



**Progetto LIFE11/NAT/IT/000187 "TEN"
Trentino Ecological Network**

CONFERENZA FINALE

L'impatto socio-economico delle Reti di Riserve

Umberto Martini, Sandra Notaro, Federica Buffa
Università di Trento, Dip. di Economia e Management



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI TRENTO
Dipartimento di Economia e Management

Trento, venerdì 15 settembre 2017



Considerazione introduttiva

- *Perché parlare di impatto economico/sociale nell'ambito di un progetto naturalistico?*
- *Non è prioritariamente un progetto di «marketing territoriale»*
- *Si collega però al perseguimento di obiettivi legati alla vivibilità del territorio, alla valorizzazione delle risorse, alla qualità della vita delle popolazioni residenti, quindi al mantenimento nelle zone montane delle condizioni che garantiscono la loro sopravvivenza*

Le domande di ricerca

- *La realizzazione delle Reti di Riserve produce effetti di tipo economico/sociale nei territori?*
- *Attiva, stimola, induce processi di micro-imprenditorialità?*
- *Contribuisce a generare innovazione?*
- *Coinvolge le popolazioni residenti?*
- *Agisce sulla consapevolezza della rilevanza delle risorse naturali?*

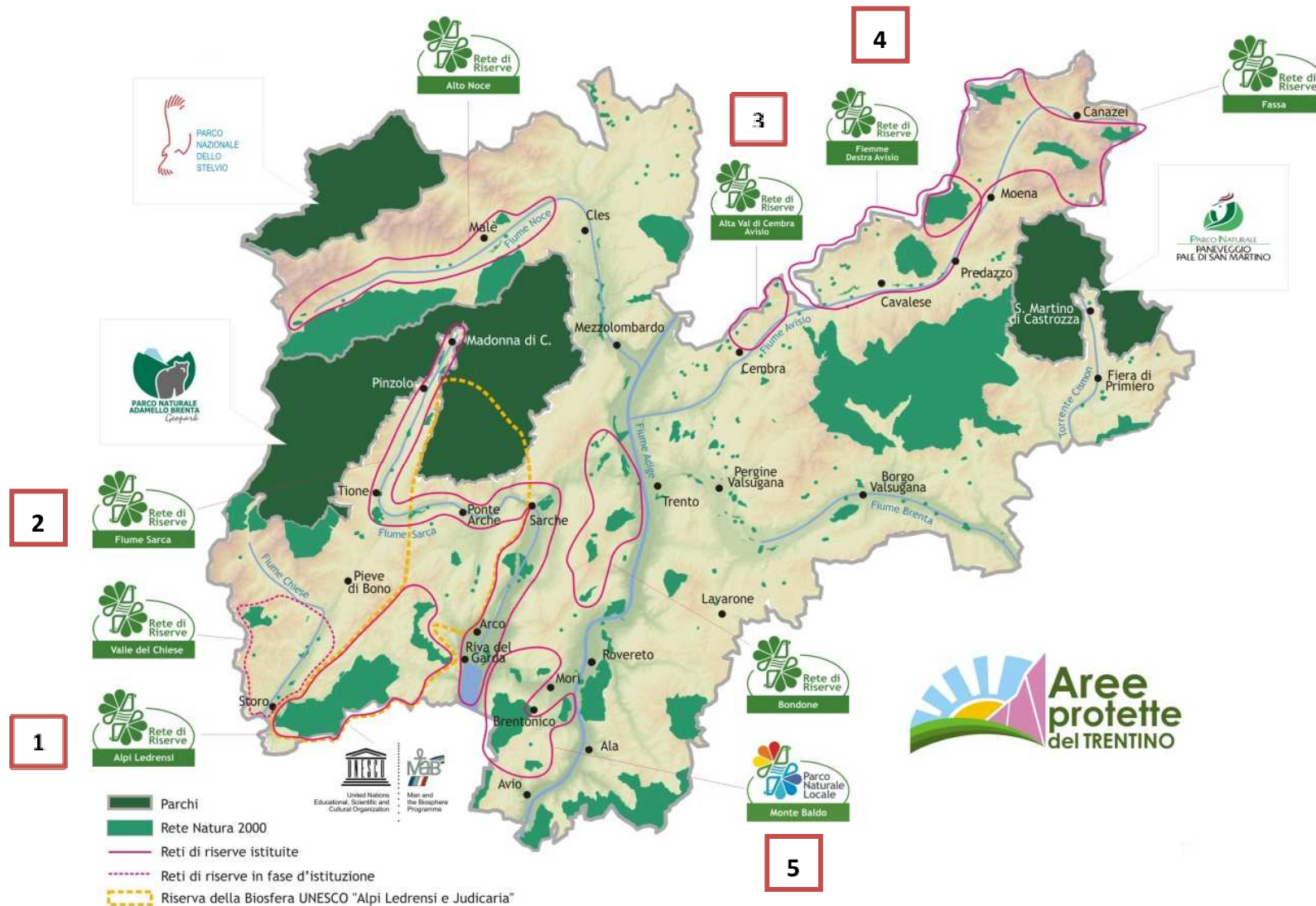
Gli obiettivi della ricerca

- 1. Analizzare il livello di **percezione** e il grado di **consapevolezza** degli attori locali rispetto alla presenza delle Reti*
- 2. Analizzare se e quali **vantaggi** e/o **opportunità** di carattere economico/sociale sono scaturite a seguito dell'istituzione e dello sviluppo delle Reti*

