TRENTINO

TurNat

Report analitico

Una strategia di sviluppo turistico sostenibile nelle Aree Protette del Trentino

A cura di
Alessandro Bazzanella, Paolo Grigolli e Laura Marinelli

PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO
tsm TRENTINO SCHOOL OF MANAGEMENT
Aree protette del TRENTINO

Se vuoi viaggiare veloce, viaggia da solo.
Se vuoi viaggiare lontano, viaggia in compagnia.

Antico proverbio africano

tsm TRENTINO SCHOOL OF MANAGEMENT

Pubblicato 2015

A cura di:

Alessandro Bazzanella, Paolo Grigolli, Laura Marinelli.

Con la collaborazione del tavolo di lavoro TurNat:

Sandro Abram (tsm), Monica Basile (ASAT), Gianfranco Betta (I.S. per le politiche turistiche), Augusta Conta (Parco Nazionale dello Stelvio), Maria Pia Dall'Agnol (ApT Pinè-Cembra), Luca D'Angelo (ApT Valsugana), Micaela Deriu (Rete di Riserve Sarca – Basso Corso), Vittorio Ducoli (Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino), Elena Guella (Servizio Sviluppo Sostenibile e Aree Protette), Alessandro Fedrigotti (Reti di Riserve Alpi Ledrensi), Claudio Ferrari (Servizio Aree Protette e Sviluppo Sostenibile), Marco Franceschini (Servizio Turismo), Manuela Francesconi (Parco Naturale Locale Monte Baldo), Sara Ganarin (ApT Valsugana), Marco Katzemberger (ASAT, Associazione Qualità Parco), Morena Marsigliante (Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino), Linda Martinello (Progetto LIFE TEN), Paolo Nascivera (Trentino Marketing), Lara Noto (ApT Trento, Bondone e Valle dei Laghi),Valentina Novali (ApT Comano Teme-Dolomiti di Brenta), Alessandra Odorizzi (ApT Comano Teme-Dolomiti di Brenta), Stefania Oradini (Consorzio Turistico Valle di Ledro), Paolo Piffer (Rete di Riserve Alta Cembra – destra Avisio), Elena Ravanelli (I.S. per le politiche turistiche), Alessandro Rech (tsm), Pio Rizzolli (ApT Pinè-Cembra), Bruno Sottoriva (ApT Rovereto - Vallagarina), Cristiana Tomasini (ApT Val di Fiemme), Roberto Vinante (Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino), Elisabetta Zanella (Trentino Marketing), Roberto Zoanetti (Parco Naturale Adamello Brenta), Antonello Zulberti (Federparchi).

In particolare, hanno inoltre contribuito alla definizione dei contenuti:

Capitolo Turismo: Gianfranco Betta (I.S. per le politiche turistiche), Vincenzo Bertozzi (Ufficio sistema informativo statistico), Roberto Brunelli (Agenzia Provinciale per le risorse idriche e l'energia), Marco Melone (Servizio statistica), Cristina Mirabella (Ufficio Rilevazioni e ricerche economiche), Marco Niro (APPA), Franca Polla (APPA).

Capitolo Aree Protette: Augusta Conta (Parco Nazionale dello Stelvio), Manuela Francesconi (Parco Naturale Locale Monte Baldo), Francesco Casal (Rete di Riserve Fiemme), Andrea Bertagnolli (Rete di Riserve Fiemme), Daniele Bassan (Servizio Aree Protette e Sviluppo Sostenibile), Micaela Deriu (Rete di Riserve Sarca – Basso Corso), Paolo Piffer (Rete di Riserve Alta Cembra – destra Avisio), Tiziana Friz (Rete di Riserve Monte Bondone – Soprassasso), Luisa Ferrazza (Rete di Riserve Sarca – Alto e Medio Corso), Alessandro Fedrigotti (Rete di Riserve Alpi Ledrensi), Sergio Boschele (Oasi WWF Valtrigona).

Capitolo Mobilità: Franco Buffa (Servizio per il sostegno occupazionale e la valorizzazione ambientale), Claudio Fabbro (Servizio Turismo), Marcello Pallaoro (Servizio opere stradali e ferroviarie), Francesco Orsi (UniTN).

Capitolo Agricoltura: Federico Bigaran (Uff. per le produzioni biologiche), Gabriele Chistè (Fondazione Edmund Mach), Angelo Pecile (Fondazione Edmund Mach), Enzo Mescalchin (Fondazione Edmund Mach), Tommaso Pantezzi (Fondazione Edmund Mach), Flavio Kaisermann (Fondazione Edmund Mach), Giorgio Perini (Associazione La Pimpinella), Renato Martinelli (Servizio Agricoltura), Angelo Giovanazzi (Associazione Baldensis), Monica Basile (ASAT), Nicoletta Clauser (Servizio Europa).

Progetto grafico e impaginazione:

Valentina Gottardi

Rielaborazione mappe:

Daniele Bassan

Dati relativi ai flussi turistici:

Servizio statistica della PaT; I.S. per le politiche turistiche provinciali

Progetto realizzato nell'ambito del Progetto LIFE11/NAT/IT/000187 "TEN" - Trentino Ecological Network, parte dell'azione C.4 "Costituzione di un tavolo di lavoro per definire le misure di conservazione nel futuro Piano di Sviluppo Rurale e nelle politiche di turismo sostenibile della Provincia Autonoma di Trento"

Lista delle Abbreviazioni

AAPP – Aree Protette
APPA – Agenzia Provinciale per la Protezione Ambientale
ApT – Azienda per il Turismo
ASAT – Associazione Albergatori Trentini
BIM – Bacini Imbriferi Montani
CETS – Carta Europea per il Turismo Sostenibile nelle Aree Protette
DMO – Destination Management Organization
FEM - Fondazione Edmund Mach
FESR – Fondo Europeo di Sviluppo Rurale
IUCN - Unione Mondiale per la Conservazione della Natura
PASSO – PAtto per lo Sviluppo Sostenibile 2020 e Oltre
PaT – Provincia autonoma di Trento
PEAP - Piano energetico-ambientale provinciale
PNAB – Parco Naturale Adamello-Brenta
PNL – Parco Naturale Locale
PNPPSM – Parco Naturale Paneveggio – Pale di San Martino
PSP – Piano di Sviluppo Provinciale
PSR – Piano di Sviluppo Rurale
PUP – Piano Urbanistico Provinciale
QP – Qualità Parco
RR – Reti di Riserve
SAT – Società degli Alpinisti Tridentini
SMT – Scuola di Management del Turismo
TLT – Tavolo di Lavoro TurNat
tsm – Trentino School of Management
TTT – Tourism Think Tank
UNCED - United Nations Conference on Environment and Development
UNEP - United Nations Environment Programme
WCED - World Commission on Environment and Development

Sommario

LISTA DELLE ABBREVIAZIONI 4

SOMMARIO 5

INDICE DELLE FOTOGRAFIE 7

INDICE DELLE FIGURE 8

INDICE DELLE TABELLE 9

PRESENTAZIONE 10

PREMESSA 12

CONTESTO 15

METODO DI LAVORO 17

- DOMANDE DI RICERCA 18
- IL PROCESSO DI ANALISI 19
- IL PROCESSO DI COINVOLGIMENTO 19

I DIECI CARDINI DELLA STRATEGIA TURNAT 21

LA SITUAZIONE DEL TURISMO IN TRENTINO E I SUOI IMPATTI 23

- IL TURISMO IN TRENTINO 24
- UN CONTESTO DI CAMBIAMENTO 25
- IL PROBLEMA DELLA STAGIONALITÀ 26
- IL TURISMO INVERNALE TRA CRISI DELLA CLIENTELA TRADIZIONALE E NUOVE FRONTIERE DA ESPLORARE 27
- IL TURISMO ESTIVO E LA NECESSITÀ DELL'INNOVAZIONE 28
- L'INTENSITÀ TURISTICA 29
- LA GOVERNANCE DELLA PROMOZIONE TURISTICA 32
- GLI IMPATTI 33

LA DOMANDA: CAMBIA IL MODO DI FARE TURISMO E CAMBIANO I MERCATI 36

- LA DOMANDA DI SOSTENIBILITÀ 37
- LA CRESCENTE SENSIBILITÀ PER L'AMBIENTE 37
  - Gli stili di vita 38
  - Le scelte di vacanza 39
  - La domanda di vacanza natura 41
  - La domanda di vacanza natura in Trentino 43
  - La domanda di vacanza rurale 44
- LA CLASSIFICAZIONE TURNAT DELLA VACANZA IN RELAZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ 44

PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA DEL TURISMO TRENTINO E TREND DI CAMBIAMENTO 48

- I PUNTI DI FORZA 49
- I PUNTI DI DEBOLEZZA 49
- LE OPPORTUNITÀ 50
- I RISCHI 51

LA SOSTENIBILITÀ DALL'EUROPA AL TRENTINO 52

- LA SOSTENIBILITÀ NELLE POLITICHE COMUNITARIE 55
- LA SOSTENIBILITÀ NELLE POLITICHE ALPINE 56
- LA SOSTENIBILITÀ NELLE POLITICHE DELLA PAT 57
  - Il PUP 57

