

XXIV CONFERENZA DI SCIENZE REGIONALI

TURISMO SOSTENIBILE E SVILUPPO LOCALE: I PARCHI NATURALI

Enrico ERCOLE

Dipartimento di Ricerca sociale, Università degli Studi del Piemonte Orientale

SOMMARIO

Il diffondersi negli ultimi anni di pratiche turistiche diversificate, ma accomunate da aspirazioni e scelte di sostenibilità, è espressione di un mutamento culturale in seno alla società che ha influenzato la sfera dei valori e dei comportamenti di consumo in numerosi campi. Al turismo di massa si è affiancato un nuovo turismo: nelle destinazioni si riscontra un passaggio di interesse dalle aree costiere all'entroterra e alle aree rurali. Le modalità di soggiorno si orientano verso l'agriturismo e il *bed and breakfast*. Le attività praticate sono legate alla scoperta del luogo: dall'escursionismo, alla ricerca di prodotti artigianali e gastronomici tipici e di itinerari culturali rivolti ai beni architettonici e artistici locali.

Il parco naturale non è di per sé un prodotto turistico: lo diventa quando vengono implementati servizi complementari che soddisfano le aspettative del turista, come pernottamento e ristorazione *in loco*, servizi informativi, punti di vendita di prodotti tipici, luoghi di intrattenimento. Tali servizi possono però avere effetti negativi per la sostenibilità. Alcuni aspetti assumono particolare rilevanza per la sostenibilità dei parchi naturali: dalle strategie di destagionalizzazione alla valutazione della capacità di carico, allo sviluppo di profili professionali per la gestione delle attività interne al parco e delle attività turistiche complementari esterne al parco.

Lavoro svolto nell'ambito del Corso di Laurea in Gestione dei beni territoriali e turismo della Facoltà di Scienze Politiche dell'Università del Piemonte Orientale. Parti del lavoro sono state presentate alla *Scuola del Buon Viaggio*, Biella, settembre 2002 e alla *Conferenza su "Sostenibilità tra sviluppo e rischio ambientale"* dell'Associazione Italiana di Sociologia, Milano, maggio 2003.

1. INTRODUZIONE

Nel corso degli ultimi decenni si è diffusa l'aspettativa che lo sviluppo delle aree rurali sia legato non solo all'agricoltura, ma anche, e in misura sempre maggiore, a una serie di fattori tra i quali assume una crescente rilevanza il turismo.

Il successo del turismo nelle aree rurali si fonda su due aspetti: da una parte dipende dalla capacità delle aziende di fornire una offerta plurima (dall'ospitalità alla produzione e vendita di prodotti tipici) resa possibile dalla riconversione dalle tradizionali attività produttive agricole a un più ampio ventaglio di attività che include la produzione di prodotti finiti (ad esempio prodotti alimentari confezionati), la commercializzazione di prodotti o di servizi di ospitalità, la somministrazione di prodotti alimentari nella ristorazione, l'organizzazione di attività ricreative. Lo svolgimento di queste attività richiede peraltro all'azienda sia professionalità nuove, sia la trasformazione della struttura aziendale.

Dall'altra parte, il successo aziendale è peraltro fortemente legato alla capacità di attivare flussi turistici non solo da parte della singola azienda, ma anche da parte dell'area nella quale si colloca. Per questo motivo, accanto alla riconversione della singola azienda, sono necessarie attività di riorganizzazione del territorio nel suo complesso, indirizzate a stimolare e accogliere flussi turistici. Ed è necessaria una sinergia tra quanto viene attuato a livello aziendale e quanto viene attivato a livello collettivo. In questo senso sono importanti le collaborazioni tra operatori privati e Enti gestori di beni artistici, culturali e naturali: dai musei locali ai castelli ai parchi naturali. E' in questo scenario più ampio che si collocano le riflessioni e le iniziative riguardanti il turismo sostenibile nei parchi naturali.

2. SOSTENIBILITA' E TURISMO

E' utile partire da un chiarimento relativo al termine sostenibilità: chiarimento che nasce dall'esigenza di circoscrivere e precisare un termine rapidamente adottato dalla retorica dei mass media. Tanto rapidamente è entrato nel vocabolario dei mass media, tanto ampio è il ventaglio di significati e di problemi ai quali fa riferimento: come fanno notare Osti e Pellizzoni (2003: 230-231) il termine ha acquistato un particolare significato, quello di riconciliare simbolicamente tensioni - "sviluppo" e "sostenibilità" - che nella società moderna, e in misura maggiore nella cosiddetta società post-moderna, sono state percepite come conflittuali. Questa interpretazione apre un interessante filone di riflessioni sulla retorica dello sviluppo sostenibile che non può trovare spazio nel presente contributo, ma rappresenta un dato di scenario ineludibile per ogni riflessione sulla sostenibilità dello sviluppo.

Il concetto di sviluppo sostenibile è il punto di arrivo di un dibattito che nel corso degli anni settanta ha coinvolto istituzioni, movimenti e studiosi. La formulazione più nota è quella prodotta dalla *World Commission on Environment and Development* sotto la presidenza dell'allora primo ministro norvegese Gro Harlem Brundtland. Lo sviluppo sostenibile è

definito come “uno sviluppo che soddisfi i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri” (U.N. World Commission on Environment and Development, 1987: 71).

Da quel momento lo sviluppo sostenibile è diventato il riferimento di dibattiti in ambito scientifico e politico, oltre che di programmi di intervento. Nel corso del dibattito che si è rapidamente sviluppato, si è giunti progressivamente al chiarimento del significato del Rapporto Brundtland: per quanto riguarda la soddisfazione delle esigenze, il riferimento è non solo a quelle di sviluppo economico, ma anche a quelle di ordine sociale, culturale e politico. Per quanto riguarda poi la garanzia della possibilità di soddisfare i bisogni delle generazioni future, il riferimento è non solo alle risorse di origine naturale, ma anche al patrimonio storico-artistico e culturale (nell’ampio significato che antropologia e sociologia danno a quest’ultimo termine).