Le azioni

- 1. Ricerca tramite interviste in 5 Reti di Riserve selezionate in quanto particolarmente significative rispetto agli obiettivi*
- 2. Ricerca secondo il metodo choice experiment nel Parco Naturale Locale Monte Baldo*

Le Reti oggetto di analisi



Fasi e attività

- *FASE 1: Interviste in profondità con i coordinatori delle Reti*
- *FASE 2: Indagine sugli stakeholder locali*

Rete di Riserve	Stakeholder contattati	Rispondenti	Tasso di Redemption (%)
RR Alpi Ledrensi	25	21	84,0
RR Fiume Sarca	45	29	64,4
RR Alta Valle di Cembra - Avisio	22	18	81,8
RR Fiemme – Destra Avisio	40	25	62,5
PNL Monte Baldo	35	17	48,6
Totale	167	110	65,9

- *FASE 3: Interviste in profondità con i referenti delle organizzazioni di promozione turistica in cui sono presenti le RR*
- *FASE 4: Interviste ai visitatori del Parco Naturale Locale del Monte Baldo*

Coinvolgimento degli stakeholder

	Frequenza	%
<i>Sia nelle fasi di progettazione che nelle fasi di realizzazione delle attività</i>	57	51,8
<i>Nelle fasi di progettazione delle attività</i>	34	30,9
<i>Nelle fasi di realizzazione delle attività</i>	6	5,5
<i>In nessuna delle fasi; mi sono state indicate le attività operative che dovevo svolgere</i>	2	1,8
<i>Non ho partecipato ad alcun progetto</i>	11	10,0
<i>Totale</i>	110	100

Tipo di progetti

PROGETTI	%
Conservazione della natura <i>(biodiversità floristica e faunistica locale, mantenimento e ripristino habitat)</i>	49,5
Realizzazione o riqualificazione di sentieri	43,4
Educazione ambientale	41,4
Realizzazione di manifestazioni/eventi per la popolazione residente	41,4
Organizzazione di visite guidate a risorse naturali e/o artistico-culturali	39,4
Promozione prodotti locali	32,3
Realizzazione di attività didattiche di educazione ambientale per le scuole	28,3
Valorizzazione dell'agricoltura/dell'allevamento	26,3
Iniziative rivolte alla destagionalizzazione del turismo	23,2
Mobilità sostenibile	22,2
Sviluppo del commercio	5,1
Sviluppo dell'artigianato	3,0

Reti come occasione di dialogo

	Si (%)	No (%)	Non so (%)
<i>Tra la popolazione residente</i>	68,2	14,5	17,3
<i>Tra gli imprenditori locali</i>	57,3	14,5	28,2
<i>Tra le associazioni locali</i>	85,5	5,5	9,1
<i>Tra gli amministratori locali</i>	84,5	8,2	7,3
<i>Tra le diverse categorie elencate</i>	66,4	10,0	23,6

Coinvolgimento

	Si (%)	No (%)	Non so (%)
<i>La popolazione residente</i>	51,8	25,5	22,7
<i>Gli imprenditori locali</i>	49,1	13,6	37,3
<i>Le associazioni locali</i>	75,5	6,4	18,2
<i>Gli amministratori locali</i>	85,5	2,7	11,8