Il PSP 59

Il PASSO 59

Le linee guida per la politica turistica provinciale 59

LA DEFINIZIONE DI TURISMO SOSTENIBILE CONDIVISA DAL TAVOLO DI LAVORO 60

LE POLITICHE PER LO SVILUPPO TURISTICO SOSTENIBILE 62

Le linee guida per il turismo sostenibile nelle Dolomiti Patrimonio UNESCO 65

LE AREE PROTETTE DEL TRENTINO COME LABORATORIO DI TURISMO E SVILUPPO SOSTENIBILE 68

L'EVOLUZIONE STORICA DELL'APPROCCIO ALLE AREE PROTETTE 69

IL POTENZIALE DELLE AREE PROTETTE COME ATTORI PROATTIVI DI SVILUPPO LOCALE SOSTENIBILE 70

LE AREE PROTETTE DEL TRENTINO 72

Il Parco Nazionale dello Stelvio (PNS) 74

I due Parchi Naturali 75

Le Reti di Riserve 77

INTEGRAZIONE TRA AGRICOLTURA, BIODIVERSITÀ E TURISMO 92

L'AGRICOLTURA DI MONTAGNA 93

Agricoltura in alta montagna 94

Agricoltura di mezza montagna 95

LA MULTIFUNZIONALITÀ IN AGRICOLTURA 95

Sinergie tra conservazione e agricoltura 96

Sinergie tra agricoltura e turismo 99

LA GOVERNANCE PER LO SVILUPPO TURISTICO SOSTENIBILE NELLE AREE PROTETTE 104

Strumenti volontari per le imprese turistiche 105

LA STRATEGIA TURNAT 107

OBIETTIVI E ASSI STRATEGICI 107

SEI PREMESSE 109

A. OFFERTA TURISTICA SOSTENIBILE 111

MOBILITÀ E ACCESSIBILITÀ NELLE AAPP 114

GLI ASSI DI AZIONE 121

GARANTIRE QUALITÀ DELL'OFFERTA TRA CERTIFICAZIONI E MARCHI 123

B. INFORMAZIONE & COMUNICAZIONE 146

GLI ASSI DI AZIONE 148

C. GOVERNANCE 153

L'ASSE DI AZIONE 155

CONCLUSIONI IN DIECI PUNTI 160

LISTA DEI COMUNI, DELLE COMUNITÀ DI VALLE E DELLE AZIENDE PER IL TURISMO DELLE AREE PROTETTE 162

BIBLIOGRAFIA 167

Indice delle fotografie

Fotografia 01. Vacca di razza Rendena al pascolo presso Monte Spinale, di fronte alle Dolomiti di Brenta patrimonio UNESCO, Foto di A. Scalfi 9

Fotografia 02. Colbricon nel Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino, Foto di C. A. Turra 14

Fotografia 03. CrosanoTalpina nel Parco Naturale Locale Monte Baldo, Foto dell'archivio del Parco Naturale Locale 16

Fotografia 04. Corno della Paura nel SIC Bocca d'Ardole del Parco Naturale Locale Monte Baldo, Foto dell'archivio del Parco Naturale Locale 22

Fotografia 05. Gregge di capre nel Parco Naturale Adamello Brenta, Foto di A. Scalfi Archivio PNAB 90

Fotografia 06. I laghi Corvo nel Parco Nazionale dello Stelvio, foto di A. C. 106

Fotografia 07. Il lago di Valda nella Rete di Riserve Alta Cembra-Avisio, Foto di L.Marinelli 110

Fotografia 08. La foce del Fiume Sarca nella RR Basso Sarca, foto di Rete di Riserve Bassa Sarca 122

Fotografia 09. La forra del Limarò nella RR Basso Sarca, foto di Rete di Riserve Basso Sarca 127

Fotografia 10. La salita verso la Cima del Monte Parì con vista sul lago di Ledro nella Rete di Riserve Alpi Ledrensi, Foto dell'archivio Consorzio per il Turismo della Valle di Ledro 128

Fotografia 11. La strada del Ponale che collega Riva del Garda alla Val di Ledro nella Rete di Riserve delle Alpi Ledrensi, Foto dell'Archivio Consorzio per il Turismo della Valle di Ledro 130

Fotografia 12. Laghetto del Vedes nella Rete di Riserve Alta Cembra-Avisio, Foto di M. Fernetti 133

Fotografia 13. Lagostel nel Parco Nazionale dello Stelvio, Foto di A.C. 137

Fotografia 14. Malga Bocche al Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino, Foto di Carlo A. Turra 144

Fotografia 15. Mountain Bike nel Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino, Foto di Carlo A. Turra 145

Fotografia 16. Lago di Loppio nel Parco Naturale Locale Monte Baldo, Foto di M.Francesconi 152

Fotografia 17. Malga Valchestria nel Parco Naturale Adamello Brenta, Foto di G. Alberti 157

Fotografia 18. ZSC Nodo di Latemar, Torre di Pisa nella Rete di Riserve Fiemme-Destra Avisio 166

Fotografia 19. Olivaia Flamini nella Rete di Riserve Basso Sarca, foto di E.Cretti 175

Fotografia 20. Palù Longa nella Rete di Riserve Fiemme-Destra Avisio 175

Indice delle figure

Figura 01. Documenti programmatici di riferimento 15

Figura 02. Il processo della strategia TurNat 20

Figura 03. Il processo temporale del viaggio (Elmi e Wagner, 2013) 23

Figura 04. Numero letti nelle strutture (E-Tourism 2011) 24

Figura 05. Tipologia 1: bi - stagionalità accentuata 26

Figura 06. Tipologia 2: bi - stagionalità con inverno limitato 27

Figura 07. Tipologia 3: mono - stagione lunga 27

Figura 08. Tipologia 4: bi – stagionalità moderata 27

Figura 09. Massima antropizzazione nei comuni trentini (Servizio Sviluppo Sostenibile e AAPP, PAT) 31

Figura 10. Turisticità nei comuni trentini (Servizio Sviluppo Sostenibile e AAPP, PAT) 31

Figura 11. Ricettività nei comuni trentini (Fonte: Servizio Sviluppo Sostenibile e AAPP, PAT) 32

Figura 13. Percentuale mensile di produzione di rifiuti indifferenziati nei territori a maggiore incidenza turistica (appa, 2012) 34

Figura 12. Gli impatti del turismo nelle destinazioni alpine (cipra, 2011) 34

Figura 14. Presenze di turisti italiani e stranieri (E-Tourism, 2011) 37

Figura 15. Permanenza media dei turisti in Trentino (E-Tourism, 2011) 37

Figura 16. La sostenibilità nella percezione dei turisti (Reise Analyse, 2013) 37

Figura 17. Presenze totali nelle strutture ricettive ufficiali dei parchi e delle aree protette - valori assoluti; (Ecotur, 2013) 41

Figura 18. Provenienza del visitatore dei Parchi trentini in percentuale; (I.S. Politiche turistiche provinciali, 2012) 42

Figura 19. Arrivi negli agriturismi in Trentino - Italiani e stranieri (2003-2012) (I.S. per le politiche turistiche provinciali, 2013) 44

Figura 20. Presenze negli agriturismi in Trentino - Italiani e stranieri (2003-2012) (I.S. per le politiche turistiche provinciali, 2013) 44

Figura 21. Variazione % arrivi in Agriturismi - Alberghiero- Extralberghiero (2003 - 2012) . N° indice Anno 2003 - (I.S. per le politiche turistiche provinciali, 2013) 44

Figura 22. La performance degli agriturismo (2003-2012); (I.S. per le politiche turistiche provinciali, 2013) 44

Figura 23. La classificazione TurNat dei profili turistici (elaborazione propria) 47

Figura 24. Le sei dimensioni del territorio smart 54

Figura 25. La mappa del sistema delle Aree Protette del Trentino (Servizio Sviluppo Sostenibile e Aree Protette, 2014) 73

Figura 26. La mappa concettuale dell'agricoltura nelle Aree Protette (Elaborazione propria) 96

Figura 27. Trend delle produzioni biologiche in Trentino (PAT, 2013) 97

Figura 28. Distribuzione strumenti volontari di gestione ambientale nelle strutture ricettive in Trentino 106

Figura 29. Assi strategici di TurNat 108

Figura 30. Volumi di traffico europei per viaggi turistici in termini di numero viaggi, chilometri e emissioni di gas serra in UE (Peeters, 2014) 114

Figura 31. Risultati dell'indagine ai visitatori delle Dolomiti UNESCO (Elmi e Wagner, 2013) 116

Figura 32. Mappa delle piste ciclopedonali e sentieri del Trentino (Servizio Sviluppo Sostenibile e Aree Protette, 2013) 118

Figura 33. Numero dei tracciati alpini al 2011 (PaT, 2012) 120

Figura 34. Elementi da considerare nel contesto di adesione a strumenti di gestione ambientali per imprese turistiche (elaborazione propria) 125

Indice delle tabelle

Tabella 01. Panoramica degli incontri del tavolo di lavoro TurNat 19

Tabella 02. Numeri e ricettività negli esercizi alberghieri e complementari, negli alloggi privati e nelle seconde case (1987-2013) (Servizio Statistica, 2014) 25

Tabella 03. Praticanti per disciplina sportiva invernale in Italia (Centro Studi JFC, 2014) 28

Tabella 04. Priorità e obiettivi della rete europea NECSTour (NECSTouR, 2009) 64

Tabella 05. SIC/ZPS nelle Dolomiti UNESCO 66

Tabella 06. La governance provinciale della strategia TurNat 156

Fotografia 01. Vacca di razza Rendena al pascolo presso Monte Spinale, di fronte alle Dolomiti di Brenta patrimonio UNESCO. Foto di A. Scalfi

Presentazione

In questo particolare momento storico dove globalizzazione e crisi economica mettono a dura prova la competitività del turismo in Trentino, emerge fortemente la necessità di ripensare le sue dinamiche strutturali e il suo rapporto con ciò che è considerato all'unanimità il grande punto di forza: la qualità dell'ambiente inteso come natura, gestione equilibrata del territorio, salute e qualità della vita. Il Trentino ha riconosciuto questo patrimonio tutelando il 30 per cento della sua superficie con due Parchi Naturali, un Parco Nazionale e le sei Reti di Riserve. Le aree protette offrono punti di vista privilegiati su paesaggi unici, plasmati dall'intreccio fra patrimonio naturale e cultura millenaria. Negli ultimi anni inoltre, le aree protette del Trentino hanno assunto anche un importante ruolo di attore territoriale fornendo servizi come la manutenzione del territorio, la gestione dei centri visita e l'educazione ambientale, oltre a creare esperienze uniche per il turista.

Il riconoscimento UNESCO alle Dolomiti rappresenta un'importante opportunità per il turismo ma anche una grande responsabilità affinché la valorizzazione turistica si accompagni alla tutela di questi beni comuni. Tuttavia affinché si possa mantenerne l'attrattività nel lungo periodo è necessario mettere in atto azioni concrete che perseguano un turismo sostenibile nelle forme e negli impatti. Proprio per questo diventa strategico il ruolo delle aree protette come laboratorio di innovazione partecipato dai diversi portatori di interesse, con lo scopo comune di tracciare un percorso coerente e condiviso che guardi al futuro con occhi nuovi.