Da quanto sopra ricordato emerge anche quello che è forse il maggior pregio dell’approccio della sostenibilità, e cioè il fatto che possa esser un riferimento di livello molto generale, ma anche un riferimento per azioni immediate e concrete. Fin dall’inizio, infatti, l’obiettivo della sostenibilità ha dato l’avvio a una serie di interventi per la riduzione del consumo di risorse non riproducibili oppure di controllo dell’inquinamento

Da quanto ricordato emerge, al tempo stesso, un limite del concetto di sostenibilità, e cioè come possa dare luogo a diverse, e talora tra loro contrastanti, punti di vista, a seconda che si attribuisca maggiore rilievo alla dimensione economica, oppure a quella sociale, oppure a quella ecologica. Una traccia di questo problema si ritrova, ad esempio, nella distinzione tra sostenibilità “debole”, secondo cui i bisogni delle generazioni future possono essere soddisfatti da una quantità di beni equivalenti (facendo riferimento alla somma di beni naturali e prodotti dall’uomo) a quelli presenti, e sostenibilità “forte”, secondo cui si sottolinea la necessità di tramandare la stessa quantità e qualità di beni naturali (Muradian e Martinez-Alier, 2001, cit. in Osti e Pellizzoni, 2003, 230).

Prima di procedere all’analisi della relazione tra sviluppo sostenibile e turismo - che ha dato origine a una serie di termini quali ecoturismo, turismo verde, turismo *soft*, ecc., il cui significato è in parte sovrapposto - è utile ricordare che quanto vedremo deve essere collocato all’interno di un quadro di riferimento più generale, relativo allo stato attuale e alle recenti dinamiche del settore turistico in generale.

Negli ultimi decenni il turismo ha assunto una crescente importanza come settore in grado di assicurare forti tassi di crescita economica e con una rilevante ricaduta sullo sviluppo locale. La crescente importanza del turismo deriva da una serie di fattori: in primo luogo, a fronte della crisi e ristrutturazione del settore industriale degli anni Settanta, il turismo negli stessi anni si è dimostrato un settore dinamico sia dal lato della domanda sia dal lato

dell'occupazione. Da una parte è cresciuta sia la dimensione internazionale (secondo le stime dell'Organizzazione Mondiale del Turismo i flussi internazionali passeranno da 564 milioni del 1995 a 1.603 milioni nel 2020) sia quella interna ai singoli paesi. Dall'altra parte il risultato in termini occupazionali è importante, in quanto si tratta di un settore a forte presenza di piccole imprese e ad alta intensità di forza lavoro. Il "Gruppo di Alto Livello sul turismo e l'occupazione" istituito dalla Commissione Europea e composto da imprenditori ed esperti del settore provenienti da tutti gli Stati membri, ha stimato in circa 9 milioni di unità l'occupazione nel settore turistico nei paesi dell'Unione Europea a metà degli anni Novanta, pari al 6% dell'occupazione. Per il 2010 la stessa fonte prevede un incremento valutabile dai 2,2 ai 3,3 milioni di occupati.

In secondo luogo alla crescita quantitativa si è affiancata a una trasformazione qualitativa. Al turismo di massa, tipico degli anni Sessanta e Settanta, è subentrato un turismo più individualizzato e segmentato, come ad esempio il turismo culturale, quello rurale, quello sportivo. Diverse rispetto al passato sono le fasce della popolazione interessate al turismo (si pensi ad esempio al rilievo assunto dal turismo degli anziani), e pertanto diverse sono le esigenze a cui l'operatore turistico deve dare una risposta adeguata.

In terzo luogo la crescita del settore turistico rimanda a un importante aspetto di natura economica, ma anche sociale: nel settore del turismo l'attivazione delle risorse locali è diventato un passaggio per forza di cose ineludibile, in quanto il turismo consiste nella vendita di un prodotto che è al tempo stesso locale e unico, strettamente legato al paesaggio, alla storia, alla cultura del luogo. In tal modo si è determinata una diffusione territoriale del turismo, rispetto al modello turistico fortemente accentrato nei luoghi del turismo di massa degli anni Settanta, che ha portato al coinvolgimento di zone una volta marginali, come ad esempio le aree rurali.

Per queste ragioni nell'ultimo decennio il turismo è indicato come un fattore chiave nelle politiche di sviluppo territoriale, sia a livello nazionale che a livello comunitario.

A metà degli anni Novanta la Commissione Europea indica il turismo come uno dei diciassette comparti che presentano potenzialità inutilizzate da valorizzare per quanto riguarda l'occupazione (Commissione Europea, 1995). Nello stesso periodo numerose iniziative riguardanti il turismo sono presenti nell'ambito dei programmi dei Fondi Strutturali e delle Iniziative Comunitarie per il 1994-1999 (Commissione Europea, 1997). Le linee direttrici per il periodo 2000-2006 fanno nuovamente riferimento al turismo, e in particolare si raccomanda di sostenerlo attraverso adeguate iniziative riguardanti l'istruzione professionale, la cooperazione tra pubblico e privato, le infrastrutture e il potenziamento della dimensione culturale del turismo (Commissione Europea, 1999). In ambito nazionale si ricordi poi come il settore turistico abbia ricevuto riconoscimento nei Patti Territoriali, e come si sia giunti alla

definizione dei “Sistemi turistici locali” che favoriscano la valorizzazione delle risorse culturali, ambientali, artigianali dei territori (Mercuri Srl, 2000).

3. IL TURISMO SOSTENIBILE

Come sopra ricordato, il turismo è cresciuto in modo esponenziale negli ultimi trent'anni ed è destinato a diventare l'attività economica principale dell'Unione Europea in tempi brevi. La domanda di valori turistici è soprattutto, anche se non esclusivamente, domanda di beni ambientali e culturali (il clima, la natura, le tradizioni, il patrimonio storico e artistico). Per poter cogliere nel lungo periodo le opportunità di reddito e occupazione legate allo sviluppo turistico è necessario, peraltro, rendere il turismo un elemento di valorizzazione e non di consumo della qualità dei territori. La tutela e la valorizzazione delle diversità culturali e naturali, cioè di tutte quelle risorse non trasferibili e specifiche al territorio, stanno diventando in misura crescente una variabile strategica per competere sui mercati sempre più globalizzati e standardizzati. La pura logica dello sfruttamento delle risorse e della riduzione dei costi, infatti, alla lunga non paga, producendo solo una pericolosa *race to the bottom*.

