: appare che solo chi ha la possibilità di muoversi in Laguna in maniera indipendente da percorsi e orari del trasporto pubblico sia in grado di sviluppare una conoscenza approfondita e riesca tessere legami con questo spazio. Le uniche eccezioni risalgono a spazi che hanno una vocazione molto speciale, come l'isola di Mazzorbetto, amministrata dagli scout, o l'isola di S.Francesco del Deserto, luogo di una comunità religiosa. La scarsa conoscenza del territorio ostacola anche la capacità, da parte dei partecipanti, di identificare usi dannosi e strategie di tutela. L'unica minaccia discussa da parte dei partecipanti riguarda la costruzione del Mose, mentre la pesca abusiva appare piuttosto come elemento folcloristico o come attività svolta da criminali abituali (minaccia di coltello). Ancora, viene toccato il tema della costituzione del parco, quello della Laguna, che nell'immagine dei partecipanti è ancora molto indefinito. La battaglia per la sua realizzazione viene proposta come una 'sfida culturale' che non riguarda solo

Venezia ma chiama in causa i decisori a differenti livelli e che può diventare un'opportunità di sviluppo - anche economico - solo se si adotta una visione globale e non miope del problema. L'atteggiamento nostalgico verso la Laguna come spazio 'di un tempo' che appare anche nel primo gruppo, viene portato all'exasperazione in questo tutti i valori della Laguna vengono infatti misurati con la tradizione: mestieri, spazi e costumi sono più apprezzati se assomigliano ad un'immagine del passato. In sintesi l'elemento più interessante appare quello legato alla vocazione dei luoghi sia essa religiosa piuttosto che agricola o balneare. Stereotipi, forse, che nascondono però reali possibilità di sviluppo e di valorizzazione dell'oggi all'ombra del passato. Nell'analisi della direzione di sviluppo è importante quindi dare spazio alla 'voce' del territorio, alla sua identità come alle sue propensioni attuali: vi sono attività economiche ancorate al territorio (quali ad esempio il merletto) che non è più rappresentativa della produzione locale - in quanto la produzione è ormai delocalizzata - che continua ad essere rappresentativa dal punto di vista storico (dimensione museale) ma non economico. Interessante spunto è cercare di capire quali tra le attività produttive amplificano la 'voce' del territorio e quali invece la deturpano o la trasformano.

Gruppo 3

I luoghi indicati all'interno del terzo gruppo si concentrano prevalentemente nella Laguna nord, nelle aree di barena a nord di Burano e Torcello, e considerano relativamente poco le aree a sud del centro storico, eccezione fatta per le valli da pesca della Laguna sud e di Pellestrina. I valori attribuiti a questi luoghi sono in prevalenza di carattere culturale, affettivo e ambientale. Il sentimento nostalgico nei confronti dell'apprezzamento della Laguna diventa ancora più evidente nel primo dei due *Focus Group* formato da diportisti, dove generalmente il posto bello e rappresentativo della Laguna, il luogo ricercato coincide con posti appartati e difficili da raggiungere, perciò poco frequentati. Per alcuni partecipanti l'esclusione di questi luoghi da percorsi turistici diventa il motivo per ricercarli. Che questi luoghi esistano è dovuto alle peculiarità che uno spazio naturale pone alla mobilità. Venezia sembra raggiungibile in ogni angolo, in realtà non è così. Il tempo e lo spazio si comprimono in un ambiente fluido in cui l'accessibilità è condizionata anche da fattori climatici. In questo contesto il motore, all'origine della lamentata frenesia in acqua, diventa il mezzo privilegiato per sanare la dicotomia spazio temporale. La Laguna assume così un doppio valore, di spazio da percorrere e di luogo da visitare. Le due funzioni entrano in conflitto quando lo spazio percorso non viene apprezzato come luogo amato, ma solo come collegamento per raggiungerlo. A questa considerazione si connette una lunga discussione nel *Focus Group* sulla valorizzazione delle aree utilizzate da raccordo, la collocazione di porticcioli e di posto barca e su orme di scafo concepite per l'ambito Lagunare o non. L'esclusività dei luoghi accende ovviamente il discorso intorno alle dicotomie affollato - non affollato, unico - di tutti, insolito - mete turistiche. Legato al discorso del parco, questo si aggettiva in maniera differente a secondo della logica del singolo attore in gioco. Il fatto che l'idea di parco e il progetto di tutela di fondo sia ancora poco definito o poco conosciuto, dà ad ogni attore la possibilità di coniugarlo secondo le proprie attese e visuali soggettive su valori, fabbisogni di tutela e prospettive di sviluppo, parlando di volta in volta di parco archeologico, parco naturalistico, oppure di parco storico-culturale delle fortificazioni. Le proposte per attività di tutela sviluppate nel gruppo mirano in due direzioni: una punta alla ricerca sulla mitigazione del moto ondoso, proponendo scafi meno impattanti e l'eliminazione di traffico da attraversamento con la collocazione di posti barca per imbarcazioni plananti in vicinanza

delle bocche di porto, e di ri-trasformare il parco barche all'interno della Laguna verso tipologie dislocanti. Le iniziative da intraprendere sono però, secondo i membri del gruppo, di responsabilità altrui, chiedendo studi di scafi non impattanti ai produttori di barche, iniziative di educazione civile e di sensibilizzazione ambientale rivolta ai giovani, e regole più severe per le abilitazioni alla guida di imbarcazioni. In questa maniera il problema del moto ondoso viene rappresentato come un sovra-problema, che può essere risolto solo a livello politico, lasciando poco spazio alla responsabilità individuale per il proprio comportamento o la scelta di acquisto dell'imbarcazione lasciando la sanzione come unico strumento di regolazione.

Gruppo 4

Nel quarto *Focus Group*, formato come il terzo da persone legate al settore diportistico, i partecipanti erano solo in parte residenti a Venezia, tre dei partecipanti provenivano infatti dalla gronda Lagunare. I luoghi indicati dai partecipanti a questo gruppo, a differenza degli altri focus group, comprendevano tendenzialmente luoghi meno accessibili, situati nella maggior parte nelle valli da pesca nella Laguna a nord e nella Laguna meridionale. Si aggiungono alcuni luoghi situati nella gronda Lagunare e nel sistema di canali di collegamento verso le lagune vicine. La presenza di residenti della gronda ha contribuito ad un lieve spostamento del focus della discussione, che è diventata meno centrata su Venezia al centro della Laguna, ha enfatizzato l'importanza della gronda in termini storici e culturali e sottolineato l'appartenenza della Laguna veneziana ad un sistema Lagunare più esteso che si spinge fino a Grado. la discussione appare centrata sulle seguenti accezioni di territorio:

1. territorio come bene comune
2. territorio conteso
3. territorio percorso

in relazione al primo aspetto, contrariamente al dibattito nel gruppo precedente, il territorio Lagunare viene visto come bene comune e i tentativi di escludere la comunità dalla possibilità di usufruirne, come avviene nelle valli da pesca, vengono contestati e vissuti come limitanti rispetto al secondo aspetto: il territorio percorso. In questo gruppo sono particolarmente numerose le proposte legate ad una valorizzazione della Laguna, legata ad una gestione del parco. Si propone di utilizzare il parco per fornire servizi alla nautica, in maniera da renderla compatibile con l'ambiente naturale, come ormeggi e boe a servizio dei diportisti per ridurre i danni causati dalle ancore, diffusione di spazi di rimessaggio (porto diffuso) e di servizi per ridurre la concentrazione del traffico, nonché l'integrazione dei percorsi tra barca a bici e di prendere misure per il potenziamento del turismo nautico gestito e rispettoso delle regole. Queste proposte, che rappresentano la traduzione progettuale di alcune denunce fatte sulle modalità di gestione attuali della Laguna, vanno di pari passo con denunce sulle scarse capacità gestionali degli enti responsabili attualmente e le loro colpevolezze per il degrado della Laguna. In questo caso si osserva una generale tendenza di cercare le cause del degrado al di fuori della delle proprie responsabilità individuali o del settore rappresentato, per esempio puntando sulle quantità complessive del traffico in Laguna per ridimensionare le responsabilità della nautica da diporto, verso il settore dei trasporti (contrapponendo le necessità del centro veneziano contro quelli dei diportisti residenti della gronda) o addirittura alle grandi navi (dei quali approfittano economicamente i veneziani). In maniera analoga da parte di residenti di Venezia il comportamento dei

diportisti in Laguna viene attribuito alla mancanza (o perdita) di cultura (chiedendo misure di educazione per i giovani). Su un altro livello la Laguna viene descritto come un territorio conteso tra diverse amministrazioni appartenenti a diversi livelli gerarchici, che creano una serie di conflitti, perché diversi livelli decisivi coincidono sugli stessi spazi di Laguna. Diversi partecipati contestano la capacità decisionale di attori collocati a livelli nazionali come il Ministero dei Lavori Pubblici su uno spazio così particolare come la Laguna di Venezia. Un secondo livello di contestazione territoriale viene visto tra comuni di gronda e quello di Venezia, che potrebbe eventualmente conciliato a livello provinciale, o ad un altro livello gerarchico sovrapposto.

3.6.4 **Resumée: il parco visto dai *Focus Group***

L'obiettivo dei *Focus Group* era di indagare sulle aspettative di utenti della laguna su un progetto di tutela. L'indagine è stata svolta usando come chiave di accesso alle opinioni, la rappresentazione di valori legati ai luoghi e la conseguente necessità di tutela. Dall'analisi delle discussioni emerge che la Laguna è concepita già come un ambito con un alto numero di norme per la sua tutela, ma che queste norme nella realtà sono scarsamente applicate. Anche se le opinioni sui progetti di tutela del Parco possono essere divergenti, tutti partecipanti ai vari *Focus Group* concordano sulla necessità di imporre azioni di tutela che vadano oltre quelle attualmente in vigore. I valori da tutelare nascono, nella maggior parte dei contributi alla discussione, da una concezione della Laguna come spazio naturale primordiale non ancora trasformato dall'azione umana, o in molti casi, come spazio depositario di testimonianze di una convivenza tra natura e cultura, includendo tra le entità da proteggere anche le testimonianze dell'attività umana. Alcuni contributi vanno anche oltre questa concezione di tutela avvertendo che una museificazione della Laguna senza attenzione verso le esigenze delle persone che la vivono sarebbe un approccio pericoloso, e puntano verso azioni in grado di trasformarsi in motori di sviluppo per il territorio. In merito alle riflessioni sul valore aggiunto territoriale, gli usi sostenibili emersi con più forza appaiono quelli tradizionali. In particolare, sono stati delineati ipotesi di sviluppo produttivo legati alle attività di pesca tradizionale e di pescaturismo. Emerge dai contributi il forte legame presente tra la sfera personale e i valori che si attribuiscono al territorio. Il lavoro, l'uso del suolo o piuttosto la scelta di un certo tipo di sostentamento a discapito di un altro tocca la sfera individuali al di là dei meri aspetti economici: un territorio a cui ci si sente profondamente legati che viene vissuto come prolungamento del proprio essere ha maggiori possibilità di prendere parte ad uno sviluppo davvero sostenibile. Tra gli indicatori proposti per l'analisi del dibattito, quello del senso di radicamento appare essere stato quello meno rilevante, nel senso che non sono stati riscontrati contributi al dibattito che facevano trapelare questo sentimento. Ciò non è da attribuire al mancato radicamento dei partecipanti alla Laguna, ma al fatto che le discussioni sono state indirizzate volutamente verso altre direzioni, onde evitare il prevalere di sterili denunce per le quali non si sarebbero potuti offrire interlocutori competenti.

Quando si propone di pensare alla progettazione di un Parco per la Laguna, il rapporto tra diverse scale territoriali si fa interessante e lo si delinea come progetto Nazionale da calare sia sulle aree naturali sia sugli insediamenti industriali, quale Porto Marghera e il Canale dei Petroli, che si riconoscono degni di interesse perché parte integrante delle vicende storiche di Venezia dagli anni Settanta ad oggi. Si delinea quindi un Parco non solo come area da proteggere e preservare, ma come luogo da sviluppare prendendo anche in considerazione le attività antropiche caratterizzanti il

territorio. La ‘delega’ del progetto di tutela alla dimensione Nazionale sembra muovere anche dal groviglio di attori istituzionali che agiscono sul territorio lagunare con competenze e interessi spesso divergenti. Spostare le competenze per la tutela verso la scala nazionale significa fronteggiare il problema ad un livello gerarchico e normativo che sovrasta l’attuale posizione riconosciuta poco efficace in termini di tutela e di sviluppo. Il territorio del Parco dunque è un luogo che sembra racchiudere una serie di dicotomie messe in luce da questa indagine esplorativa ed entro le quali sarebbe interessante indagare:

1. territorio come bene comune fruibile da tutti dove governa una sorta di ‘controllo sociale’ versus territorio come bene da tutelare in sé e preservare al di là dell’accessibilità o fruibilità;
2. territorio conteso da differenti livelli gerarchici con logiche tra loro conflittuali versus territorio abbandonato ai margini di qualsiasi logica di sviluppo (si pensi alle isole della Laguna);
3. territorio d’acqua come ‘autostrada’ da percorrere versus territorio d’acqua con una cultura propria e fruibile in modo singolare;
4. territorio gestito dall’alto in cui le singole scelte politiche vengono ‘subite’ dagli abitanti che ‘delegano’ l’amministrazione del territorio versus territorio oggetto di percorsi di educazione di sensibilizzazione in cui viene promossa la responsabilità di ciascuno nello sviluppo del proprio territorio;
5. territorio esclusivamente naturale versus territorio ricco di valore aggiunto territoriale in grado di portare uno sviluppo sostenibile – o autosostenibile – e ad un benessere individuale.