La strategia TurNat, fortemente voluta dalla provincia di Trento, affida alle aree protette la responsabilità di individuare quel "sentiero stretto" tra protezione e valorizzazione territoriale che possa diventare terreno di sperimentazione da traslare sull'intero territorio provinciale.

Nell'elaborazione della strategia si è fatta sintesi di documenti programmatici fondamentali per la Provincia autonoma di Trento, come il PUP, di cui declina e attua i concetti di partecipazione, integrazione e sussidiarietà, il documento PASSO, le politiche dell'Unione Europea per il 2020, la Convenzione delle Alpi nonché la strategia di gestione sostenibile delle Dolomiti UNESCO.

Si auspica che le diverse componenti del sistema provinciale colgano le opportunità di una proposta così innovativa e vengano quindi generate azioni coerenti in uno spirito di collaborazione, fiducia, responsabilità.

Mauro Gilmozzi

Assessore alle infrastrutture e all'ambiente

Provincia Autonoma di Trento

È indubbio che le risorse ambientali e la bellezza paesaggistica siano il reale vantaggio competitivo del nostro Trentino, così come strategica è la differenziazione della nostra offerta turistica che riesce a trasmettere al turista la sensazione di “autenticità”.

Non potevo quindi non guardare con estremo favore al progetto TurNat che propone la valorizzazione del patrimonio esistente ad iniziare dalle aree protette, intese come laboratorio di pratiche innovative nel campo del turismo sostenibile, grazie all’attivazione di forme di sviluppo locale nei territori in maniera partecipata e condivisa.

Sono convinto che questa sperimentazione potrà facilitare e rafforzare un’offerta di turismo autentico, accessibile e soprattutto godibile su tutto l’arco dell’anno nel territorio provinciale.

Ritengo che proprio sul solco tracciato da TurNat il mio impegno e quello di tutti gli attori del nostro turismo, deve continuare ad essere indirizzato nel favorire lo sviluppo di un’offerta turistica coerente e organica all’insegna della sostenibilità e della qualità e che contemporaneamente, permetta di offrire al turista un’esperienza autentica e sostenibile, tutelando l’ambiente e la vivibilità del nostro Trentino.

Così com’è evidente che è strategica la difesa dell’agricoltura montana poiché essa è indispensabile per garantire e migliorare la biodiversità e parallelamente, permette di mantenere alto il livello di occupazione nel settore agricolo.

E questo passaggio non può prescindere dal coinvolgimento di quelle imprese agricole le cui produzioni tipiche possono rappresentare un ulteriore traino per la valorizzazione turistica di un territorio e del suo patrimonio.

In una logica di sviluppo turistico è necessario inoltre adottare anche politiche che facilitino e promuovano un’accoglienza diffusa di qualità nelle forme dell’agriturismo, dei rifugi, delle baite e dei masi, dell’ospitalità in famiglia, che riescano a trasmettere i valori del territorio per rispondere alla crescente domanda di personalizzazione del turista e alla domanda sempre più forte di naturalità e autenticità.

Il percorso intrapreso con il progetto TurNat in definitiva favorirà lo sviluppo del Trentino integrando il sistema delle Aree Protette con le attività economiche del territorio, in primis turismo e agricoltura.

Michele Dallapiccola

Assessore all’agricoltura, foreste, turismo e promozione, caccia e pesca

Provincia Autonoma di Trento

Premessa

Il turismo è un'attività economica che, promuovendo e valorizzando le risorse naturali, storiche, culturali e sociali, supporta l'occupazione e lo sviluppo locale. In molte aree, soprattutto montane, rappresenta una delle opportunità - talvolta l'unica – di "vivere e lavorare nel proprio territorio".

Esiste una stretta relazione tra il patrimonio naturale e culturale di un territorio e la sua attrattività come destinazione. Tale rapporto risulta ancora più evidente quando quel patrimonio è l'asset di punta di una destinazione come il Trentino dove il turismo è diventato fenomeno di massa con circa 5 milioni di arrivi e 28 milioni di presenze all'anno. Dopo quasi cinquant'anni di sviluppo turistico che ha fatto conoscere il territorio trentino prima in Italia e poi in Europa e nel mondo, è importante riflettere sul rapporto tra il patrimonio naturale e culturale e quello economico, ma ancora di più sul modello di sviluppo che si vuole perseguire nel futuro.

Il paesaggio del Trentino è caratterizzato da grandi massicci montuosi, foreste e pascoli dove l'uomo da sempre ha cercato fonti di sussistenza. Come molti altri territori alpini, il Trentino ha una storia millenaria di interazione tra uomo e natura, testimoniata da piccoli e grandi segni: dagli antichissimi rifugi preistorici alle malghe, esempio d'infrastruttura tipicamente alpina, fino alle associazioni di *uso civico*, eredi di antichi governi economici di risorse comuni di tempi passati.

Una lenta armonia che è stata messa in discussione

dal rapido sviluppo infrastrutturale ed economico e dall'espansione del fenomeno turistico in Trentino dagli anni '70 in poi, benché parallelamente siano cresciute anche l'attenzione e la tutela del patrimonio naturale. Oggi infatti il 30% della superficie è sottoposto a tutela ambientale e la legge provinciale 2007/11 ha innovato il sistema di gestione dei beni naturali e molti enti gestori hanno messo in moto sperimentazioni in campo turistico rispetto alle questioni relative alla partecipazione delle comunità locali, alla creazione di prodotti turistici e alle sinergie con il settore agricolo. In tal senso sono fondamentali le esperienze del Parco Nazionale dello Stelvio e dei Parchi Naturali dell'Adamello-Brenta e di Paneveggio - Pale di San Martino che tra l'altro comprendono una parte significativa delle Dolomiti Patrimonio dell'Umanità. Data l'estensione del territorio tutelato, la l.p. 2007/11 ha introdotto la possibilità per Comuni ed enti locali di creare nel loro territorio le ***reti di riserve (RR)***, un nuovo strumento di gestione di piccole aree d'interesse naturale e culturale. In totale ne sono state istituite sette e altre due sono in fase di definizione, nella cui gestione sono coinvolti 60 Comuni e 6 Comunità di Valle: considerando anche i tre parchi si arriva a 89 Comuni e a 12 Comunità di Valle compresi in territori tutelati.

In un contesto complesso e delicato dal punto di vista economico, il sistema delle aree protette (AAPP) potrebbe assumere un nuovo ruolo come attore proattivo di turismo e sviluppo sostenibile che lavora compatto e coordinato per promuovere, sia sul proprio territorio che fuori, un nuovo modello che possa ispirare e incoraggiare un turismo di qualità capace di valorizzare l'innovazione in termini di approcci, prodotti, stagionalità e diversificazione.

Il presente lavoro, commissionato dalla Provincia Autonoma di Trento a tsm- Trentino School of Management e realizzato mediante il coinvolgimento e il confronto con gli *stakeholder* interessati, ha prodotto una strategia di valorizzazione delle AAPP garantendo un uso consapevole delle risorse territoriali, attraverso l'ideazione di progetti e interventi sostenibili da un punto di vista economico, ambientale e sociale. Tale strategia di turismo sostenibile nelle AAPP è stata denominata **TurNat** come sintesi di due concetti fondamentali: turismo e natura.

Il progetto è inquadrato in un contesto europeo e va a sostanziare l'azione C.4 "Costituzione di un tavolo di lavoro per definire le misure di conservazione nel futuro Piano di Sviluppo Rurale e nelle politiche di turismo sostenibile della Provincia Autonoma di Trento" del progetto europeo LIFE + TEN (Trentino Ecological Network).

Il presente documento, elaborato in sei mesi insieme a circa 60 stakeholder territoriali di oltre 20 istituzioni, propone la **sistematizzazione e la promozione di un'offerta turistica sostenibile** valorizzando il sistema delle AAPP come sistema diffuso e l'unicità del loro patrimonio naturale e culturale, integrando turismo, agricoltura e tutela della biodiversità, favorendone un'evoluzione organica. Considerata la posizione dei siti Dolomiti UNESCO in Trentino, la strategia TurNat si propone come strumento per declinare la strategia di turismo sostenibile della Fondazione Dolomiti UNESCO nei siti rientranti nel territorio provinciale (corrispondenti ai due Parchi Naturali e a due RR) recependo ed estendendo alle AAPP le linee guida contenute nel documento.

La strategia TurNat parte da due presupposti fondamentali: primo, riconoscere la necessità di **valorizzare le risorse organizzative ed economiche esistenti** in un'ottica di collaborazione sistematica tra i molteplici soggetti che detengono competenze ed esperienze sul territorio. Secondo, intendere le **AAPP come luoghi e comunità, chiamati a valorizzare i saperi e le competenze locali** in rapporto alle dinamiche di globalizzazione dei mercati e a tradurre nel territorio la cultura della sostenibilità. Ciò significa portare le AAPP di diritto nei nuovi paradigmi emergenti della *green economy* e della gestione dei beni comuni rimarcando il loro ruolo in quanto dispositivo regolatore e riproduttore degli stessi. In una logica di sviluppo, si tratta quindi di "mettere a valore" questi territori a partire dalla loro dimensione simbolica che diventa sociale ed economica, mediante le opportune azioni di attrazione (di residenti, di turisti, ma anche di imprese e investimenti) e di esportazione (di prodotti, di eventi, di valori).

Un aspetto determinante della strategia riguarda la ***governance*** delle AAPP e del turismo natura, ossia la definizione di un'architettura che rappresenti un bilanciamento efficiente tra istanze e iniziative delle singole AAPP e dei relativi territori e la necessità di una regia unica a livello provinciale per la promozione di un turismo sostenibile. In una costellazione di enti comunali, interambito (Comunità di Valle, ApT e Consorzi) e provinciali (uffici e servizi provinciali, Trentino Marketing e APPA, enti di ricerca come università, FEM e MUSE) gli enti gestori delle AAPP possono proporsi come interlocutori, non certo sostitutivi dei servizi, per la

pianificazione e la gestione di progetti di sviluppo locale sostenibile.