Proprio per questa ragione è fondamentale che il turismo gestisca il proprio sviluppo in modo più responsabile: la conservazione di questi beni può infatti essere minacciata da uno sviluppo eccessivo e incontrollato dell'attività turistica: in modo paradossale il turismo può distruggere il turismo, in quanto è in grado di creare sviluppo economico ed occupazione ma, al tempo stesso, se mal gestito può essere una grande fonte di gravi problemi ambientali (dall'inquinamento dell'acqua e dell'aria all'erosione dei suoli) e sociali (conflitti tra popolazioni locali, operatori turistici e turisti).

Le attività turistiche di massa hanno infatti costituito in misura crescente nel corso degli anni una fonte di impatto e deterioramento ambientale. Anche come reazione ai casi più eclatanti di deterioramento ambientale è nata e si è diffusa la coscienza della necessità di intervenire sugli aspetti negativi del turismo attraverso iniziative di vario tipo, dallo stabilire un “numero chiuso” all'introduzione di “ingressi a pagamento” per limitare le presenze e finanziare i costi degli interventi. Gli interventi regolatori sono particolarmente importanti nel settore del turismo, nel quale le risorse che rappresentano la principale materia prima per la funzione produttiva e che giocano un ruolo fondamentale nel determinare il grado di attrazione di una località turistica e la sua riuscita sotto l'aspetto economico sono, nella maggior parte dei casi, non riproducibili.

Nel dibattito internazionale, l'attenzione ecologica nel settore turistico si concretizza a seguito del “Rapporto Bruntland” quando l'OMT/WTO fornisce la definizione di “turismo sostenibile” come la forma di turismo che “va incontro ai bisogni dei turisti e delle aree ospitanti attuali e allo stesso tempo protegge e migliora le opportunità per il futuro. Esso deve essere il principio guida per una gestione delle risorse tale che i bisogni economici, sociali ed

estetici possano essere soddisfatti e contemporaneamente possano essere preservati l'integrità culturale, gli equilibri fondamentali della natura, la biodiversità e il sostegno al miglioramento della qualità di vita".

Un ulteriore passo importante per le politiche di turismo sostenibile è stato la nascita dell'Agenda 21 per l'industria del turismo, seguita all'approvazione al Summit mondiale del 1992 di Rio dell'Agenda 21 che impegnava i Paesi firmatari a operare per uno sviluppo sostenibile nei vari settori.

4. ECOTURISMO, TURISMO RURALE, TURISMO NATURALISTICO

L'Organizzazione mondiale del turismo ha formulato la seguente definizione di ecoturismo: "un turismo in aree naturali che deve contribuire alla protezione della natura e al benessere delle popolazioni locali". Per Turismo naturalistico si intendono, invece, "tutte le tipologie di turismo per il quale la motivazione principale dei turisti è l'osservazione e l'apprezzamento della natura e delle culture tradizionali". Mentre in quest'ultima definizione si parla di una vacanza in cui si fruisce delle caratteristiche naturali e culturali di una zona senza troppa consapevolezza dell'impatto che il turismo può avere su di essa, in quella di ecoturismo, invece, si delinea la figura del turista responsabile del proprio ruolo.

Il termine turismo rurale indica, invece, quel turismo che viene praticato lontano sia dalle tradizionali mete balneari e montane, sia dalle città d'arte. Per molto tempo lo spazio rurale è stato un luogo turistico di second'ordine, utilizzato da coloro che avevano scarse disponibilità di spesa e che non potevano accedere ai luoghi turistici più desiderabili (Stroppa, 1976; Barberis, 1979; Savelli, 1989). In anni recenti è emersa una "nuova" popolazione turistica in ambito rurale, caratterizzata da maggiore capacità e propensione di spesa, maggiori aspettative nell'organizzazione del tempo libero, atteggiamento diretto a cogliere gli aspetti del tipico e dell'autentico dell'esperienza rurale (sia riguardo all'ambiente sia alla cultura), richiesta di un maggiore *comfort*, durata limitata del soggiorno ma con nomadismo entro la stessa area (Savelli, 1993-94, 163-164; Martinengo e Savoia, 1999, 65-71).

Il turismo rurale si fonda su due aspetti, quello naturalistico-paesaggistico e quello culturale, che sono tra di loro strettamente legati sia nelle aspettative del turista, sia nelle iniziative messe in atto dall'offerta turistica. Per quanto riguarda il primo aspetto ci limiteremo a ricordare le numerose iniziative finalizzate, ad esempio, alla gestione paesaggistica dell'ambiente rurale attraverso azioni che vanno dalla conservazione di manufatti particolari non più funzionali per la produzione agricola in quanto tale ma di notevole valenza estetico-culturale, quali edifici in disuso, muretti a secco, terrazzamenti, sentieri, siepi e fossati al "controllo" dei terreni incolti, dalla protezione delle zone naturali sensibili attraverso interventi di bioingegneria, di rimboschimento o selezione della vegetazione esistente alla creazione di zone idonee al ripopolamento di specie animali minacciate o la creazione di aree

protette o oasi verdi finalizzate all'attività didattica, di formazione ambientale o di studio e osservazione della flora e della fauna.