Il quadro così delineato consente oggi di indagare sugli atteggiamenti e sulle politiche attuate ma potrebbe essere utilizzato per indagare sul progetto di attuazione del Parco della Laguna che possa essere in sintonia con le visioni, i valori ed il benessere collettivo.

Analizzando le preferenze verso il territorio espresse durante le discussioni lungo queste dicotomie, emergono profili diversi per i quattro gruppi. Nel caso del primo *Focus Group* prevaleva una discussione intorno ai temi legati al territorio come testimonianza del passato, come bene comune e entità territoriale gestita dall’alto, mentre le aree tematiche attinenti ai conflitti territoriali e alle prospettive di sviluppo avevano un’importanza minore. Anche nel secondo *Focus Group* spicca una visione nostalgica del territorio, visto anche qui come risorsa naturale da preservare. Gli argomenti attinenti ai problemi della gestione territoriale come conflitti sull’uso, livelli di gestione o la gestione dell’accessibilità non vengono presi in considerazione. La discussione che si è svolta durante il terzo *Focus Group* copre praticamente tutti gli argomenti, emerge infatti l’idea di un territorio conteso e malamente gestito in cui però è possibile intervenire con percorsi di educazione e sensibilizzazione. Unico argomento non affrontato è quello dell’abbandono di parti del territorio. Nell’ultimo *Focus Group* la discussione ha messo un forte accento sulla fruibilità della Laguna intesa quale ‘bene comune’ da salvare dall’azione antropica, affrontando le problematiche legate ai conflitti tra enti sulla gestione del territorio. Da un confronto dalle aree tematiche coperte dai diversi gruppi emerge che nonostante essi non possano aspirare ad essere rappresentativi per gli utenti della laguna, sia stata coperta una considerevole gamma di argomenti, in maniera da coprire una varietà sufficiente di opinioni.

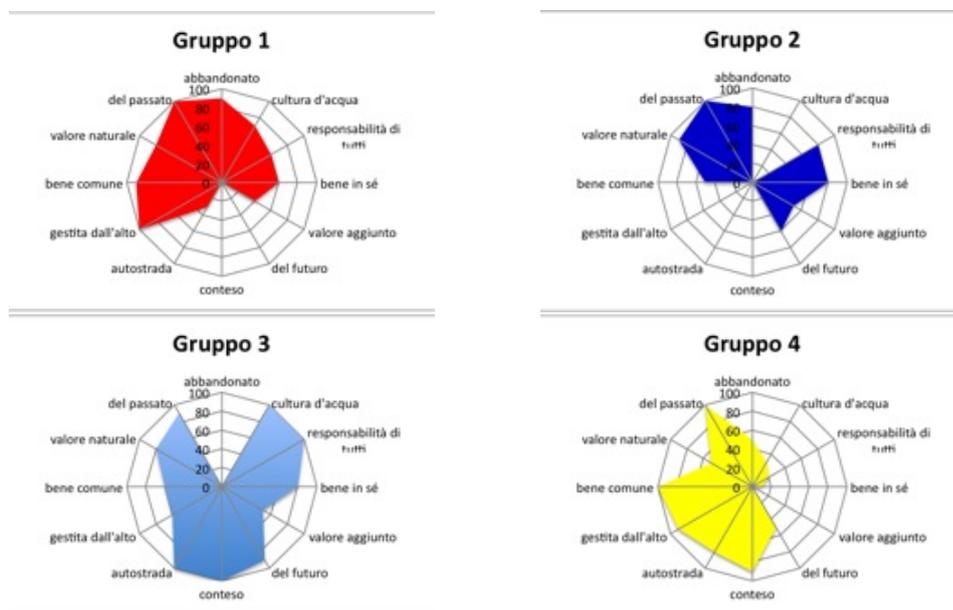


Figura 3.4: Rappresentazione grafica degli argomenti affrontati nei *Focus Group*

3.7 Conclusioni

In un ambito caratterizzato dal turismo di massa come quello veneziano, il turismo ecologico appare essenzialmente come un fenomeno di nicchia. Senza essere in grado di quantificare le relazioni economiche tra turismo di massa ed ecoturismo nella Laguna di Venezia si può comunque constatare che le iniziative esistenti appaiono come isolati tentativi di creare offerte alternative (e redditi alternativi) a quelle del turismo tradizionale. Manca quasi completamente un coordinamento tra singole iniziative, una lacuna che viene lamentata da diversi operatori. Le aspettative verso il parco sono in questo contesto molto alte, e riguardano proprio questo ruolo di mettere in rete le singole iniziative, ma anche, a livello concreto, di mettere a disposizione strutture e servizi che faciliterebbero la fruizione di un territorio così fragile come quello della laguna.

Un capitolo da parte riguarda le norme di tutela in un territorio che si presenta in larghe parti come conteso. Le linee di contestazione dividono diversi usi conflittuali (caccia contro tutela faunistica, traffico acqueo motorizzato e moto ondoso contro usi alternativi di tempo libero, ecc.) e, in maniera non del tutto disconnesso da questa diversità di interessi, anche da diverse amministrazioni territoriali e da diversi livelli gerarchici. Dalle interviste e dai contributi nei focus group traspare la speranza, formulata in maniera più o meno esplicita da parte di alcuni operatori, che regole più consone ad una tutela della morfologia lagunare o una gestione che tuteli maggiormente l'ecosistema lagunare siano in grado di migliorare la loro posizione nella concorrenza tra usi turistici della laguna. Un maggiore rispetto di regole atte a diminuire gli impatti negativi sull'ecosistema lagunare, conferirebbe infatti ad usi ecoturistici, e ad usi meno impattanti in generale, una posizione migliore nella concorrenza esclusiva

sull'uso del territorio. L'ipotesi implicita di escludere gruppi di utenti e forme di utilizzo della laguna (motoscafi turistici, imbarcazioni plananti, cacciatori) sulla base di un giudizio sull'impatto generato da questi usi sull'ecosistema lagunare, si scontra, però, non solo con richieste di uso da parte di gruppi economicamente più forti e più incisivi di quelli del settore del ecoturismo, quali operatori legati al settore tradizionale, o il sistema delle darsene, ma anche con gli interessi degli abitanti della laguna, i quali temono di essere privati del diritto di utilizzare mezzi di trasporto veloci e in genere di condizioni di vita paragonabili a residenti in terraferma o in centri lagunari maggiori. Di conseguenza, la spesso scarsa disponibilità degli abitanti di sottostare a vincoli di tutela imposti senza il loro consenso, si esprime anche nelle diverse posizioni nei confronti dei progetti di tutela. La discussione in atto nella laguna di Venezia vede infatti il confronto tra interessi di tutela della laguna come spazio naturalistico e patrimonio culturale da una parte, e chi percepisce i vincoli imposti nell'interesse della tutela come limite al proprio diritto di partecipazione al benessere sociale, espresso non solo in termini economici, ma in questo caso anche come libertà di circolazione.