Ulteriore obiettivo della strategia riguarda la sensibilizzazione positiva dell'opinione pubblica locale nei confronti delle AAPP non più intese come territori di vincoli e limiti, ma come avanguardia credibile di una nuova arena di scambio economico e sociale capace di uscire dal processo di marginalizzazione "ambientalista" per diventare esempio di un percorso di crescita e sviluppo innovativo in chiave sociale ed economica.

In conclusione, la strategia mira a creare le condizioni perché le AAPP diventino attori strategici per la pianificazione e la gestione dello sviluppo locale sostenibile, attraverso forme innovative di accordi di partenariato e di collaborazione con i molti soggetti che si occupano di ambiente e turismo in Trentino. Portare avanti l'approccio della sostenibilità significa porsi il problema di come garantire la riproduzione delle risorse economiche, ambientali e sociali che sono alla base del funzionamento della società e dell'economia. Applicare nello sviluppo dell'offerta turistica i principi di collaborazione e di partecipazione produce importanti benefici, primo fra tutti la responsabilizzazione di tutti i portatori d'interesse nel campo turistico territoriale. Seguendo un approccio partecipativo, vengono considerati *stakeholder* sia le comunità locali, sia i turisti stessi.

Con questa logica si intende unire quindi domanda e offerta nella consapevolezza della fragilità e unicità degli equilibri presenti in un territorio e si cerca di dare un nuovo volto al turismo: più lento, più profondo, più dolce.

La complessità, l'intersettorialità e l'importanza degli argomenti trattati hanno richiesto molto in termini di raccolta e analisi dei dati e di ricerca della letteratura e delle *best practice* esistenti. Il risultato è un report piuttosto corposo che però si propone come un manuale, che i diversi portatori d'interesse locali o semplici interessati possono consultare a seconda degli argomenti che desiderano approfondire.

Il presente documento si divide in due parti principali, una diagnostica e una strategica. Nella prima, verrà analizzata la situazione esistente in Trentino nei diversi settori considerati (in primis turismo, aree protette e agricoltura) integrata con punti di vista del mondo accademico e del contesto internazionale e servirà come base analitica per individuare le linee guida strategiche. Nella seconda parte verrà illustrata la strategia TurNat divisa in tre assi: offerta turistica, comunicazione & informazione e governance, ognuno dei quali supportati da una selezione tematica dei migliori casi internazionali.

Fotografia 02. Colbricon nel Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino, Foto di C. A. Turra

Contesto

L'obiettivo del progetto TurNat è quello di definire una strategia di medio-lungo periodo per sostenere lo sviluppo delle AAPP integrando l'approccio mirato alla sostenibilità con la logica economica che guarda al mercato per capirne i trend e individuare le aspettative dell'ospite. Attraverso il progetto si vuole identificare il contributo delle AAPP allo sviluppo turistico trentino sostenendone un'evoluzione sistemica basata sull'integrazione all'insegna della sostenibilità dei diversi valori territoriali che compongono ogni territorio.

Nella strategia delineata dal progetto TurNat, il sistema delle AAPP potrebbe quindi assumere il prezioso ruolo di laboratorio di turismo sostenibile del Trentino contribuendo al raggiungimento dei target europei 2020 e all'attuazione delle disposizioni contenute nei seguenti documenti.

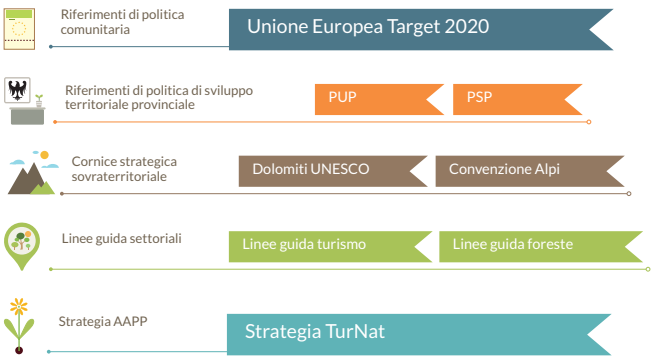


Figura 01. Documenti programmatici di riferimento

La strategia TurNat contribuisce, citando le Linee guida forestali, a “concorrere alla predisposizione del Piano provinciale per la realizzazione della Convenzione delle Alpi, anche alla luce del recente riconoscimento delle Dolomiti quale patrimonio UNESCO, e attuarlo per quanto di competenza, valorizzando, in particolare, il ruolo delle **AAPP come luogo privilegiato di applicazione dei protocolli e modello di sviluppo sostenibile e integrato con il tessuto socio-economico del territorio,** anche sperimentando azioni di innovazione tecnologica, di formazione ambientale, di ricerca, di democrazia partecipativa e prestazioni di alta qualità ambientale in diversi settori chiave come la mobilità, l’energia, le produzioni agroalimentari, il turismo sostenibile, la pianificazione territoriale partecipata”.

Fotografia 03. CrosanoTalpina nel Parco Naturale Locale Monte Baldo, Foto dell’archivio del Parco Naturale Locale

Metodo di Lavoro

Realizzare una strategia che riesca ad essere **efficiente ed efficace rispetto agli obiettivi** sopra descritti è un progetto ambizioso che per essere realizzato ha bisogno di consapevolezza sia rispetto ai punti prefissati, sia rispetto alle politiche necessarie per raggiungerli. Due parole esprimono al meglio la metodologia adottata da tsm per rendere efficace la strategia: ricerca e condivisione. Si è infatti cercato di far convergere la dimensione più informativa e analitico-valutativa alla dimensione più interattiva e di condivisione in cui si applicano i principi di integrazione e di partecipazione. tsm ha deciso di adottare una metodologia che combini parallelamente gli elementi di analisi e quelli di condivisione come dimostra la Figura 02.

Tenendo in considerazione le caratteristiche del contesto istituzionale provinciale e gli elementi emersi dalle consultazioni con gli *stakeholder*, il progetto si è posto i seguenti obiettivi:

- La definizione e la contestualizzazione del concetto di turismo sostenibile.
- La descrizione e la valutazione, sia quantitativa che qualitativa, della situazione esistente del turismo trentino e del sistema delle AAPP della provincia, evidenziandone criticità e potenzialità per l'attuazione di una politica coordinata di turismo sostenibile.
- L'elaborazione di strategie generali per la pianificazione e l'attuazione di politiche coordinate di

turismo sostenibile nelle AAPP del Trentino che rispondano ai problemi individuati nel momento di analisi e che permettano l'individuazione di linee-guida declinabili nelle specificità di ogni singola area protetta, attraverso:

- L'individuazione dei target di clientela di riferimento e la definizione dei contenuti dell'offerta turistica sostenibile legata alle AAPP;
- La definizione delle migliori modalità di fruizione ma anche di costruzione del prodotto turistico;
- La definizione delle sinergie con gli operatori e con il territorio;
- L'individuazione di metodologie e buone pratiche per la costruzione di proposte e prodotti turistici integrati per i diversi segmenti di domanda individuati;
- La sistemazione/adattamento di alcuni percorsi di visita;
- La proposta di un adeguato modello di governance tale da poter sostenere economicamente la gestione delle AAPP nelle loro funzioni di conservazione, educazione, sorveglianza e promozione del turismo sostenibile.

Domande di ricerca

L'elaborazione della strategia TurNat si è basata sul metodo della ricerca-intervento fondato sulle seguenti domande:

Definizione e contributo del turismo sostenibile

1. Quale contributo può dare il turismo sostenibile nella definizione di un nuovo paradigma di sviluppo del turismo trentino?
2. Che contributo può dare il turismo sostenibile al processo di destagionalizzazione del turismo?
3. Come può contribuire il turismo sostenibile a rinnovare e rilanciare l'immagine dell'offerta/brand trentino?
4. Quali mercati/target per il turismo sostenibile?
5. Che peso avrà il patrimonio ambientale/culturale nel turismo del 2020?
6. Come sviluppare servizi di fruizione turistica nei territori delle AAPP garantendo la conservazione nel lungo periodo?
7. Il Trentino ha un obiettivo di diventare un territorio *smart* (ricerca, ict, fibre….). Come può diventare *smart* anche il turismo? Come può il turismo diventare ambito di innovazione?
8. Che contributo potrà dare il turismo sostenibile al miglioramento della qualità di vita delle popolazioni residenti?
9. Come il turismo sostenibile potrebbe migliorare l'accettabilità sociale dell'industria turistica e migliorare la qualità dell'accoglienza?
10. Che contributo può dare il turismo sostenibile alla domanda esistente poco sensibile alle tematiche ambientali? Può il turismo sostenibile essere un'occasione di educazione della stessa?
11. Quali possibili sinergie si possono sviluppare con altri settori, in primis con l'agricoltura?

Sviluppo e promozione dell'offerta turistica sostenibile

1. Il turismo sostenibile è un prodotto turistico oppure un approccio all'accoglienza e ai servizi?
2. Come può essere declinata la sostenibilità nell'offerta turistica?
3. Quali segmenti di mercato sono più interessati ad un'offerta turistica sostenibile?
4. Come sviluppare forme di rete e collaborazione con gli enti di marketing turistico per dare dignità e peso adeguati al turismo sostenibile?
5. Come progettare prodotti che, a partire da certi standard ambientali, siano coinvolgenti, attrattivi e innovativi, in linea con le più riuscite esperienze internazionali?
6. Come si possono integrare i sistemi di mobilità con la fruizione delle aree?
7. Come possono le AAPP proporsi come fornitrici di servizi turistici in maniera efficace anche rispettando le proprie funzioni primarie di conservazione?

Governance

1. Perché è necessario attivare processi partecipativi per sviluppare un'offerta turistica sostenibile?
2. Quali sono gli enti e le istituzioni responsabili per l'attuazione delle strategie?
3. Come definire una struttura economicamente sostenibile che effettui attività coordinate di analisi, monitoraggio, sorveglianza, promozione, educazione e organizzazione?