Dalle indagini condotte nel 2001 per la redazione del "Primo rapporto sull'ecoturismo in Italia" per il WTO da Ecobilancio Italia risulta che fra i turisti ancora prevale la prima definizione ovvero la ricerca di un'esperienza ricca di contenuto a livello sociale, culturale ed ambientale. La quota dell'ecoturismo in Italia è stimata intorno al 2% del mercato turistico globale, con potenziali di crescita annua del 20%. Dal punto di vista dell'offerta si tratta di un alto numero di piccoli operatori (specializzati in turismo naturalistico ed ecoturismo, associazioni, ONG) e un numero ristretto di grandi tour operator tradizionali che stanno ampliando l'offerta tradizionale proponendo attività ecoturistiche o naturalistiche all'interno dei propri pacchetti. Per quanto riguarda il volume d'affari, nessun tour operator ha indicato un ribasso nel 2001 del proprio volume d'affari, ma anzi l'83% indica che è aumentata l'offerta in generale, il 69% dichiara che ha aumentato l'offerta per il turismo naturalistico e il 54% dice di aver aumentato l'offerta per l'ecoturismo. Un indicatore rappresentativo è senz'altro dato dall'agriturismo, sintesi di tutti i tipi di offerta dell'ecoturismo, il cui giro d'affari aumenta ogni anno del 20-25% .

La maggior parte degli operatori crede che ci sarà un'evoluzione positiva del mercato dell'ecoturismo nei prossimi anni. In particolare, il 92% degli operatori vede una forte crescita per le vendite di pacchetti ecoturistiche in tutto il mondo (compresa l'Italia). Anche per il mercato italiano ci sono delle forti aspettative di crescita per l'82% degli operatori.

Per quanto riguarda la domanda, l'ecoturista italiano è mediamente giovane, con un'età compresa tra i 25 ed i 34 anni (55%), lavora nel terziario, ha un buon livello di istruzione (48% diploma, 45% laurea) e preferisce organizzare in maniera indipendente le proprie vacanze(62%). Il 54% degli ecoturisti ha dichiarato di essere disposto a spendere tra i 500 Euro ed i 1500 Euro per una vacanza ecoturistica che, nel 29% dei casi, acquista tramite i tour operator e le agenzie di viaggi come pacchetti già pronti, mentre il 66% organizza il viaggio in maniera indipendente comprando (anche via Internet) e assemblando i diversi servizi turistici.

Va comunque segnalato che se accanto al turismo di massa sono nate forme di turismo ad esso alternativo, è altresì vero che anche l'industria turistica tradizionale ha iniziato a riflettere sui mutamenti socioculturali in atto: da parte dei Tour Operator internazionali e nazionali è emersa la necessità di ripensare i propri modelli e le strategie di sviluppo e di innovare il proprio prodotto turistico nella direzione della sostenibilità sociale ed economica e della qualità ambientale del territorio.

La nuova sensibilità del mercato verso prodotti turistici sostenibili ha alle spalle un importante dibattito, avvenuto nelle sedi dei principali organismi internazionali del turismo, in grado di orientare le politiche pubbliche e private a livello sovranazionale. Negli ultimi anni si è sviluppata una riflessione da parte di istituzioni internazionali e nazionali, studiosi, rappresentanti del mondo dell'associazionismo e dell'imprenditoria. Tra le iniziative a livello internazionale del recente passato ricordiamo:

- la Conferenza internazionale di Lanzarote (1995),
- la Conferenza internazionale di Calvià (1997),
- il Congresso internazionale di Sant Feliu de Guixols organizzato dalle associazioni del volontariato dell'area mediterranea (1998),
- il lavoro prodotto dal *World Tourism Organisation*, in particolare il Codice Globale di Etica per il Turismo (adottato nel 1999),
- il lavoro svolto dall'UNEP con il *Mediterranean Action Plan on Tourism* con le Indicazioni formulate dalla Commissione per lo Sviluppo Sostenibile del Mediterraneo adottate dalle parti contraenti alla *Convention* di Barcellona (1999),
- i lavori della "Iniziativa dei Tour Operator per lo Sviluppo Sostenibile del Turismo", nata durante la VII sessione della Commissione sullo Sviluppo Sostenibile (New York 1999) come risultato di una collaborazione tra i Tour Operator, l'UNEP, l'UNESCO e l'OMT al fine di promuovere il turismo sostenibile,
- la Carta di Rimini del giugno 2001, che presenta raccomandazioni e proposte orientate all'azione.

Uno strumento ormai ampiamente utilizzato per perseguire lo sviluppo turistico delle aree rurali e delle aree naturali è il marketing territoriale (Peroni, 1998; Caroli, 1999). Esso mira ad azioni indirizzate allo sviluppo turistico di un'area, quali la determinazione del target, l'elaborazione delle caratteristiche del luogo e della loro immagine, l'individuazione dei punti di forza e di debolezza dell'area. A conclusione di un'analisi di questo tipo, si può giungere alla costruzione di un piano di sviluppo integrato. Pur essendo riconosciuto come fondamentale, l'approccio integrato allo sviluppo locale resta nella pratica ancora poco applicato. Nel passato, infatti, il sistema istituzionale ha operato attraverso una forte caratterizzazione settoriale e con uno scarso coordinamento sia tra le iniziative sia tra i soggetti. L'utilizzo di un approccio diverso e innovativo nell'ambito della programmazione richiede pertanto, per divenire prassi comune, non soltanto del tempo ma anche un grande sforzo culturale e organizzativo. Lo sviluppo integrato, infatti, presuppone un rovesciamento di approccio alla promozione dello sviluppo, che viene ad essere caratterizzato da: azione sinergica e sistemica di settori economici; concertazione tra i soggetti; coordinamento tra i diversi strumenti finanziari; utilizzo congiunto di diversi supporti e servizi. Si tratta di un processo per molti aspetti nuovo, che richiede la sperimentazione e il consolidamento di

“nuove prassi”, e che trova il presupposto di fondo nella considerazione che l’integrazione delle risorse locali può facilitare il superamento degli ostacoli che spesso si frappongono alla realizzazione del programma di sviluppo locale aumentando, al tempo stesso, gli effetti dei programmi stessi sul territorio.