Effetti delle Reti di Riserve

	Molto (%)	Abbastanza (%)	Poco (%)	Per nulla (%)	NG (%)
<i>Ha rappresentato un'opportunità per promuovere il territorio in chiave di turismo sostenibile.</i>	55,5	30,9	7,3	2,7	3,6
<i>Ha permesso la valorizzazione di aree naturali di pregio.</i>	46,4	36,4	10,0	2,7	4,6
<i>Ha permesso la realizzazione o riqualificazione di sentieri.</i>	43,6	42,7	10,9	0,9	1,8
<i>Ha permesso la riqualificazione di aree in abbandono/degradate.</i>	30,9	36,4	24,6	1,8	6,4
<i>Ha aumentato la consapevolezza della popolazione residente di quanto sia importante conservare l'ambiente locale.</i>	23,6	50,0	16,4	2,7	7,3
<i>Ha aumentato il legame con il proprio territorio.</i>	26,4	46,4	18,2	4,6	4,6
<i>Ha rappresentato un'opportunità per avviare nuove attività economiche (es. agritur, b&b, punti vendita prodotti locali, ...).</i>	21,8	33,6	26,4	4,6	13,6
<i>Ha accresciuto la sensibilità degli imprenditori verso i temi della sostenibilità.</i>	13,6	40,9	26,4	7,3	11,8
<i>Ha permesso il recupero delle tradizioni locali.</i>	17,3	35,5	30,9	6,4	10,0
<i>Ha ridotto i conflitti a livello locale.</i>	4,6	35,5	30,9	10,0	19,1
<i>Ha rappresentato un'opportunità per creare nuovi posti di lavoro.</i>	14,6	29,1	40,9	4,6	10,9
<i>Ha aumentato i limiti nell'utilizzo e nella trasformazione dei terreni (es. nuove costruzioni).</i>	6,4	16,4	27,3	25,5	24,6
<i>Ha reso più difficile lo svolgimento delle attività agricole e/o di allevamento per i vincoli derivanti dalla presenza di aree naturali protette.</i>	2,7	7,3	23,6	50,9	15,5

Importanza degli obiettivi

	Molto %	Abbastanza %	Poco %	Per nulla %
<i>Gestire a livello locale le aree naturali protette</i>	74,6	22,7	2,7	0,0
<i>Alimentare e rendere produttiva la collaborazione nel territorio tra attori pubblici e privati</i>	66,4	30,0	3,6	0,0
<i>Rafforzare la sostenibilità delle azioni assunte a livello territoriale, quindi salvaguardare il territorio</i>	63,6	32,7	3,6	0,0
<i>Individuare percorsi di sviluppo locale condivisi tra i diversi portatori di interessi</i>	56,4	39,1	3,6	0,9
<i>Stimolare l'innovazione e l'individuazione di nuove attività economiche</i>	48,2	36,4	13,6	1,8
<i>Facilitare il confronto tra le diverse categorie produttive</i>	47,3	44,6	8,2	0,0
<i>Migliorare il clima sociale attraverso il confronto e la condivisione di progetti e azioni</i>	46,4	46,4	5,5	1,8

Future azioni ritenute importanti

	Molto importante (%)	Abbastanza importante (%)	Poco importante (%)	Per nulla importante (%)
Educazione ambientale.	77,3	19,1	3,6	0,0
Conservazione delle aree naturali protette.	73,6	21,8	2,7	1,8
Protezione flora/fauna.	69,1	23,6	6,4	0,9
Attività didattiche per le scuole.	69,1	25,5	4,6	0,9
Mantenimento/ripristino dei sentieri.	65,5	23,6	10,0	0,9
Mobilità sostenibile.	58,2	33,6	6,4	1,8
Promozione di prodotti locali.	54,6	36,4	8,2	0,9
Promozione di offerte turistiche sostenibili.	51,8	32,7	15,5	0,0
Supporto alla creazione/sviluppo di imprese/attività economiche già presenti.	47,3	38,2	11,8	2,7
Realizzazione di manifestazioni/eventi.	36,4	47,3	14,6	1,8

Principali indicazioni emerse

1. Gli stakeholder manifestano **interesse** per l'attività svolta dalle RR
2. Vi è **coinvolgimento** degli attori locali sia nelle fasi di attuazione delle attività sia nelle fasi di progettazione
3. Obiettivo principale delle RR è la **valorizzazione delle risorse naturali** (e non la mera conservazione); rilievo assume anche la **funzione didattica/educativa**
4. L'impatto economico/sociale delle RR è riconducibile alla capacità di **creare rete** e **dialogo** tra gli operatori locali, incentivando la collaborazione
5. Sono state avviate **nuove attività micro-imprenditoriali e associazioni**, e si sono rilevati processi di valorizzazione dei prodotti tipici locali
6. L'istituzione delle RR ha rappresentato un'opportunità per promuovere il territorio in chiave di **turismo sostenibile**
7. In alcune aree le RR emergono come **interlocutore di riferimento** per la definizione di attività ed iniziative che valorizzano la dimensione naturalistica del territorio
8. Le iniziative promosse dalla RR sono rivolte alla **popolazione locale**, ma possono fungere da **fattore di attrattiva** anche per i turisti

Obiettivi specifici della quarta fase

- *Analizzare le preferenze dei visitatori rispetto al modello di gestione delle RR basato sulla partecipazione della popolazione locale alle decisioni riguardanti le aree Natura 2000 e lo sviluppo socio-economico sostenibile*
- *Analizzare le preferenze dei visitatori rispetto alle azioni di gestione messe in atto e attuabili dalle RR applicando a livello locale il modello di gestione partecipativo*