4. Come dare coerenza e continuità al sistema delle AAPP da un punto di vista sostanziale e di immagine (tematiche, metodi, immagine, tempi)?
5. Come garantire sostenibilità economica alle RR, immaginando servizi condivisi tra le aree?

Per raggiungere gli obiettivi del progetto e rispondere alle domande di ricerca, tsm ha pianificato e attuato un percorso metodologico basato su due livelli paralleli e complementari come visualizzabile in Figura 02. Il percorso TurNat, coordinato dallo staff di tsm, è stato quindi caratterizzato da una parte di ricerca analitica e dall'altra dal coinvolgimento costante degli *stakeholder* attraverso la costituzione e la convocazione a cadenza mensile di un Tavolo di Lavoro TurNat (da qui in poi TLT).

Il processo di analisi

Il processo di ricerca si è sviluppato in quattro momenti, i cui risultati sono stati condivisi nel TLT:

1. analisi della letteratura scientifica e di documenti programmatici e politici;
2. mappatura e analisi di casistica nazionale e internazionale;
3. analisi delle politiche e delle risorse organizzative e gestionali esistenti in Trentino;
4. valutazione dell'esperienza del Parco Naturale Adamello Brenta che ha aderito alla Carta Europea del Turismo Sostenibile nel 2006.

Il processo di coinvolgimento

Per raggiungere gli obiettivi del progetto, tsm ha attivato e supportato il Tourism Think Tank (TTT, la cabina di regia del progetto composta dal Servizio Turismo, dal Servizio Sviluppo Sostenibile della Pat, dal sistema delle AAPP e da Trentino Marketing) pianificando un percorso metodologico scandito dalla convocazione mensile di un Tavolo di Lavoro TurNat (TLT), come è visualizzabile in Figura 02.

Date	Tema
20 settembre 2013	Definizione concetti-chiave del turismo trentino, ruolo della sostenibilità
29 ottobre 2013	Presentazione strategia di turismo sostenibile delle Dolomiti UNESCO (contributo: EURAC)
29 novembre 2013	Prodotti turistici sostenibili in Trentino
29 novembre 2013	Una governance per la strategia TurNat
10 dicembre 2013	Un'agricoltura sostenibile per le AAPP e il turismo sostenibile (contributo: Fondazione Mach, Associazione Baldensis)
13 dicembre 2013	Presentazione strategia TurNat

Tabella 01. Panoramica degli incontri del tavolo di lavoro TurNat

La scelta di costituire e convocare mensilmente il TLT nasce dall'esigenza di sperimentare fin dall'inizio alla strategia TurNat il principio di **partecipazione** e quindi di coinvolgimento degli stakeholder interessati. Per la composizione del TLT si sono applicati i principi d'integrazione e sussidiarietà invitando esponenti delle AAPP (sia a livello provinciale che a livello locale) e del settore turistico sia privato che pubblico. Per quanto riguarda i rappresentanti delle ApT e dei Consorzi, si è usato il criterio di competenza relativo agli ambiti delle RR istituite. Nel corso dei seminari sono stati inoltre coinvolti rappresentanti di: APPA, Fondazione Mach, Eurac, uffici provinciali e altre organizzazioni rappresentative.

Il coinvolgimento si è strutturato temporalmente come visualizzato nella Tabella 01.

Anche se ogni incontro è stato partecipato da soggetti diversi, si è cercato di dare degli elementi di stabilità al progetto, a partire dall'individuazione di un coordinatore per garantire un contatto continuativo ai componenti del TLT. Inoltre, si è cercato di perseguire sempre un alto livello di interattività negli incontri, favorendo la costituzione di un "nucleo stabile ma allo stesso tempo flessibile di partecipanti secondo la logica della geometria variabile a seconda dei temi interessati e strutturando gli appuntamenti sulla base di un intervento d'introduzione concettuale da parte di tsm, seguito di volta in volta da contributi esterni, dall'uso di tecniche proprie del focus group, dalla gestione di lavori di gruppo e altre modalità nelle quali passasse una prassi formativa prima di ascolto-informazione e poi di discussione e di confronto sugli input.

In parallelo a questi incontri ufficiali si è cercato di perseguire sempre una relazione informale e

continuativa con tutti gli *stakeholder* garantendo la massima disponibilità e apertura per confrontarsi e discutere la strategia anche al di fuori degli incontri ufficiali.

In tutto, in cinque mesi sono stati coinvolte oltre 60 persone di 20 diversi enti tra cui PaT, comuni, Comunità di Valle, AAPP, ApT, consorzi, associazioni, associazioni di categoria, istituti di ricerca e istituti di formazione.

Una lista esaustiva delle persone coinvolte nel TLT nei cinque mesi di percorso è disponibile a pagina 3, nella sezione dei contributi alla pubblicazione.

Il percorso TurNat si è articolato nelle seguenti fasi:

- 1° fase: ricerca di materiali, dati e best practices; coinvolgimento stakeholder e impostazione metodologica (agosto 2013 – aprile 2014);
- 2° fase: coinvolgimento stakeholder, analisi dei problemi e delle potenzialità attuali e definizione della strategia TurNat (ottobre 2013 – marzo 2014);
- 3° fase: Sintesi e scrittura report (dicembre 2013 – agosto 2014).
- 4° fase: Approvazione, condivisione e divulgazione risultati.

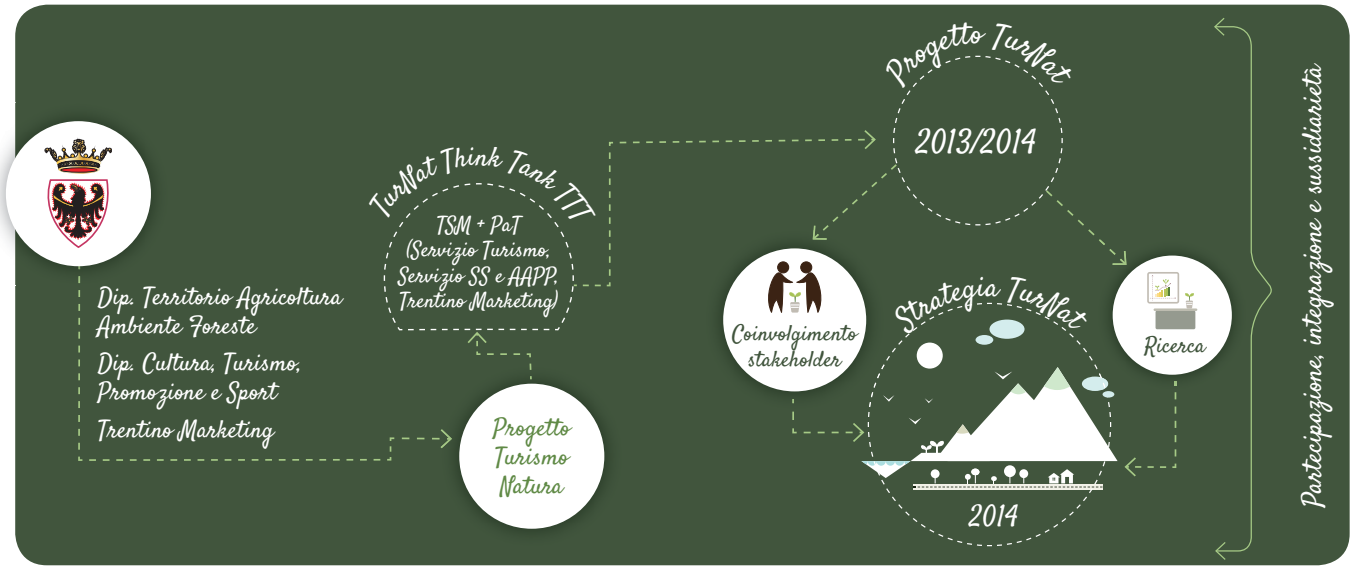


Figura 02. Il processo della strategia TurNat

I Dieci Cardini della Strategia TurNat

L'intero processo metodologico che ha portato alla definizione delle problematicità e alla costruzione del contenuto stesso delle linee strategiche proposte in questo report, è ispirato a dieci princìpi condivisi dal tavolo di lavoro e che sono sostenuti dalla letteratura scientifica e dalle migliori esperienze internazionali. In particolare, come documenti di riferimento sono stati considerati i testi inerenti per scopo e per tema al progetto, quali: la comunicazione del 2007 della Commissione Europea "Agenda for a sustainable and competitive European tourism", il documento sul turismo sostenibile nelle Dolomiti UNESCO, la Carta Europea per il Turismo Sostenibile (CETS) nelle AAPP e la relazione sullo stato delle Alpi pubblicata dalla Convenzione delle Alpi sul turismo sostenibile (2013).

La strategia TurNat si è basata sui seguenti dieci principi:

1. Approccio **trasversale e intersettoriale**, con particolare attenzione **alle tre dimensioni della sostenibilità**: performance economica, protezione della biodiversità e miglioramento della qualità di vita della comunità residente e alla **pianificazione a lungo termine**;
2. Approccio mirato al **miglioramento delle sinergie** tra turismo, conservazione della natura e agricoltura;
3. Approccio integrato alla ***governance*** fra livello provinciale (di coordinamento) e territoriale

(dove vengono o sono avviati processi di partecipazione locale);

4. Approccio **multi-*stakeholder*** sia a livello provinciale che territoriale nella singola area protetta mediante il coinvolgimento di:
   - amministrazioni interessate, sia a livello comunale che di Comunità di Valle;
   - AAPP del territorio provinciale, includendo tutte le aree gestite da un ente (nazionale, provinciale, comunale o associativo);
   - enti e soggetti rilevanti per lo sviluppo di prodotti turistici nelle singole aree e a livello provinciale;
   - enti e soggetti rilevanti per la promozione del territorio nelle singole aree e a livello provinciale;
   - enti e soggetti incaricati della manutenzione della sentieristica e della segnaletica;
   - singoli operatori turistici, quali albergatori, commercianti, organizzatori di eventi, cooperative responsabili per i servizi di guida escursionistica o di promozione del territorio, guide alpine;
   - enti di ricerca e di monitoraggio ambientale;
   - enti e soggetti rilevanti per lo sviluppo dell'agricoltura locale, estensiva, biologica e di qualità.
5. Approccio metodologico che tenga conto della **pianificazione partecipata e dell'attuazione congiunta** e nel quale il monitoraggio è lo strumento informativo per migliorare le politiche in corso;
6. Approccio **olistico al concetto di conservazione e promozione del patrimonio territoriale** inteso non solo come paesaggio naturale, ma come insieme di valori storico-culturali;
7. Promozione di un turismo di **qualità** basato sull'**esperienza** della vacanza;
8. Comprensione degli **impatti diretti e indiretti** del turismo;
9. Approccio allo sviluppo di politiche turistiche che miri al **miglioramento dell'offerta esistente** e allo sviluppo del prodotto turistico piuttosto che all'ampliamento delle infrastrutture;
10. **Ottimizzazione** delle risorse economiche e organizzative esistenti.