Le strategie costruite seguendo le modalità sopra ricordate possono svolgere un ruolo importante, da una parte, di raccordo tra patrimonio presente, accumulato nel passato, e idea di futuro e, dall’altra parte, di integrazione tra la pluralità degli interessi dei vari attori locali dello sviluppo. Lo sviluppo locale diventa pertanto negoziazione tra attori (locali e sovralocali) dello sviluppo, fondata su una visione condivisa del futuro dell’area. Si tratta di aspetti sui quali si è concentrata la riflessione delle varie discipline che si sono interessate negli ultimi decenni al tema dello sviluppo locale, dalla sociologia all’economia, alla politologia (Bagnasco, 1994; Pichierri, 1995; Mela, 1996; Dematteis, 1997, Mayntz, 1999; Trigilia, 1999). Ciò è particolarmente importante per il turismo rurale e naturale, a ragione della tradizionale difficoltà a cooperare in modo innovativo in ambito rurale e della scarsa visibilità dei prodotti turistici rispetto a quelli “tradizionali” del turismo marino e montano e delle città d’arte.

Si noti come la progettazione e realizzazione di questo genere di interventi abbia evidenziato come le tematiche dello sviluppo (e anche del turismo) sostenibile siano inefficaci se il rispetto dell’integrità del territorio nell’ottica di un turismo sostenibile non è in grado di generare, allo stesso tempo, un maggior senso di appartenenza al territorio da parte della comunità locale. A questo proposito si richiama l’attenzione sul fatto che, qualsiasi sia la prospettiva che si voglia percorrere, la condizione decisiva per la valorizzazione di un’area, pena l’instaurarsi di dinamiche conflittuali tra i vari *stakeholder*, è l’elaborazione di un’identità culturale riconoscibile, condivisa e comunicabile.

Per il successo di queste iniziative è inoltre cruciale verificare l’atteggiamento di disponibilità della popolazione nel suo complesso verso azioni che in alcuni casi possono essere giudicate negativamente dall’ambiente locale; infatti, in una realtà come quello rurale che cambia con lentezza e diffidenza i modelli culturali assorbiti, lo sviluppo economico e sociale viene ancora considerato indissolubile dall’adozione di sistemi produttivi intensivi e dalla realizzazione di interventi infrastrutturali e insediativi improntati su un modello in forte antitesi con la visione “ecologica”, giudicata frutto di bisogni e idee di un mondo urbano, ricco ed elitario, estraneo ai problemi agricoli (Inea, 1996 e 1997).

Le iniziative connesse alla conservazione della natura e dei beni culturali e all’utilizzazione economica dei benefici diretti o indiretti da questi sviluppati potranno avere successo soltanto se consapevolmente accettate ed attuate dal basso. Si tratta di proporre nuovi modelli di identità locale; di recuperare e valorizzare le risorse culturali e le tradizioni locali, di migliorare le capacità di pianificazione, di controllo e di valutazione nel campo ambientale

degli amministratori, pubblici e privati, delle comunità locali; di promuovere all'esterno l'immagine dell'area rurale puntando sulle qualità ambientali e culturali.

La nozione di "sviluppo locale" è dunque legata ad una crescita economica prodotta "dal basso", concertata e condivisa dai vari attori economici, istituzionali e sociali presenti nell'area.

In particolare, la dimensione reticolare è un utile strumento per raggiungere obiettivi difficilmente raggiungibili dai singoli attori. Ci limiteremo qui a ricordare, tra gli esempi legati agli aspetti culturali, demo-folclorici ed eno-gastronomici del turismo, iniziative di rete presenti (talora da molti anni) nel territorio preso in esame più avanti, quali "Castelli Aperti", che raggruppa oltre sessanta castelli e monumenti nelle province di Alessandria, Asti e Cuneo, aperti al pubblico nelle domeniche da maggio a ottobre con visite guidate (Consorzio Langhe Monferrato Roero, s.d.); "Cascine Aperte", che raggruppa una ventina di aziende agricole delle colline di Langhe e Roero, che nelle domeniche di giugno accolgono i visitatori che "potranno riscoprire il piacere dell'ospitalità contadina, le tradizioni di campagna, degustare prodotti agricoli, partecipare a cene e feste sull'aia" (Cascine Aperte, s.d.), "Città Aperte", che raggruppa una decina di paesi delle Langhe e del Roero che nelle domeniche di giugno a turno si "aprono" ai visitatori con un programma di rievocazioni storiche, visite guidate ai beni artistici e architettonici, degustazioni di prodotti eno-gastronomici locali, le reti di musei locali (come il sistema museale della provincia di Alessandria e la rete museale di Roero-Monferrato).

In questo nuovo scenario dell'ecoturismo, del turismo naturalistico e del turismo rurale si collocano e svolgono un ruolo rilevante i fattori ambientali e naturalistici. Essi sono caratterizzati da forti legami con il territorio inteso nel senso più ampio del termine che racchiude società, economia, identità locale, cultura.

5. PARCHI NATURALI E TURISMO

Tra parchi e turismo si è nel tempo sviluppato una stretta relazione. Nati negli Stati Uniti (Yellowstone viene istituito nel 1872) con intenti conservazionistici, da subito diventano centri di attrazione turistica (è il caso delle cascate del Niagara). In Europa i primi parchi sono istituiti all'inizio del Novecento in Svezia e Svizzera; il primo parco nazionale italiano è il Parco del Gran Paradiso, istituito nel 1922 da una ex riserva di caccia della famiglia reale con lo scopo di salvaguardare dall'estinzione lo stambecco, seguito dal Parco Nazionale d'Abruzzo (1923), da quello del Circeo (1934), dello Stelvio (1935). Solo dopo trent'anni viene istituito il quinto parco, quello della Calabria (1968). Questi cinque parchi costituiscono i cosiddetti parchi "storici", sia riguardo all'arco temporale in cui si colloca la loro genesi, sia perché successivamente vi fu un mutamento di prospettive sul tema delle aree protette. In