Una terza area di conflitto che si è delineata rilevante nella discussione sul possibile ruolo di un futuro ente parco riguarda le competenze di gestione e i livelli di tutela che sono estremamente frammentate e sovrapposte: diversi comuni, provincia e stato (Magistrato alle Acque), hanno emesso un rilevante numero di regole e limiti, che si fatica fare rispettare, al punto da chiedersi dove si collocherebbero le misure di tutela attivate da un eventuale ente di parco naturale di iniziativa comunale.

Conclusioni

La ricerca che è stata qui presentata ha esplorato alcune condizioni per la sostenibilità dello sviluppo di attività turistiche nei Parchi naturali. Uno dei punti di partenza delle riflessioni era il fatto che l'eco-turismo, cioè quella parte del turismo potenzialmente interessata ai parchi naturali, non risente della crisi che sta investendo altri settori come quello del turismo balneare o quello invernale, sembra perciò presentare condizioni valide per costituirsi come motore per uno sviluppo economico in coinvolti in progetti di tutela. Nel protetto sono state svolte delle indagini in tre aree parco, dove sono stati approfonditi diversi aspetti della sostenibilità di usi turistici nei parchi naturali.

Nel Parco delle Alpi Marittime è stata svolta un'indagine su un campione rappresentativo degli abitanti dal quale emerge quanto la percezione del turismo da parte della comunità locale sia legato alla capacità - in questo caso dell'Ente Parco - di coinvolgere e far partecipare i residenti, facendoli diventare essi stessi attori del sistema. I risultati dell'indagine rilevano infatti chiaramente che, nonostante una generalmente buona accettazione dei residenti verso il turismo e i relativi impatti, la distanza fisica dai luoghi del parco e quella mentale dai processi decisionali da parte dei residenti determina la più o meno positiva percezione del fenomeno del turismo.

Le indagini svolte nel settore lombardo del Parco dello Stelvio hanno dato informazioni sulla percezione dei turisti sui servizi offerti e sulle loro abitudini e preferenze durante la loro visita e hanno, inoltre, permesso di stimare l'impatto economico del turismo a livello provinciale e di dare indicazioni, attraverso la stima delle presenze all'interno di alcune aree tutelate, su gli impatti del turismo sull'ecosistema del parco.

Nel caso del nascente parco della Laguna di Venezia sono state svolte indagini tra gli operatori turistici e organizzati gruppi di discussione tra fruitori della Laguna. Emerge, in questo caso, un'immagine più complessa di quella dei parchi precedenti, visto che le tipologie di uso eco-turistico sono più complesse, includendo anche le attività degli abitanti della laguna e del suo hinterland. In questo caso, inoltre, l'eco-turismo entra in conflitto con usi economici più forti della Laguna, prima di tutto il turismo tradizionale. Praticamente da tutte le indagini emerge un'elevata aspettativa nei confronti del futuro Ente Parco e verso la sua capacità di imporre regole in grado di guidare il sistema verso uno sviluppo più sostenibile di quello registrato finora, soprattutto per quanto riguarda gli impatti della motorizzazione della Laguna legata al turismo di massa - ma non solo.

Traspare da tutte e tre le indagini che il concetto di area protetta come fattore di protezione di valori naturali significativi, sia stata superata, a favore di concezioni più estese che comprendono anche la promozione economica e il benessere sociale della popolazione residente nell'area da tutelare. Di conseguenza, i parchi non sono più visti solo come un luogo di tutela, ma stanno diventando punti di riferimento per lo sviluppo sostenibile dell'intero territorio su cui insistono, svolgendo un ruolo

di aggregazione delle diverse componenti, affinché ogni azione portata sul territorio sia svolta in funzione della sostenibilità ambientale, sociale ed economica. Soprattutto nelle realtà con scarse alternative economiche al turismo, il Parco o l'area protetta possono diventare il motore in grado di spingere verso uno sviluppo economico sostenibile. Il ruolo di motore per lo sviluppo sostenibile non viene però, rivestito dal parco come entità territoriale di tutela, ma dal parco inteso come entità garante non solo della tutela naturalistica, ma anche della sua promozione economica (turistica) e sociale. La ricerca del consenso sul progetto di tutela attivata da parte del Parco, quindi, tende ad aggiungere ai compiti dell'ente compiti che tradizionalmente vengono attribuiti a enti territoriali quali Comuni, Province e Regioni.

Questa tendenza viene confermata nei casi studio osservati: Il caso in cui la nuova concezione di ruoli si manifesta, almeno nei suoi aspetti istituzionali, in maniera più esplicita è quello del nascente parco della Laguna, dove attualmente le competenze di gestione e i livelli di tutela sono estremamente frammentate e sovrapposte: diversi Comuni, la Provincia, la Regione e lo Stato (nella veste di Magistrato alle Acque, amministrazione periferica del Ministero dei Lavori Pubblici). Tutti questi enti hanno emesso un rilevante numero di regole e limiti, che si fatica fare rispettare, al punto da chiedersi dove si collocherebbero le misure di tutela attivate da un eventuale Parco naturale, per il quale viene ipotizzato, nella discussione attuale un regime di parco nazionale, per superare la situazione di stallo creato da contrasti di interesse a livello locale.

L'esempio di successo invece di questa nuova concezione di ruolo è rappresentato dal parco delle Alpi Marittime che con le proprie iniziative di promozione turistica, dimostra di essere in grado di creare consenso coinvolgendo gli attori rilevanti del proprio territorio. Le attività dell'Ente parco coinvolgono direttamente gli operatori turistici per migliorare l'offerta turistica della zona e contribuire così alla creazione di attività economiche in grado di generare reddito per gli abitanti. Si tratta senza dubbio di una strategia di successo per ampliare il consenso della popolazione che risiede intorno al parco a favore di progetti di tutela naturalistica.

la nuova concezione del ruolo di parco non riguarda solo l'aspetto istituzionale della gestione del territorio, ma anche le forme e strategie di gestione: La capacità dell'ente parco di coinvolgere gli attori locali nel dialogo sulle misure di tutela, considerando le analisi svolte, è un elemento importante non solo per diffondere le conoscenze sull'area protetta ma anche per rendere più accessibili e comprensibili le decisioni dell'ente incaricato della tutela. Il passo successivo è quello di rendere partecipi gli attori (*stakeholders*) nelle decisioni rilevanti per il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile. L'indagine svolta nella nel Parco delle Alpi Marittime ha messo in rilievo il successo delle strategie volte verso una partecipazione forte; il consenso verso le misure di tutela e gli sviluppi turistici collegati appare essere molto alto, ma è soprattutto legato alla distanza, non solo nel senso di distanza fisica, ma anche nel senso di appartenenza degli abitanti dal parco; chi è più vicino alle attività del parco ha espresso nella media un maggiore consenso verso il progetto di tutela. Le proposte operative degli abitanti vanno nella stessa direzione: infatti, essi sostengono iniziative di valorizzazione della cultura locale e del turismo, a condizione che coinvolgano abitanti del luogo.