Fotografia 04. Corno della Paura nel SIC Bocca d'Ardole del Parco Naturale Locale Monte Baldo, Foto dell'archivio del Parco Naturale Locale

La situazione del Turismo in Trentino e i suoi impatti

Considerato l'obiettivo di TurNat di diffondere un approccio sostenibile allo sviluppo turistico del Trentino è fondamentale partire da un'analisi della situazione corrente per poi individuare le relative criticità e punti di forza da affrontare.

Per descrivere la situazione del turismo in Trentino e meglio comprenderne l'impatto sociale, economico e ambientale, bisogna considerare analiticamente il turismo come la somma degli elementi che compongono la sua catena dei servizi come rappresentata dalla Figura 03, pensando al viaggio dal momento della pianificazione sino a quello del rientro.

Quando si parla di sostenibilità nel turismo è importante avere un approccio ampio e comprensivo che guardi anche alle conseguenze indirette, come ad esempio la sua accettazione da parte della comunità locale o alle conseguenze per altri settori.

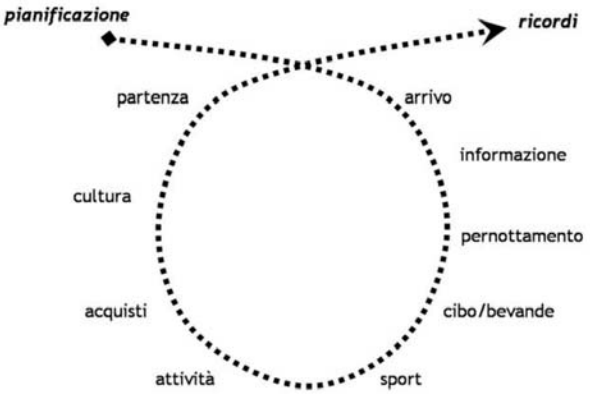


Figura 03. Il processo temporale del viaggio (Elmi e Wagner, 2013)

Se si considerano attentamente le potenziali conseguenze delle attività turistiche, parziale obiettivo del presente documento, si può anche individuare le direzioni per trasformare i rischi in opportunità e per direzionare il turismo e i suoi flussi verso un contributo che possa essere positivo da più punti di vista sia per il turista che per il territorio e la comunità che ha visitato.

Il turismo in Trentino

Il turismo in Trentino ha una lunga storia che coincide con la scoperta della bellezza delle sue vette e montagne. La sua storia infatti nasce grazie alle sue risorse naturali: acque termali, aria salubre, vette e foreste inesplorate e alla necessità di dare ospitalità a italiani e stranieri che alla fine dell'ottocento cercavano nuove avventure nelle Alpi (Deflorian e Richiardone, 2002). All'alpinismo si affiancò sin dall'inizio il turismo termale e comunque legato all'aria e agli ambienti salubri che sembravano rinvigorire lo spirito sia ad imperatori che a semplici esploratori. Infine, con lo sviluppo economico avvenuto in Italia e in Europa nel secondo dopoguerra, il Trentino sperimenta un turismo che si trasforma da attività d'élite a pratica di massa. Piste da sci e villeggiature stagionali sono parole chiave per capire il cambiamento che dagli anni '70 ha interessato questo territorio.

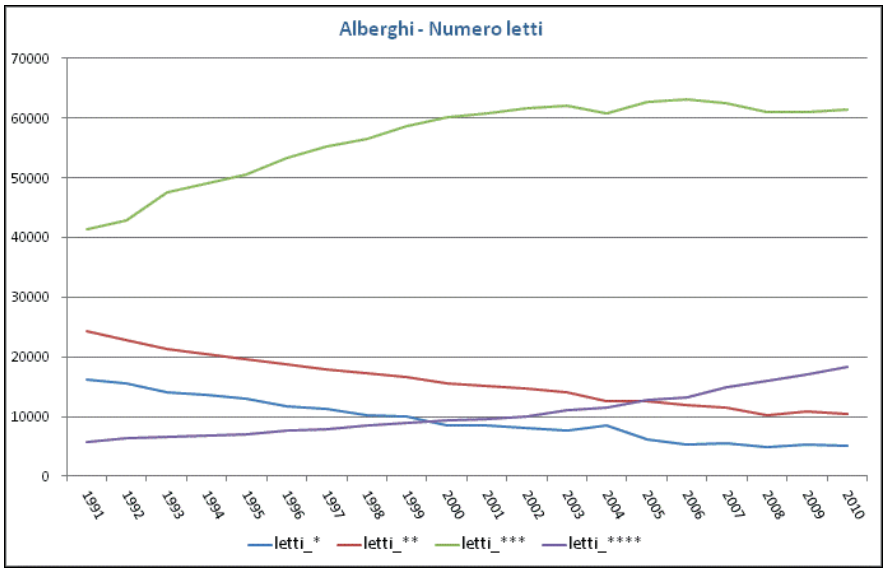


Figura 04. Numero letti nelle strutture (E-Tourism 2011)

Oggigiorno, il turismo è uno dei pilastri dell'economia trentina e rappresenta circa il 15% del PIL provinciale. Un addetto su 8 (oltre 30.000 lavoratori) è occupato nel turismo e ogni anno l'industria del tempo libero genera un giro di affari di circa 3 miliardi di euro tra effetti diretti ed indotti.

Un'indagine compiuta dalla Provincia di Trento nel 2011 stimava che l'impatto globale della spesa dei turisti pernottanti fosse pari a 2.830 milioni di euro che dessero vita a impatti diretti per il 68,6%, indiretti per il 5,8% e indotti per il 25,6%.

Le rilevazioni relative alle ultime stagioni mostrano un quadro di sostanziale tenuta degli arrivi e delle presenze, ma un panorama piuttosto variegato nel territorio provinciale, con alcune zone in piena salute e altre che mostrano qualche segno di difficoltà.

Le presenze turistiche nel 2013 sfiorano i 30 milioni, che rappresentano il 7,7% del movimento turistico nazionale, mentre gli arrivi ammontano a 5 milioni.

Come evidenziato nella Tabella 02, questi numeri sono resi possibili da un'offerta di strutture e servizi che ha pochi eguali in Italia. In Trentino si contano 481.181 posti letto (dato 2012) di cui una parte significativa è in seconde case (il 41,5%), mentre i posti letto alberghieri non arrivano al 20%. La ricettività extralberghiera (garnì, B&B, affittacamere, ostelli, rifugi) ammonta a 73.815 posti letto (pari al 15.3%), mentre i posti letto nelle strutture private date in locazione sono 113.791 e rappresentano il 23.6%.

Questa struttura dell'offerta ricettiva appare sbilanciata verso gli appartamenti e le seconde case, con problemi evidenti di controllo della qualità e limitato impatto imprenditoriale e occupazionale. Gli appartamenti con un marchio di qualità (le "genziane") in Trentino sono solo il 14% del totale. Esiste poi un problema piuttosto serio di occupazione dei posti letto nelle seconde case, vuote per lunghi periodi dell'anno e che producono impatti trascurabili sulle economie dei luoghi, o addirittura dis-economie a livello paesaggistico e ambientale. Impietoso da questo punto di vista è il confronto con la vicina provincia di Bolzano, in cui solo l'11% dei posti letto è in seconde case.

Nel settore alberghiero il dato che maggiormente colpisce riguarda il miglioramento qualitativo generale dell'offerta alberghiera (si veda Figura 04), che vede un incremento dell'offerta di letti in hotel a 4 e 3 stelle e una diminuzione netta dei posti letto a 1 e 2 stelle come risultato di uno

sforzo pubblico e privato nella direzione di una riqualificazione complessiva dell'offerta alberghiera.

Non mancano però le criticità, legate soprattutto ai bassi tassi di occupazione in alcune zone del Trentino, cui si aggiungono posti letto a prezzi bassi applicati per attirare clientela, con conseguenze negative sulla stabilità economico-finanziaria di numerose strutture.

Infine, per quanto riguarda il settore extra-alberghiero si registra una buona vivacità sia nell'evoluzione dell'offerta (cresciuta negli ultimi 10 anni), sia nella qualità dei servizi. In una ricerca condotta nel 2013 da tsm-Trentino School of Management, gli agriturismi e i B&B ottengono un indice reputazionale (tsm, 2014) piuttosto alto, nell'ordine del 93/100, segno che **l'ospitalità agrituristica e l'accoglienza genuina e famigliare sono particolarmente apprezzate dai clienti.**

Le innovazioni introdotte non appaiono del tutto sufficienti per mettere in sicurezza il turismo trentino, e forse non esiste una ricetta per farlo. Le caratteristiche dei mercati internazionali, l'aumento della concorrenza, la pervasività delle tecnologie, obbliga gli operatori del turismo ad innovare permanentemente l'offerta per rispondere efficacemente alle modificazioni del contesto competitivo e ai cambiamenti della domanda.

Ma adottare un nuovo abito mentale disposto all'apprendimento continuo e all'innovazione non è facile per un operatore, che fatica a comprendere come mai ciò che ha sempre funzionato in passato, oggi non funziona più, o funziona meno.