particolare si passò da un concetto di conservazione della natura di sapore elitario e accademico, in cui il bene naturale era considerato importante per l'estetica e il decoro del paesaggio, all'idea dell'area protetta come espressione di un problema ambientale globale in grado di influenzare le politiche pubbliche sull'economia e la gestione delle risorse. Il testo che documenta l'avvenuto mutamento di prospettive è rappresentato dalla legge 394 del 1991, la cosiddetta legge-quadro sulle aree protette (per una storia dei parchi italiani e della legislazione ad essi dedicata si veda Beato, 2000: 42-53; 66 ss). Attualmente le aree protette (comprendenti parchi nazionali, riserve nazionali, parchi regionali, riserve regionali, aree protette marine) in Italia sono oltre 750 per un totale di oltre tre milioni di ettari pari al 10% del territorio nazionale e a cinque ettari e mezzo per 100 abitanti (Federparchi, 2003; Beato, 2000: 47). Si ricorda come nel corso del tempo si sia passati dal primo modello americano dell'Ottocento a una più varia tipologia di aree protette; accanto al modello conservazionista si è affermato il modello basato sul concetto di sviluppo sostenibile, che vede nel turismo un elemento importante nel concorrere al miglioramento delle condizioni delle economie locali nelle aree protette. Accanto a questo fine, il turismo concorre ad un secondo fine collegato al primo, e cioè al contenimento dei conflitti tra aree naturali e comunità locali.

Il turismo ambientale in Italia, diversamente da altre realtà, è attualmente un aspetto minoritario del turismo nel suo complesso. Mentre negli Stati Uniti e in Canada il numero di visitatori dei parchi è superiore alla popolazione (nel 1996 sono stati rispettivamente 270 e 26 milioni) in Italia sono meno di un quinto (10 milioni). Il turismo naturalistico rappresenta circa il 2% del turismo nel suo complesso e per circa l'80% è costituito da turismo locale, regionale o interregionale (Pigozzi, 2000).

A fronte di questa situazione, gli operatori del settore individuano una potenzialità dei parchi nel loro complesso nel costruire un vero e proprio "prodotto" e non solo, come adesso, un'offerta integrativa o un valore aggiunto, confortati dalla forte crescita (dal 20 al 30%, dieci volte più la della crescita media del settore turistico nel suo complesso).

Le strategie individuate per perseguire questo fine sono molteplici: da una serie di iniziative rivolte all'interno dei parchi, al loro territorio ed agli operatori, a iniziative rivolte all'esterno (in particolare verso i visitatori potenziali), a una politica di marca. E' inoltre ben presente la necessità di utilizzare strumenti di comunicazione e costruzione del "prodotto" tipici delle attività di marketing, ma è altresì chiaro che queste attività debbano essere progettate in modo originale e non essere la mera replica di tecniche di marketing utilizzate nel marketing delle aziende turistiche. Come tempo fa si trattò di conciliare i Parchi con l'attività agricola, si tratta ora di conciliare i Parchi con l'industria turistica seguendo il modello del turismo sostenibile.

Dopo aver delineato lo scenario ampio nel quale si colloca il turismo naturalistico e l'attività dei Parchi nell'ambito turistico, abbiamo proceduto a uno studio di caso prendendo come

oggetto di studio le aree naturali gestite dall'Ente di gestione dei Parchi e delle Riserve Naturali Astigiani. Si ricordi che in Piemonte ci sono due Parchi Nazionali (parte del Parco Nazionale del Gran Paradiso e il Parco Nazionale della Valgrana), due Riserve Nazionali, 24 Parchi Regionali e 49 Riserve Naturali Regionali

Costituito all'inizio degli anni Novanta, l'Ente gestisce tre aree distinte: il Parco naturale di Rocchetta Tanaro, La Riserva Naturale Speciale di Valleandona e Val Botto e la Riserva Naturale Speciale della Val Sarmassa, estese per un totale di 650 ha e tutte ricomprese nel territorio della provincia di Asti. La sede dell'ente è in Asti, con tre sedi operative nelle tre aree.

Si tratta di aree contraddistinte dal paesaggio collinare tipico dell'astigiano, che danno rifugio a numerose specie faunistiche (volpe, donnola, scoiattolo, tasso). Il Parco naturale di Rocchetta Tanaro è stato istituito nel 1980 e il suo valore naturalistico è costituito dal bosco (un querceto misto). La Riserva Naturale Speciale di Vallenadona e Val Botto, istituita nel 1985 è costituita da due valli e ha lo scopo principale di salvaguardare il patrimonio paleontologico (conchiglie e resti di animali marini e terrestri che risalgono al periodo pliocenico quando il mare occupava tutta la Pianura Padana. La Riserva Naturale della Valsarmassa, istituita nel 1993, ha lo scopo di tutelare una zona prevalentemente boschiva con scarse presenze antropiche.

Le aree presentano una serie di servizi: aree attrezzate per *picnic*, aree attrezzate per disabili, centro visita, aula didattica, biblioteca, ostello, capanno, visite guidate, attività didattiche, sentieri autoguidati, percorsi per non vedenti, percorsi ciclabili, percorsi per mountain-bike, percorsi a cavallo, percorsi ginnici

L'Ente organizza direttamente e collabora a manifestazioni con altri Enti, associazioni, all'intero o all'esterno delle aree potette. Nel corso del 2003 le manifestazioni sono state rispettivamente 31 e 35, nel corso del 2002 rispettivamente 10 e 12.

I visitatori sono stati quasi 32.000, di cui 5.000 nella Riserva di Valleandona (dove l'accesso è limitato alle visite guidate per ragioni legate alla conservazione del patrimonio paleontologico) e i rimanenti 27.000 (stimati) nel Parco di Rocchetta e nella Riserva della Valsarmassa, dove l'accesso è libero. E' stato stimato che due terzi dei visitatori sono giovani sotto i vent'anni. Per quanto riguarda le visite guidate, si valuta che vi abbiano partecipato oltre 10.000 visitatori, dei quali quasi l'85% costituito da giovani sotto i vent'anni (di cui poco più di un terzo provenienti dai comuni del Parco). Tre quarti delle visite sono state gestite dal personale del interno, le rimanenti da cooperative o gruppi di volontari.