Il fatto che il turismo legato al parco sia in grado di generare un rilevante impatto economico emerge dall'analisi svolta sul comportamento dei visitatori del settore Lombardo del Parco dello Stelvio. L'indagine rileva come questo tipo di turismo provochi un notevole beneficio sul territorio, sia diretto che indiretto. Inoltre si osserva

come le risorse economiche derivate siano in gran parte reinvestite nelle aree limitrofe al Parco, generando un aumento della ricchezza dell'intera area.

Per quanto riguarda gli impatti del turismo sull'ecosistema, emerge sia dalle rilevazioni effettuate nel parco dello Stelvio, sia dalle discussioni con utenti della Laguna, che esistono problemi dovuti alla concentrazione di visitatori in pochi siti e a modalità di trasporto. Si delinea così la necessità di gestire in maniera adeguata gli accessi e, come emerge in ambedue i casi, le modalità di spostamento dei visitatori. Questo problema rispecchia in parte la difficoltà di conciliare diverse richieste di uso avanzate nei confronti delle aree parco.

In conclusione, esistono forti sinergie tra progetti di tutela e sviluppo eco-turistico, a condizioni che siano generate da una politica di gestione accurata che non solo tenga conto degli aspetti ecologici, ma soprattutto della partecipazione degli abitanti e degli attori potenzialmente coinvolti direttamente o indirettamente dalle attività turistiche. Dalle analisi svolte emerge che la capacità dell'ente di gestire le attività economiche legate con la popolazione locale, sia di importanza centrale. Si tratta di un ruolo che si avvicina molto a quello degli enti territoriali ma, data la specificità del territorio gestito può acquisire una sua autonomia. In questo senso i Parchi possono funzionare come un laboratorio per una riconversione che dovrà nel futuro interessare aree molto più vaste non solo dell'Arco alpino.

Bibliografia

- AA.VV. (2000). *La Guida del Parco Alpi Marittime - Natura Storia Itinerari*. Blu Edizioni.
- AA.VV. (2003). Progetto Agenda 21 Locale nel Parco Nazionale dello Stelvio. Relazione sullo Stato dell'Ambiente. Le impronte nel Parco.
- ACTAplan srl, (a cura di) (2004). *La Carta Europea del turismo sostenibile nel Parco Naturale Adamello Brenta. Rapporto diagnostico*. Parco Naturale Adamello Brenta, Strembo (TN).
- Allen L.; Long P. T.; Perdue R. R.; Dieselbach S. (1988). The impact of tourism development on resident's perception of community life. *Journal of Travel Research*, **27**(1), 16 – 21.
- APAT R., (a cura di) (2001). *SINANET - Indicatori ambientali*, capitolo Sezione C: settori produttivi, Capitolo 14: Il turismo. APAT (Agenzia per la Protezione dell'Ambiente e del Territorio).
- Arnberger A.; Brandenburg C.; Muhar A., (a cura di) (2002). *Monitoring and Management of Visitor Flows in Recreational and Protected Areas*. Institute for Landscape Architecture and Landscape Management Bodenkultur University Vienna.
- ARPA Lombardia (2007). Resoconto dei dati ambientali. Rapporto sullo Stato dell'Ambiente in Lombardia 2007. http://www.arpa.lombardia.it/download_temp/rsa2007/indice.htm.
- ARPA Piemonte (2001). Strumenti e indicatori per un turismo sostenibile. <http://www.arpa.piemonte.it/statoambiente/dpsir/turismo6.htm>.
- Audit and Consulting Canada (2003). A Canadian study of indicators relating to sustainable tourism and ecotourism: The case of Northern Cape Breton.
- Banca d'Italia Eurosystema (s.d.). Dati analitici turismo internazionale, viaggiatori italiani all'estero per provincia di residenza, 2004-2008. <http://uif.bancaditalia.it/UICFEWebroot/DocServlet?id=new/it/stat/pubbl/turismo/indice-ita.htm>.
- Battisti C. (2004). Frammentazione ambientale, connettività, reti ecologiche. un contributo teorico e metodologico con particolare riferimento alla fauna selvatica.
- Belisle F. J.; Hoy D. R. (1980). The perceived impact of tourism by residents: a case study in Santa Marta, Columbia. *Annals of Tourism Research*, **7**(2), 83 – 101.

- Benayas J. (2000). *Manual de buenas prácticas del monitor de naturaleza: Espacios naturales protegidos de Andalucía*. Junta de Andalucía. Consejería de Medio Ambiente, Sevilla.
- Blanco Portillo, Ricardo (2006). El turismo de naturaleza en España y su plan de impulso. *Estudios Turísticos*, **169-170**, 7-38.
- Calvani A. (2004). *Ecoturismo*. Martina, Bologna.
- Camera di Commercio Cuneo (2008). Rapporto Cuneo 2007 - l'economia reale dal punto di osservazione delle Camere di Commercio. http://www.cn.camcom.it/Page/t06/view_html?idp=1151.
- Cannas R.; Solinas M. (2005). I turisti nei parchi nazionali. In *XIV Rapporto sul turismo italiano*. Mercury, Firenze.
- Cannas R.; Solinas M. (2006). Primo rapporto sul turismo nei parchi nazionali italiani.
- Caramelli E.; Ramieri E., (a cura di) (2002). *La Laguna intorno. Spunti e riflessioni per un Parco*. Forum per la Laguna. ed. Grafica Tre.
- Cassinelli M.; Priora F.; S. S. (2007). Analysis of the tourism phenomenon (tourism demand and supply) of the Alta Via dei Monti Liguri system and proposals of action for its development. In *Advances in Tourism Economics 2007*. Vila Nova, Portugal.
- Ceballo-Luscaràin H. (1996). Tourism, ecotourism and protected areas In *IV World Congress on National Parks and Protected Areas*. a cura di IUCN, Gland.
- Centro VIA Italia (2000). Linee guida per un turismo sostenibile nelle località costiere Obiettivo 2 della Regione Liguria.
- Cervený L. K. (2005). Tourism and its effects on southeast Alaska communities and resources: case studies from Haines, Craig, and Hoonah, Alaska. Research Paper PNW-RP-566, Department of Agriculture, Forest Service, Pacific Northwest Research Station, Portland, USA.
- Commissione Internazionale per la Protezione delle Alpi (CIPRA) (2002). II rapporto sullo stato delle Alpi - Dati, fatti, problemi, proposte. Edizioni Centro Documentazione Alpina, (CDA), Torino.
- Comunità Montana delle Valli Gesso e Vermenagna (2008). Comunità montana delle Valli Gesso e Vermenagna. <http://www.cmgvp.org/>.
- Consorzio del Parco Nazionale dello Stelvio (2000). Rapporto per il piano, vol n. °1-2-3. A cura di Caire-Trifolium, Bormio (SO).
- Corbetta P. (2003). *La ricerca sociale: metodologia e tecniche*. Il Mulino, Bologna.
- Cordier M.; Hecq W. (2007). Input-Output Matrix. Coastal Wiki, http://www.encora.eu/coastalwiki/Input-output_matrix.
- Crouch G.; Ritchie J. (1999). Tourism, competitiveness and societal prosperity. *Journal of Business Research*, **1999**(44), 137 - 152.