I cambiamenti d'altronde sono molto significativi e per certi aspetti sconcertanti per chi era abituato ad una domanda fidelizzata e stabile e doveva confrontarsi con una concorrenza molto meno globale

Anno	Esercizi alberghieri		Esercizi complementari		Totale		Alloggi privati		Seconde case	
	Numero	Letti	Numero	Letti	Numero	Letti	Numero	Letti	Numero	Letti
1986	1.843	82.325	1.381	54.439	**3.224**	**136.764**	25.991	121.182	29.354	139.742
1990	1.808	87.507	2.578	58.332	**4.386**	**145.839**	28.392	131.192	29.960	133.948
1995	1.728	90.166	1.905	62.968	**3.633**	**153.134**	24.828	112.996	38.658	175.300
2000	1.615	93.522	894	61.304	**2.509**	**154.826**	25.140	116.316	42.460	189.474
2005	1.570	94.162	1.066	64.295	**2.636**	**158.457**	24.751	113.006	42.350	188.772
2009	1.553	94.426	1.258	70.503	**2.811**	**164.929**	24.966	113.886	44.978	199.821
2010	1.553	95.250	1.295	71.139	**2.848**	**166.389**	24.966	113.886	44.978	199.821
2011	1.517	93.985	1.326	71.362	**2.843**	**165.347**	24.965	113.886	44.978	199.821
2012	1.527	94.242	1.401	73.671	**2.928**	**167.913**	24.933	113.795	44.978	199.821
2013	**1.528**	**93.754**	**1.438**	**73.815**	**2.966**	**167.569**	**24.929**	**113.791**	**44.978**	**199.821**

Tabella 02. Numeri e ricettività negli esercizi alberghieri e complementari, negli alloggi privati e nelle seconde case (1987-2013) (Servizio Statistica, 2014)

Un contesto di cambiamento

Il turismo svolge in Trentino un ruolo di importanza primaria sia per le conseguenze ambientali, che per quelle socio-economiche. Il Trentino è ormai un'importante destinazione turistica che riscontra evidenti segni di maturità e sta affrontando la complessità degli attuali cambiamenti in corso. Nel presente capitolo verrà fornita una panoramica sullo stato attuale del turismo in Trentino, prendendo in considerazione sia fattori endogeni che esogeni. Tale situazione verrà presentata in un'ottica critica per individuare gli impatti e le azioni su cui lavorare per rendere il turismo uno dei settori strategici del Trentino all'interno di una visione di sostenibilità di lungo-periodo.

Le destinazioni turistiche trentine stanno affrontando un cambiamento significativo del mercato turistico, da un lato diversificando l'offerta e dall'altro rinnovando la domanda puntando sui nuovi mercati internazionali.

ed agguerrita. Oggi il turista è informato, infedele, usa con disinvoltura i media sociali per raccontare e condividere, ha più possibilità di scelta. Vuole vivere esperienze intense e coinvolgenti e usa il territorio e le sue risorse per costruire la migliore esperienza possibile.

Gli ingredienti dell'esperienza turistica sono molteplici: non deve mancare l'autenticità, la qualità, la relazione, l'incontro, il benessere. E soprattutto non può mancare la natura, come dimostrano con evidenza moltissime ricerche (tra gli altri Martini e Buffa, 2012; Pilotti et al., 2012).

Oggi i turisti cercano la natura, ma non solamente quella da cartolina, poiché riconoscono che la natura è la fonte più portentosa di benessere fisico e psichico. Anche le aziende devono organizzarsi e predisporre un'offerta che sia in grado di garantire piena soddisfazione alle richieste e alle aspettative del cliente.

C'è chi arriva a sostenere che "sustainability is the

new quality" (Dües et al., 2013; Sheehan, 2012) e che i processi aziendali di riduzione delle emissioni e degli impatti siano in sostanza un modo per rendere più efficiente, più competitiva, più sana un'azienda al pari di quello che fece il *total quality management* negli anni '80 e '90.

Adottare una prospettiva *eco-friendly* nella gestione di un'azienda o di un territorio sarà sempre meno un'opzione e sempre più una scelta obbligata. La sostenibilità permette di costruire un nuovo patto tra natura e uomo e rappresenta la sola risposta possibile al cambiamento climatico, che minaccia seriamente la tenuta degli ecosistemi. Anche il turismo potrebbe in questo senso dare un apporto significativo a riempire di contenuti e sostanza questo patto. La consapevolezza della situazione climatica è sempre più diffusa nella popolazione, come sempre più diffusa è la volontà di "fare la propria parte" per alleviare la febbre del pianeta, anche quando si è in vacanza.

La sostenibilità però non può più essere ridotta a singolo elemento dell'offerta, ma attraversa i diversi elementi della catena del valore turistica. Oggi è necessario parlare di una "catena del valore verde", che riguarda sia i servizi ricettivi (meno emissioni, più riciclo, tecniche costruttive naturali), sia gli altri elementi dell'esperienza turistica territoriale, in particolare la mobilità che oggi assume un'importanza centrale nella creazione di una vacanza/esperienza autenticamente "verde".

Il Trentino non può quindi prescindere dalla risorsa "territorio" e dall'ambiente naturale. Se ha saputo raggiungere risultati così importanti lo si deve anche alla presenza di risorse naturali, paesaggistiche, ambientali uniche e quindi non riproducibili altrove.

Altro aspetto importante di cambiamento del turismo è rappresentato dalla tecnologia. Se ne parla molto, è un tema ormai molto presente nel dibattito pubblico, per i risvolti economici e manageriali che implica e per le opportunità e insidie che comporta per gli operatori.

Di certo il turismo è il settore economico che più è stato cambiato dalle tecnologie digitali. Sono cambiati modelli di business, modi di comunicare, percorsi di scelta e acquisto, fonti informative, strumenti di fruizione. Il nuovo turismo, emerso dalla rivoluzione digitale, richiede nuove competenze, nuove politiche, nuove organizzazioni.

Secondo la ricerca dell'Accademia d'Impresa e S3.Studium (2013) i fattori che nei prossimi anni influenzeranno maggiormente l'evoluzione del turismo in Trentino saranno:

- La situazione economica nazionale;
- La capacità del Trentino di differenziare i propri elementi attrattive;
- Le circostanze e la qualità dell'innevamento;
- La richiesta di personalizzazione dell'offerta;
- La crescente competizione internazionale;
- L'attenzione del Trentino a tutelare il proprio paesaggio;
- Il declino della domanda dello sci da discesa;
- La maggiore propensione all'uso delle tecnologie;
- L'interesse per la storia e la cultura locali;
- Il maggior interesse per la vacanza salute.

Il problema della stagionalità

Il turismo in Trentino è un fenomeno tipicamente stagionale, ma la stagionalità non è la stessa in tutte le zone del Trentino ed esistono differenze molto significative tra i diversi ambiti. Le località montane hanno una stagionalità diversa da quelle lacustri, che a loro volta sono diverse da quelle cittadine.

In Trentino possono essere identificate 4 macro-tipologie di aree in base alla stagionalità presente.

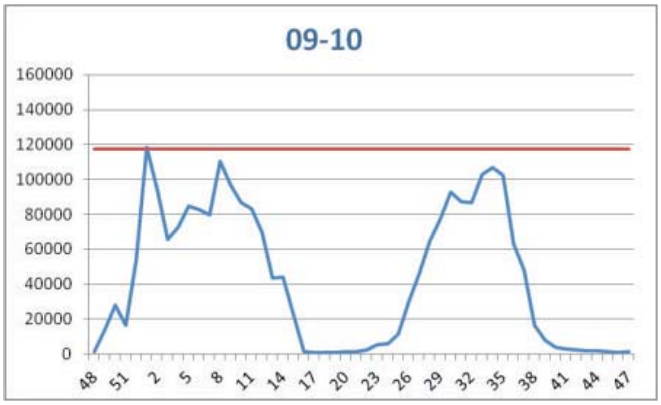


Figura 05. Tipologia 1: bi - stagionalità accentuata

Questo è il caso classico di molte località sciistiche trentine che presentano due stagioni ad alta concentrazione turistica con picchi in corrispondenza del Natale e Ferragosto e altri periodi dell'anno senza presenze turistiche.

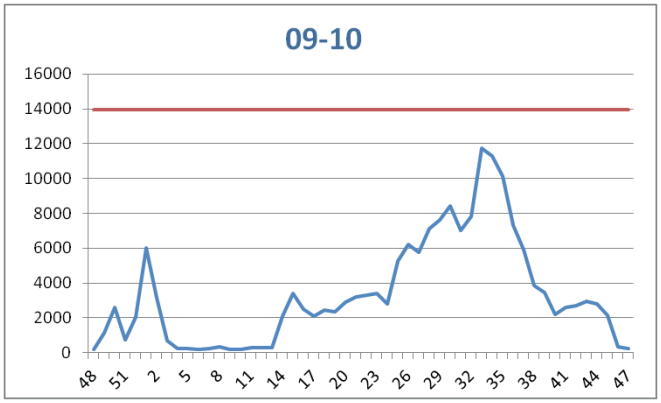


Figura 06. Tipologia 2: bi - stagionalità con inverno limitato

La seconda tipologia riguarda le località termali o valli con minime attività legate allo sci. La stagione "forte" è l'estate, che ha una durata più lunga rispetto alle località di alta montagna grazie al clima più mite, mentre l'inverno è una stagione decisamente secondaria, le cui presenze si concentrano La seconda tipologia riguarda le località termali o valli con minime attività legate allo sci. La stagione "forte" è l'estate, che ha una durata più lunga rispetto alle località di alta montagna grazie al clima più mite, mentre l'inverno è una stagione decisamente secondaria, le cui presenze si concentrano soprattutto in corrispondenza della settimana di Natale.

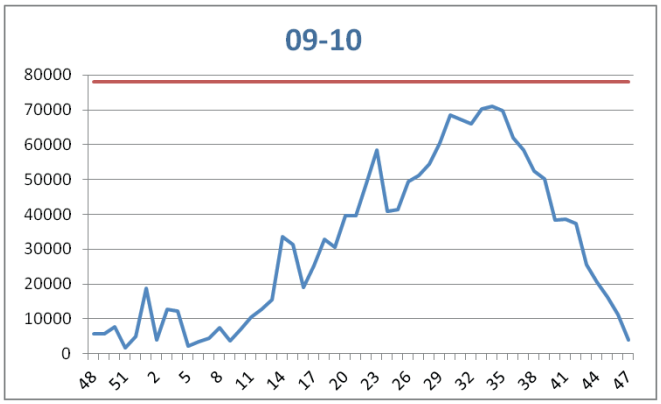


Figura 07. Tipologia 3: mono - stagione lunga

Questo è il caso tipico della zona del Garda Trentino, in cui si registra un movimento turistico distribuito soprattutto tra la primavera e l'autunno.