Per quanto riguarda le attività di educazione ambientale e di ricerca scientifica, nel corso del 2002 ci sono state rispettivamente 6 (rivolte a un ampio ventaglio di utenti, dalle scuole elementari alla formazione continua) e 8 iniziative (in collaborazione con vari soggetti: Università, Enti locali, ARPA, Museo Regionale di Scienze Naturali, Gruppo di Azione Locale dell'Iniziativa Comunitaria Leader). Oltre alla pubblicazione di materiale divulgativo,

sono stati pubblicati un volume della collana didattica, un volume della collana scientifica, una pubblicazione fuori collana, oltre alla realizzazione di un video e di due CD musicali.

L'Ente partecipa alla rete dei Parchi italiani, che gestisce in comune un sito internet (www.parks.it) e organizza un convegno annuale dei Parchi e delle Aree Protette (Parco Produce) e vari incontri (seminari, conferenze). Al tempo stesso è soggetto della rete locale di Enti, scuole e associazioni: la quasi totalità delle manifestazioni vedono la collaborazione di più soggetti. E' interessante rilevare come molte delle iniziative organizzate direttamente dall'Ente siano legate non solo ad aspetti naturalistici o scientifici, ma all'ambito culturale, come la rassegna teatrale "Naturalmente Arte", la manifestazione musicale "Canté Bergera". Numerose sono inoltre le manifestazioni che vedono la partecipazione degli Enti locali o sono rivolte alle popolazioni sul cui territorio insistono le aree protette.

L'attività legata alle manifestazioni è peraltro affiancata da attività di tipo sociale, come la collaborazione con il SerT e con il Servizio di igiene mentale dell'Asl di Asti che vede la partecipazione ad attività nelle aree protette di utenti dei due servizi.

Vi sono, infine, due grandi progetti in corso di realizzazione: l'ampliamento dell'Area protetta do Valleandona, entro la fine dell'anno, che porterà al raddoppio delle aree gestite dall'Ente, e la realizzazione del Museo Paleontologico, nella sede in comodato dall'Agenzia Territoriale per la Casa (ATC) di Asti il cui primo lotto sarà assegnato entro la fine dell'anno e di è prevista l'inaugurazione a fine 2005 - inizio 2006.

Le realizzazioni di un Ente peraltro non di grande dimensione (sia per la superficie delle aree protette, sia per il personale (12 dipendenti su una pianta organica di 15) sin per il bilancio (meno di 750.00 Euro di trasferimenti, fondi da privati e associazioni e autofinanziamento) inducono a una serie di riflessioni relative ai fattori di successo indicati nella letteratura scientifica sul turismo rurale e sui parchi.

Il caso esaminato conferma l'importanza della gestione partecipata, vale a dire quella forma di partecipazione in grado di far interagire positivamente l'attività di governo locale con quella della gestione delle aree protette. I vantaggi di una gestione congiunta sono elevati per entrambi gli attori coinvolti (Gambino, 1997 e Beato, 2000)

Riguardo alle comunità locali, i vantaggi si identificano in un mutamento di prospettiva, con il passaggio da una situazione di marginalità (reale e percepita) a livello gestionale a quella maggiormente attiva della co-partecipazione. Di fatto le comunità sempre più di frequente considerano le aree protette un'occasione di sviluppo socioeconomico anziché, come spesso è accaduto in passato, uno svantaggio e un vincolo economico.

Riguardo gli enti di governo, i vantaggi consistono nella possibilità di avvalersi del coinvolgimento attivo della popolazione locale nei processi di pianificazione e gestione, pur riservandosi la funzione di controllo.

Il turismo sostenibile potrebbe rappresentare la mediazione tra valori ambientali (di primario interesse degli enti di governo delle aree naturali) e valori economici (cui sono immediatamente sensibili le comunità).

Da queste riflessioni conducono a un punto importante per la sostenibilità delle aree naturali: un'area protetta non è di per se stessa un prodotto turistico. Essa lo diventa una volta che vengano implementati alcuni servizi complementari alla visita del parco. Ma non tutte le aspettative del turista possono e devono essere soddisfatte dall'area protetta: si pensi ad esempio al pernottamento e la cena in loco (in modo da poter prolungare l'esperienza nella natura uno o più giorni); alla presenza di servizi informativi e di luoghi di intrattenimento; alla presenza di punti vendita di prodotti tipici; alla ristorazione legata alla gastronomia locale. Una gestione congiunta permette all'area protetta di rimanere tale, demandando agli spazi delle comunità locali la localizzazione dei servizi turistici in grado di fare dell'area protetta un prodotto turistico integrato, che soddisfa attraverso attori differenti le aspettative naturalistiche e turistiche dei visitatori.

Accanto al tema più ampio della gestione partecipata (Quattrone, 2003) altri aspetti più specifici sono indicati nella letteratura come fattori cruciali al fine della sostenibilità delle aree naturali: dalla pianificazione delle politiche di trasporto (sia riguardo al percorso di raggiungimento della destinazione, sia legata al traffico interno) alle strategie di stagionalizzazione (al fine di ridurre le forti pressioni antropiche legate al periodo delle vacanze estive), dall'individuazione di sottoaree o di periodi dell'anno "fragili" all'interno dell'area protetta (in modo da variare il livello degli impatti turistici a seconda del periodo dell'anno e delle zone) allo sviluppo di profili professionali da impiegare per la gestione diretta delle attività del parco e per le attività turistiche complementari esterne al parco (come ad esempio il park manager, il naturalista, l'organizzatore dei centri visita, il ranger/guida naturalistica, il responsabile dell'educazione ambientale).

Ringraziamo Gianfranco Miroglio, Presidente dell'Ente gestione Parchi e Riserve Naturali Astigiani, e Paolo Capello, Direttore f.f., per la preziosa collaborazione.