- Cummins R. (1997). Assessing quality of life In *Quality of Life for Handicapped people*. a cura di Brown R. I. Chapman and Hall, London.
- Dall'Ara G. (2005). *Il marketing del passaparola nel turismo*. Agra, Roma.
- Day R. (1987). Relationship between life satisfaction and consumer satisfaction In *Marketing and the quality of life Interface*. a cura di Samli A. Quorum Books, New York.
- De Gioannini E. (2008). Il parco naturale delle Alpi Marittime. <http://www.ghironda.com/valgesso/rubriche/parco.htm>.
- Del Corpo B. (2008). Olimpiadi di Torino 2006: il dissenso si fa corpo. *Equilibri*, **XII**(1), 127 – 137.
- Dematteis G. (2005). Geografia della diversità. *Equilibri*, **2005**(1), 49–58.
- Dipartimento Interdisciplinare Scienze Storico-geografiche e Linguistico-letterarie (2004). Sostenibilità e sviluppo locale dei sistemi territoriali rurali. Il caso dell'area del Beigua. Brigati, Genova.
- Dredge D. (1999). Destination place planning and design. *Annals of Tourism Research*, **26**(4), 772–791.
- Dumont E., (a cura di) (2007). *PICTURE (Pro-active management of the Impact of Cultural Tourism upon Urban Resources and Economies). Strategic urban governance framework for the sustainable management of cultural tourism*. European Union Publications, Bruxelles.
- Dumont E.; Lask T.; Sutherland M.; Tweed C. (2007). Identifying key indicators to measure the impacts of cultural tourism strategies upon urban quality of life.
- Eagles P. F.; McCool S. F.; Haynes C. D. (2002). *Sustainable Tourism in Protected Areas: Guidelines for Planning and Management*. The World Commission on Protected Areas (IUCN), UNEP, World Tourism Organization (WTO).
- EUROPARC (2000). Carta europea per il turismo sostenibile nelle aree protette. <http://www.europarc.it/cartaeuropa.html>.
- European Commission (2003). Basic orientations for the sustainability of european tourism.
- Federparchi (2008). parks.it: Il portale dei parchi italiani. <http://www.parks.it>.
- Galli P.; Notarianni M. (2002). *La sfida dell'ecoturismo*. De Agostini, Milano.
- Gander H.; Ingold P. (1997). Reactions of male alpine chamois *Rupicapra r. rupicapra* to hikers, joggers and mountainbikers. *Biological Conservation*, **1997**(79), 107 – 109.
- Goria A.; Zanoni D. (2004). La valorizzazione della rete dei rifugi per uno sviluppo del turismo sostenibile in montagna. Un Progetto Pilota per le Alpi Marittime e le Dolomiti Bellunesi. Rapporti sullo Sviluppo Sostenibile 5/2004, FEEM.
- Goudy W. J. (1977). Evaluations of local attributes and community satisfaction in small towns. *Rural Sociology*, **42**(3), 371–382.

- Guerrero J. I. F.; Selva L. M.; Medina R. (2006). The economic impact of western mediterranean leisure ports. http://www.encora.eu/coastalwiki/Impacts_originating_from_the_tourism_sector.
- Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) (2002a). 14° censimento generale della popolazione e delle abitazioni. <http://dawinci.istat.it/MD>.
- Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) (2002b). 8° censimento generale dell'industria e dei servizi, 22 ottobre 2001. <http://dwcis.istat.it/cis/index.htm>.
- Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) (2004). Tavole viaggi e vacanze 2004. <http://www.istat.it>.
- Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) (2007a). Tavole spese famiglie. <http://www.istat.it>.
- Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) (2007b). Viaggi e vacanze in Italia e all'estero 2006. http://www.istat.it/salastampa/comunicati/non_calendario/20070219.00/testointegrale.pdf.
- Iurcovich L. (2006). *L' approccio cognitivo: un metodo per chi interpreta lo sviluppo locale*. Litorale spa, Roma.
- Ivaldi R.; Dursi R.; Marin V.; Palmisani F.; Fabiano M. (2005). Indagine sul turismo in resort costieri: percezione degli utenti delle spiagge della Riviera del Beigua. Rapporti sullo Sviluppo Sostenibile 1/2005, FEEM.
- Kim K. (2002). *The effects of tourism impacts upon quality of life of residents in the community*. Tesi di Dottorato di Ricerca, Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Korça P. (1996). Resident attitudes toward tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, **23**(3), 695–697.
- Kreag G. (2001). The impacts of tourism. <http://www.seagrant.umn.edu/tourism/pdfs/ImpactsTourism.pdf>.
- Laimer P.; Öhlböck P. (2004). Indicators measuring the sustainability of tourism. Several considerations and results from the Austrian perspective. In *7th International Forum on Tourism Statistics, Stoccolma, 9-11 giugno 2004*.
- Lankford S. V.; Howard D. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of Tourism Research*, **1994**(21), 121 – 139.
- Lanza A.; Bosetti V.; Cassinelli M. (2006). Benchmarking in tourism destination, keeping in mind the sustainable paradigm. Working Paper 12.06, FEEM.
- Lanza E.; Malizia W.; Del Corpo B. (2007). Collaborative on-line network: Promuovere il turismo con il web 2.0. Rapporti sullo Sviluppo Sostenibile 6.2007, FEEM.
- Leone U. (2000). *Una politica per l'ambiente*. Carocci ed., Roma.
- Leontief V. (1966). *Input-output analysis, input-output economics*. York Oxford University, New York.