Amministrazione del choice experiment

- *Studio pilota*
- *Ricerca finale*
 - *interviste in situ face to face*
- *Tasso di risposta 69%*

Misure di gestione

Attributi/livelli	Misura di gestione
Biodiversità floristica media	<i>Pascolo ovino</i>
Biodiversità floristica alta	<i>Sfalcio</i>
Tutela dell'ululone dal ventre giallo	<i>Ripristino e conservazione delle pozze di alpeggio</i>
Recupero dei sentieri	<i>Recupero dei sentieri</i>
Recupero e valorizzazione dei sentieri	<i>Recupero e apposizione di cartellonistica, creazione di carte topografiche con indicati i percorsi, inserimento dei percorsi in formato digitale e di immagini panoramiche nel sito web</i>
Prodotti tipici biologici locali	<i>Incentivare la vendita nelle aziende agricole, nelle malghe, nei mercatini stagionali, nei ristoranti e negli alberghi dei prodotti tipici biologici locali (a chilometro zero).</i>

Esempio di Choice Card

Scheda 1		Scenario A	Scenario B	Nessuna gestione locale
	Biodiversità dei prati	Alta	Media	Bassa
	Tutela dell'ululone	Sì	No	No
	Sentieri	No	Recupero	No
	Prodotti locali biologici	Sì	No	No
	Biglietto d'ingresso	6 €	9 €	0 €
Quale tra i 3 è il suo scenario preferito? (segni con ✓)				
Quale tra i 2 rimanenti è per Lei lo scenario peggiore? (segni con ✓)				

Risultati modello RPL

<i>Variabili</i>	<i>Coefficienti</i>	<i>t di Student</i>	<i>Sign.</i>	<i>Errore standard</i>
<i>BIOD Media</i>	0,04177	0,82		0,05068
<i>BIOD Alta</i>	0,42712	6,22	****	0,06869
<i>ULULONE</i>	0,68878	7,93	****	0,08681
<i>SENT Rec</i>	0,27581	4,40	****	0,06267
<i>SENT Rec Val</i>	0,59448	6,88	****	0,08642
<i>PRODOTTI</i>	0,37725	7,30	****	0,05166
<i>No Gest Loc</i>	-2,43022	-10,15	****	0,23944
<i>PREZZO</i>	-0,19897	-18,25	****	0,01090
<i>stD BIOD Alta</i>	0,37402	5,07	****	0,07378
<i>stD ULULONE</i>	0,79822	10,46	****	0,07628
<i>stD SENT Rec</i>	0,37659	4,36	****	0,08646
<i>stD SENT Rec Val</i>	0,69884	8,58	****	0,08144
<i>stD PRODOTTI</i>	0,36400	7,44	****	0,04895
<i>stD NoGestLoc</i>	2,15584	9,54	****	0,22602
<i>LL function</i>				-1773,61453
<i>AIC/N</i>				1,164
<i>BIC/N</i>				1,191
<i>N</i>				3072
<i>McFadden Pseudo R2</i>				0,4744748

**** indica un livello di significatività all'1%

Disponibilità a pagare

Variabili	DAP	t di Student	Sign.
BIOD Media	0,42	0,84	
BIOD Alta	4,29	6,57	****
ULULONE	6,92	8,85	****
SENT Rec	2,77	4,52	****
SENT Rec Val	5,97	7,51	****
PRODOTTI	3,79	7,98	****
No Gest Loc	-24,42	-10,00	****

**** indica un livello di significatività all'1%

Principali indicazioni emerse

- 1. I visitatori del Parco Naturale Locale del Monte Baldo preferiscono una gestione locale con progetti sviluppati e sostenuti dalla popolazione che nel parco vive rispetto ad una gestione a livello centrale*
- 2. I visitatori valutano positivamente tutte le misure di gestione presentate.*
- 3. La priorità gestionale attribuita dai visitatori è quella per la conservazione della biodiversità faunistica (tutela dell'ululone dal ventre giallo)*
- 4. Il recupero e la valorizzazione dei sentieri dovrebbe essere una seconda linea di azione, sulla base delle preferenze dichiarate*
- 5. La conservazione della flora da realizzare mediante lo sfalcio dei prati è un'altra opzione gestionale da considerare per soddisfare le esigenze dei visitatori. L'applicazione di questa misura gestionale consente di ottenere un livello di biodiversità floristica alto*
- 6. Infine, secondo i visitatori, la gestione a livello locale dovrà occuparsi della promozione dei prodotti locali biologici*
- 7. Questi risultati lasciano supporre che le Reti di Riserve siano uno strumento adatto ad accontentare anche le esigenze/preferenze dei visitatori*

GRAZIE PER LA VOSTRA ATTENZIONE!

Umberto Martini, Sandra Notaro, Federica Buffa



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI TRENTO

Dipartimento di Economia e Management