Bibliografia

- Ashworth G.J. (1995) Environmental Quality and Tourism and the Environment, in Coccossis H. e Nijkamp P. (a cura di) *Sustainable Tourism Development*, Avebury, Aldershot.
- Bagnasco A. (1994) Il campo dell'analisi localizzata, in Bagnasco A. e Negri N., *Classi, ceti, persone. Esercizi di analisi sociale localizzata*, Liguori, Napoli, 13-38.
- Barberis C. (1979) *Per una sociologia del turismo*, Angeli, Milano.
- Beato F. (2000) *Parchi e società. Turismo sostenibile e sistemi locali*, Liguori, Napoli.
- Caroli M.G. (1999) *Il marketing territoriale*, Angeli, Milano.
- Catton W.R. e Dunlap R.E. (1978) Environmental Sociology: A New Paradigm, *The American Sociologist*, 13.
- Commissione Europea (1995) Una strategia europea per incoraggiare le iniziative locali di sviluppo dell'occupazione, COM(95) 237 def.
- Commissione Europees (1997) Relazione della Commissione sulle azioni comunitarie concernenti il turismo (1995/96), COM (97) 332 def.
- Commissione europea (1999) Rafforzare il potenziale del turismo per l'occupazione. Seguito delle conclusioni e raccomandazioni del Gruppo ad Alto Livello su turismo e occupazione. Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento europeo, al Comitato economico e sociale e al Comitato delle regioni, COM(1999) 205 def.
- Commissione Europea - DG XXIII (1998) Turismo europeo e nuove forme di partenariato per l'occupazione. Conclusioni e raccomandazione del Gruppo ad Alto Livello su Turismo ed Occupazione.
- Dematteis G. (1997) Proiezione europea e coesione regionale dei sistemi urbani italiani, in Dematteis G. e Bonaverio P. (a cura di), *Il sistema urbano italiano nello spazio unificato europeo*, Il Mulino, Bologna, 347-369.
- Mercury Srl (2000) Decimo rapporto sul turismo in Italia, Touring University Press, Milano.
- Ente gestione Parchi e Riserve Naturali Astigiani (2003a) Calendario delle manifestazioni, Asti, 2003, mimeo
- Ente gestione Parchi e Riserve Naturali Astigiani (2003b) Relazione annuale attività Anno 2002, Asti, mimeo
- Gambino R. (1991) *I parchi naturali. Problemi ed esperienze di pianificazione ambientale*, La Nuova Italia Scientifica, Roma.
- Gambino R. (1994) *I parchi naturali europei. Dal piano alla gestione*, La Nuova Italia Scientifica, Roma.
- Gambino R. (1977) *Conservare Innovare. Paesaggio, ambiente, territorio*, Utet, Torino.
- Inea (1996) Lo sviluppo rurale. Turismo rurale, agriturismo, prodotti agroalimentari, *Quaderno informativo Leader II*, 4.
- Inea (1997) Lo sviluppo rurale. L'ambiente come risorsa per lo sviluppo integrato delle aree rurali, *Quaderno informativo Leader II*, 5.

- Ires-Piemonte (1990) *Qualità ambientale e domanda di verde pubblico in Piemonte*, Ires-Piemonte, Torino.
- La Rocca R.A. (2002) Sviluppo turistico e governo del territorio: elementi per la definizione di ipotesi di compatibilità, in Pre-prints della XXII Conferenza di Scienze Regionali, Reggio Calabria, CD-Rom.
- Martinengo M.C. e Savoia L. (1999) *Il turismo dell'ambiente*, Guerini, Milano.
- Mayntz R. (1999) La teoria della *governance*: sfide e prospettive, *Rivista italiana di scienza politica*, 1, 3-21.
- Mela A. (1996) *Sociologia delle città*, Carocci, Roma.
- Mela A., Belloni M.C. e Davico L. (1998) *Sociologia dell'ambiente*, Carocci, Roma.
- Muradian R. e Martinez –Alier J. (2001) Trade and the Environment: From a “Southern” Perspective, *Ecological Economics*, 36: 281-297.
- Nocifora E. (2001) *Itineraria. Dal Grand Tour al turismo postmoderno*, Le Vespe, Milano.
- Nocifora E. (2002) L'insostenibile leggerezza del turismo, *La rivista del turismo*, 6, 43-51.
- Osti G. (1992) *La natura in vetrina: le basi sociali del consenso per i parchi naturali*, Angeli, Milano.
- Osti G. e Pellizzoni L. (2003) *Sociologia dell'ambiente*, Il Mulino, Bologna.
- Peroni G. (1998) *Marketing turistico*, Angeli, Milano.
- Pichierri A. (1995) Stato e identità economiche regionali, *Stato e mercato*, 44, 213-229.
- Pigozzi P. (2000) I sistemi locali di offerta turistica: nuovo soggetto di sviluppo, intervento alla Conferenza Nazionale sul Turismo, Roma, ottobre.
- Quattrone G. (2003) *La gestione partecipata delle aree protette*, Angeli, Milano.
- Rocca G. (2000) *Turismo, territorio e sviluppo sostenibile. Itinerari metodologici e casi di studio*, ECIG, Genova.
- Rossi P. (2000) Turismo e parchi, *Parchi*, 30
- Savelli A. (1989) *Sociologia del turismo*, Angeli, Milano.
- Savelli A. (1993-94) Sociologia del turismo, *Sociologia urbana e rurale*, 42-43, 132-170.
- Stroppa C. (a cura di) (1976) *Sviluppo del territorio e ruolo del turismo*, Clueb, Bologna.
- Terrasi M. (2000) Turismo e territorio: vincoli alla diffusione spaziale dei flussi turistici in Italia, *Studi e note di economia*, 3, 89-112.
- Triglia C. (1999) Capitale sociale e sviluppo locale, *Stato e mercato*, 57, 419-440.
- UN World Commission on Environment and Development (1987) *Our Common Future*, Oxford University Press, Oxford.
- World Travel and Tourism Council (1993), Agenda 21 for Travel and Tourism Industry.

ABSTRACT

SUSTAINABLE TOURISM AND LOCAL DEVELOPMENT: THE CASE OF NATURAL PARKS AND PROTECTED NATURAL AREAS

After an introduction to the concept of sustainability and the rise of concerns related to sustainability in tourism, the paper turns to the analysis of various forms of sustainable tourism, such as eco-tourism, rural tourism, naturalistic tourism.

Natural parks and protected natural areas play an important role in sustainable tourism. The paper stress the importance of a) complementary services located in the villages around parks and protected areas, and b) participatory management of parks and protected areas as a tool for enhancing local development as well as sustainability.