- Leontief V. (1970). Environmental repercussions and the economic structure: An input-output approach. *The Review of Economics and Statistics*, **LII**(3).
- Likert R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, **1932**(140), 1–55.
- Local Evaluation 21 (s.d.). Self-assess your local process for sustainable development. http://www.localevaluation21.org/download.php/en_la.pdf.
- Mangano (2007). Turismo e tempo libero nelle aree naturali protette: Il caso di tre parchi regionali genovesi. Genova, Carocci Editore.
- Manning R. E. (2002). How much is too much? Carrying capacity of national parks and protected areas. In *Monitoring and Management of Visitor Flows in Recreational and Protected Areas*. a cura di Arnberger A., Brandenburg C., Muhar A., pp. 306–313. Institute for Landscape Architecture and Landscape Management University Vienna.
- Marradi A. (2007). *Metodologia delle scienze sociali*. Il Mulino, Bologna.
- Millich F. (1993). *Turismo e risorse ambientali: Il caso della Laguna Nord*. Tesi per Master, Istituto Universitario di Architettura di Venezia (IUAV).
- Milman A.; Pizam A. (1988). Social impact of tourism on Central Florida. *Annals of Tourism Research*, **15**(2), 191–204.
- Ministero dell’Ambiente - Servizio Conservazione della Natura (1993). Studio per la valutazione degli effetti socioeconomici indotti dal Parco Nazionale dello Stelvio e proposta per il Piano di sviluppo. Roma.
- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) (2006). Input-output analysis in an increasingly globalised world: applications of OECD’s harmonized international tables. STI/Working paper 2006/7, Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD).
- Osservatorio Permanente sul Turismo Natura (2006). Sintesi del 5° rapporto sul turismo natura. <http://www.infiera-ecotur.it>.
- Osservatorio Permanente sul Turismo Natura (s.d.). Primo rapporto sul turismo natura. <http://www.osservatorio-turismonatura.it/6offerta/offerta.html>.
- Osservatorio Turismo Natura (2006). 4° rapporto sul turismo natura. Ecotour, Sulmona.
- Parco naturale Alpi Marittime, ACTAplan srl (2004). Indagine sui visitatori 2004.
- Parco naturale delle Alpi Marittime (2001). Strategia e piano d’azione per un turismo sostenibile. *I Quaderni del Parco delle Marittime*, **2**.
- Parco naturale delle Alpi Marittime (2006). Strategia e piano d’azione per un turismo sostenibile - testo approvato dal Consiglio Direttivo e dalla Comunità del Parco e dall’Associazione Ecoturismo in Marittime.
- Parco naturale delle Alpi Marittime (2008). Parco naturale delle Alpi Marittime. <http://www.parks.it/parco.alpi.marittime/par.html>.

- Parco Nazionale dello Stelvio (2002). Bozza relazione sullo stato dell'ambiente le impronte nel parco, capitolo 1 - gli indicatori di sostenibilita' per il parco nazionale dello stelvio. Parco Nazionale dello Stelvio, Progetto Agenda 21 Locale.
- Perdue R.; Long P. T.; Allen L. (1987). Rural Resident Tourism Perceptions and Attitudes. *Annals of Tourism Research*, **14**(3), 420–429.
- Pizam A. (1978). Tourism's impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, **16**(4), 8 – 12.
- Pröbstl U. (2002). NATURA 2000 - The influence of the European directives on the development of nature-based apourt in mountain areas In *Monitoring and Management of Visitor Flows in Recreational and Protected Areas*. a cura di Arnberger A., Brandenburg C., Muhar A. Institute for Landscape Architecture and Landscape Management Bodenkultur University Vienna.
- Provincia di Sondrio (2007). Serie storiche, arrivi e presenze turisti nei comuni del Parco dello Stelvio della Provincia di Sondrio.
- Regione Veneto (1992). Piano Territoriale Regionale di Coordinamento (PTRC). Regione Veneto.
- Regione Veneto (2000). *Piano di Area della Laguna e dell'Area Veneziana. (PALAV)*. CIERRE, Verona.
- Sheldon P. J.; Var T. (1984). Resident attitudes to tourism in North Wales. *Tourism Management*, **5**(1), 40 – 47.
- Stabile G. (2007). Ecoturismo: 9 miliardi di fatturato, successo del workshop. <http://www.turismoefinanza.it/step.jsp?page=50893>.
- Sutherland M. (2007). Urban quality of local life as a cultural attractor In *PICTURE (Pro-active management of the Impact of Cultural Tourism upon Urban Resources and Economies)*. *Strategic urban governance framework for the sustainable management of cultural tourism*. a cura di Dumont E. European Union Publications, Bruxelles.
- Turismo e Finanza (2007). Indicatori turistici. <http://www.turismoefinanza.it/step.jsp?page=48404>.
- Turismo e Finanza (2008). Agenzia di informazione online su turismo. www.turismoefinanza.it.
- West G. R. (1999). Notes on common misconceptions in input-output impact methodology. Discussion Papers Series 262, School of Economics, University of Queensland, Australia.
- World Tourism Organization (WTO) (1983). Risks of saturation of tourist carrying capacity overload in holiday destinations. Report of the Secretary-general on the execution of the General Programme of work for the period 1982-1983.
- World Tourism Organization (WTO) (1993). Recommendations on Tourism Statistics. World Tourism Organization (WTO), Madrid.

- World Tourism Organization (WTO) (1995). Charter for Sustainable Tourism, 1995, World conference on Sustainable Tourism, meeting in Lanzarote, Canary Islands, Spain, on 27-28 April 1995. <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/charter.html>.
- World Wildlife Funds Italia, (WWF) (2003). Ecoturismo, fiore all'occhiello dei parchi. *Attenzione*, **2003**(28), 1–20.
- World Wildlife Funds Italia, (WWF) (2006). Programma ecoregione alpi.
- World Wildlife Funds (WWF) (2005). WWF European Alpine Programme. World Wildlife Funds (WWF).
- WSSD (1992). Johannesburg plan of implementation. <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/wssd-jpi.html>.

RAPPORTI SULLO SVILUPPO SOSTENIBILE DELLA FONDAZIONE ENI ENRICO MATTEI

[HTTP://WWW.FEEM.IT/FEEM/PUB/PUBLICATIONS/RAPPORTI/DEFAULT.HTM](http://www.feem.it/FEEM/PUB/PUBLICATIONS/RAPPORTI/DEFAULT.HTM)

- 1.2001 Alfonso GAMBARDELLA e Salvatore TORRISI: Nuova industria o nuova economia? L'impatto dell'informatica sulla produttività dei settori manifatturieri in Italia
- 2.2001 A. GRANZOTTO, P. FRANZOI, A. LONGO, F. PRANOVI e P. TORRICELLI: La pesca nella laguna di Venezia: un percorso di sostenibilità nel recupero delle tradizioni. Lo stato dell'arte
- 3.2001 Duccio BIANCHI, Daniela MAURI e Giuseppe SAMMARCO: Dal Bilancio sociale al Bilancio di sostenibilità: metodologie ed esperienze a confronto
- 4.2001 Giovanna LANDI, Erica SOZZI e Elena STEFANONI: La Protezione dell'aria ambiente nelle città. La disciplina per la tutela dell'aria in ambiente urbano. Casi nazionali ed europei.
- 1.2002 Roberta SALOMONE e Giorgio VICINI: La gestione ambientale d'impresa in Europa e in Italia: territori a confronto
- 2.2002 Mirko MORO e Giorgio VICINI: L'informativa ambientale nei bilanci d'esercizio: risultati di un'indagine empirica nel settore oil & gas
- 3.2002 Roberta CAMERA e Marialuca TAMBORRA: Gli accordi volontari in Italia: Risultati di un'indagine empirica
- 4.2002 Alessandro COSTA e Jan VAN DER BORG: Cluster di attività e competitività urbana. Quattro casi di studio
- 1.2003 Daniela MAURI e Teresa Dina VALENTINI: Un approccio alla rendicontazione di sostenibilità: Impostazione metodologica ed indicatori
- 2.2003 Gabriella CAMARSA: Turismo sostenibile: l'impatto ambientale provocato dalle navi da crociera e dai turisti. Azioni e metodologie
- 3.2003 A. GRANZOTTO, F. PRANOVI, S. LIBRALATO, P. TORRICELLI, D. MAINARDI: Valutazione degli effetti della pesca a livello ecosistemico in laguna di Venezia
- 4.2003 Veronica NOBILI: La responsabilità sociale e la responsabilità penale delle imprese
- 1.2004 Alberto LONGO e Paolo ROSATO: La piccola pesca nella gestione "sostenibile" delle risorse aliutiche della laguna di Venezia: un'analisi basata sulla teoria dei "commons"
- 2.2004 William MALIZIA e Dino PINELLI: I parchi scientifici e tecnologici in Piemonte
- 3.2004 Pietro CARATTI: Ansea un approccio analitico alla valutazione ambientale strategica
- 4.2004 Ilaria LENZI e Sabina RATTI: Atti del convegno terra e pace la responsabilità sociale dell'impresa agro-alimentare
- 5.2004 Alessandra GORIA e Davide ZANONI: La valorizzazione della rete dei rifugi per uno sviluppo del turismo sostenibile in montagna
- 6.2004 Ilaria LENZI e Sabina RATTI: Atti dei workshops "Dialogo con gli Stakeholders: Percorsi ed esperienze a confronto" "plusvalori"
- 1.2005 Roberta IVALDI, Rosanna DURSI, Valentina MARIN, Francesca PALMISANI e Mauro FABIANO: Indagine sul turismo in resort costieri: Percezione degli utenti delle spiagge della riviera del Beigua
- 2.2005 Nicoletta FERRO: Una panoramica sugli standard internazionali per la responsabilità d'impresa
- 3.2005 Ludovico FERRAGUTO: Dalla responsabilità ambientale alla responsabilità sociale delle imprese
- 4.2005 Ilaria LENZI e Chiara RAFFAELLI: Le origini e la natura delle fondazioni di impresa in Italia: verso la rendicontazione di responsabilità sociale
- 5.2005 Ilaria LENZI, Maria Paola MARCHELLO, Valentina MARIN e Francesca PALMISANI: La comunicazione di responsabilità sociale nelle aree protette: Il progetto parco
- 6.2005 Carlo GIUPPONI, Paolo ROSATO, Margaretha BREIL e Livio CHIARULLO: Sant'Erasmus, l'isola agricola della laguna di Venezia: Potenzialità della gestione integrata delle zone costiere (gizc) e prospettive di sviluppo
- 7.2005 Ilaria LENZI e Sabina NICOLELLA: Il caffè e la responsabilità sociale: Qualità etica e pratica di mercato a confronto
- 8.2005 Annalisa CITTERIO e Ilaria LENZI: Reti di territori, reti di responsabilità sociale
- 9.2005 Veronica NOBILI: Riflettendo sulla responsabilità sociale delle imprese: Il processo di C.S.R. come motore di crescita sostenibile delle imprese, di responsabilizzazione del mercato e di promozione e corretta attuazione della legge
- 1.2006 Nicoletta FERRO: Responsabilità sociale ed etica d'impresa, la sfida del moral divide: Globalizzazione, tra logiche globali ed esigenze locali
- 2.2006 Paolo ROSATO, Margaretha BREIL, Mila DALLAVALLE e Carlo GIUPPONI: La valutazione del miglioramento urbano nel centro storico di Venezia un approccio edonico-gerarchico
- 3.2006 Michele ROSSI: Le politiche territoriali del parco nazionale delle cinque terre: Tentativi di integrazione tra le esigenze turistiche e il patrimonio paesaggistico – culturale del più piccolo parco nazionale italiano
- 4.2006 Maria Paola MARCHELLO, Lia ORZATI e Michele ROSSI: Certificazione ambientale e comunicazione: Indagine sulla cittadinanza di quattro comuni liguri
- 1.2007 Livio CHIARULLO e Lorena ROCCA: E-governance e autosostenibilità locale: Il progetto pandora (Participatory Networks and Databases for sustainability Research and Assessment)

- 2.2007 *Samuel PENKA*: Gli strumenti volontari applicati al settore turistico: L'esempio della Liguria
- 3.2007 *Stefania MANGANO e Sara SANETTI*: Turismo e parchi: Il turista-tipo del parco naturale regionale dell'antola
- 4.2007 *Giulia MINOIA*: Evoluzione della politica agraria e della organizzazione della società rurale
- 5.2007 *Dora CASTIGLIONI*: Il governo delle acque in Italia: Analisi normativa ed istituzionale. Water management in Italy: Normative and institutional analysis
- 6.2007 *Elena LANZA, William MALIZIA e Barbara DEL CORPO*: Collaborative on-line network: Promuovere il turismo con il web 2.0
- 1.2008 *Alessio CAPRIOLO*: Il mercato dell'acqua come strumento di definizione del pricing delle risorse idriche: Analisi micro-economica per l'introduzione di un sistema di scambio di diritti di prelievo
- 2.2008 *Fabio SABATINI*: Quale capitale sociale genera fiducia? Analisi empirica su una comunità di imprenditori
- 3.2008 *Livio CHIARULLO*: E-governance e e-participation: Dalla teoria alle pratiche
- 4.2008 *Margaretha BREIL, Mariaelena CASSINELLI, Barbara DEL CORPO, Silvia GHIONE, Maria MANIERO, Grazia MARINELLI, Lorena ROCCA, Paolo ROSATO and Sara SANETTI*: Eco-Tour: Turismo ed aree protette, una questione di sostenibilità

Fondazione Eni Enrico Mattei

Corso Magenta 63 – 20123 Milan – Italy
Phone +390252036934 – Fax +390252036946
e-mail: working.papers@feem.it <http://www.feem.it>