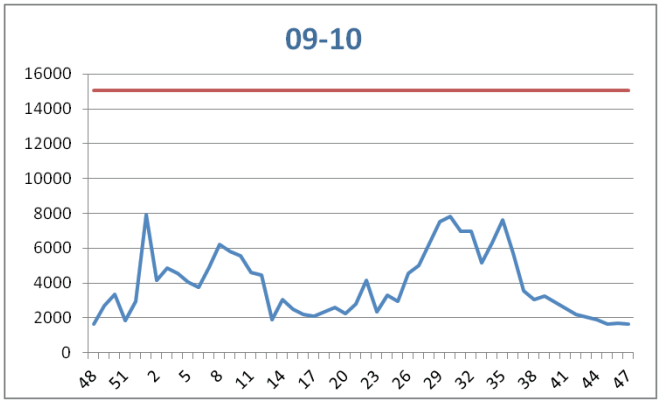


Figura 08. Tipologia 4: bi - stagionalità moderata

A quest'ultima tipologia appartengono le città di Trento e Rovereto, dove si mescolano la motivazione "leisure" con quella "business". In questo caso le presenze sono più uniformemente distribuite lungo l'anno, pur registrandosi due picchi concentrati nei periodi tradizionali (Natale e Ferragosto), grazie soprattutto alle località di montagna (come il Monte Bondone e l'Altopiano di Brentonico).

In generale, come conclude anche la ricerca di Accademia d'Impresa e S.3Studium (2013) la destagionalizzazione emerge come esigenza impellente per il turismo in Trentino. Infatti l'alta concentrazione in estate e in inverno lascia inutilizzato per lunghi periodi il sistema ricettivo e ciò si riflette anche sull'occupazione lavorativa.

Il turismo invernale tra crisi della clientela tradizionale e nuove frontiere da esplorare

Come detto, il turismo in Trentino non è un fenomeno monolitico, ma presenta caratteristiche assai diversificate a seconda degli ambiti geografici e del prodotto prevalente. Una grande distinzione però riguarda le due macro famiglie del turismo trentino, l'inverno e l'estate, per cui valgono considerazioni sostanzialmente diverse per quanto riguarda prodotti, servizi, clientela.

Il turismo invernale si trova in una fase di piena maturità in cui convivono luci ed ombre.

DISCIPLINA	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14
SCI DA DISCESA	2.050.000	2.055.000	2.080.000	2.085.000
SCI DA FONDO	310.000	280.000	290.000	294.000
SOWBOARD	590.000	585.000	515.000	495.000

SCIALPINISMO	33.000	36.500	41.000	48.000
FREESTYLE	94.000	97.000	104.000	114.000
CISPOLE	322.000	355.000	435.000	480.000
ALTRE DISCIPLINE	92.000	98.500	102.000	155.000
TOTALE	3.491.000	3.507.000	3.567.000	3.671.000

Tabella 03. Praticanti per disciplina sportiva invernale in Italia (Centro Studi JFC, 2014)

Le ombre riguardano soprattutto la contrazione della domanda proveniente dai mercati tradizionalmente forti del Trentino dello sci, l'Italia e la Germania, a causa di un progressivo "disamoramento" dei turisti per questo sport, anche a seguito della crisi economica. Se un tempo, almeno fino a tutti gli anni '90, la settimana bianca era un *must* per molte famiglie italiane, oggi la settimana "perde pezzi" e la durata della permanenza nelle località della neve diminuisce, anche se ci sono segnali di un suo "recupero" grazie soprattutto alle promozione e alle offerte molto vantaggiose di alcune località turistiche. Lo sci inoltre è dispendioso per molte famiglie che non riescono (o non vogliono) sostenere costi elevati per le attrezzature e le risalite.

C'è poi un problema "culturale". Oggi mancano i testimonial mediatici in grado di rilanciare l'immagine dello sci (negli anni '90 Alberto Tomba era uno dei personaggi sportivi più amati) che è ormai scomparso anche dai palinsesti televisivi come dimostra la mancata copertura delle Olimpiadi di Sochi da parte della televisione nazionale.

Il combinato disposto di costi eccessivi e di perdita di immagine hanno causato un allontanamento dallo sci alpino che ha fatto precipitare i praticanti dal 5% della popolazione italiana al 2% tra il 1990 e il 2013.

A questa evidente flessione della domanda interna è corrisposta, per fortuna di tutto il sistema dello sci, una decisa crescita della domanda internazionale, soprattutto dell'Est Europa, che ha sostanzialmente "sostituito" la fuga di italiani e tedeschi dalle piste del Trentino.

L'incremento dei turisti stranieri è stato del 35% tra l'inverno 2000/01 e l'inverno 2012/13 e la quota di turisti stranieri ha superato il 40 % sul totale delle presente invernali. Tra i mercati più rilevanti si segnala la Polonia (diventato il primo mercato), la Repubblica Ceca e la Russia, che sta crescendo a tassi molto significativi.

Oltre a questi cambiamenti quantitativi, è bene mettere in luce i cambiamenti qualitativi del turismo invernale. Oggi appare appropriato parlare di "turismo della neve" e non solo di "turismo dello sci" (Macchiavelli, 2004; Massarutto, 2008), a suggerire una diversa maniera di intendere la vacanza invernale. Ci sono meno praticanti dello sci, ma questo non vuol dire che si rinunci alla vacanza invernale, ma si cercano nuovi modi di vivere la montagna in inverno. Si praticano discipline più "slow" come lo sci nordico, il winter trekking e le escursioni con le ciaspole. Allo stesso modo si dà molta importanza alla qualità dell'accoglienza in tutte le sue manifestazioni mentre aumenta l'importanza di benessere e gastronomia come componenti ormai irrinunciabili della vacanza bianca. Questo vale sia per coloro che non sciano che per coloro che praticano questa disciplina, ma che passano meno tempo sugli sci e quindi vivono più intensamente la destinazione e richiedono nuovi servizi e nuove opportunità di esperienza (PAT, 2013).

Come evidenziato della Tabella 03, nel turismo invernale cambiano anche le discipline. Negli ultimi anni si assiste ad una significativa differenziazione degli stili e accanto allo sci alpino, si affaccia il freestyle e lo scialpinismo. Lo snowboard sembra in una traiettoria discendente, mentre si ritiene che lo sci da fondo stia trovando un'area di "tenuta".

Il turismo estivo e la necessità dell'innovazione

Anche per il turismo estivo ci sono più luci che ombre. Le presenze continuano a crescere anno dopo anno, ma si sta rinforzando la tendenza alla concentrazione dei flussi in alcune aree geografiche "forti" e in alcuni periodi dell'anno, con conseguente diminuzione delle presenze in zone minori e nei periodi di coda stagionale.

Il prodotto estivo è per certi aspetti più complesso di quello invernale, costruito attorno allo sci. In estate i territori si aprono, si moltiplicano le possibilità di vivere i luoghi, il turista è più curioso e interessato a scoprire ciò che un territorio custodisce.

Le destinazioni turistiche sono quindi sollecitate a progettare idee e offerte innovative per il visitatore e devono supportare la fruizione del territorio attraverso la progettazione di nuovi servizi e di nuove alleanze tra pubblico e privato.

Per quanto riguarda la provenienza dei turisti, in estate la domanda italiana è prevalente, ad ecce-

zione del lago di Garda dove la domanda estera, soprattutto della Germania, rappresenta la maggioranza. Il fatto che la domanda italiana sia ancora maggioritaria rappresenta probabilmente la maggiore debolezza del turismo estivo: la dipendenza da un mercato principale che in questi anni sta soffrendo molto e non appare ancora in una prospettiva di recupero, mette a rischio la tenuta del sistema.

Nel giro di pochi anni, il turismo estivo ha cambiato vocazione. La classica promessa di "relax e aria buona" non basta più per convincere i turisti a frequentare le montagne e i laghi del Trentino, motivo per cui è necessario per gli enti turistici e per gli operatori progettare nuovi prodotti e nuove proposte che diversifichino l'offerta e si pongano in relazione con la nuova domanda e i nuovi bisogni che questa esprime. Negli ultimi anni il Trentino pare aver puntato soprattutto sul turismo attivo, promuovendo il territorio come una "palestra a cielo aperto" che soddisfa i turisti sportivi più esigenti e consente di effettuare le discipline più disparate. Anche la scelta di invitare alcuni grandi club calcistici (Internazionale e Bayern su tutti) per la preparazione precampionato risponde alla strategia di posizionare il Trentino come terra attiva e vocata allo sport. Gli sport più praticati in Trentino sono il trekking, grazie alla straordinaria offerta di sentieri e rifugi del territorio, gli sport d'acqua, soprattutto nel Garda e da una decina di anni a questa parte gli sport della bicicletta, che hanno conosciuto una consistente espansione visto una significativa innovazione nell'offerta, sia dal punto di vista infrastrutturale (piste ciclabili, segnaletica, sentieri), sia dal punto di vista dei servizi di accoglienza (ospitalità dedicata, mappe, georeferenziazione).

L'intensità turistica

Misurare la pressione dei flussi turistici in una destinazione non è un'operazione semplice. Per avere un'indicazione della pressione turistica nel territorio trentino si sono utilizzati gli stessi indicatori valorizzati anche dal Segretariato della Convenzione delle Alpi (2013) e dall'Eurac (Elmi e Wagner, 2013) usando rispettivamente l'indice di intensità turistica e quello di funzione turistica. A questi è stato aggiunto l'indice di antropizzazione calcolato dal Servizio provinciale trentino di statistica.

L' intensità turistica si misura tradizionalmente riferendosi al numero di posti letto per numero di abitanti. Come ricorda il segretariato permanente della Convenzione delle Alpi (2013) è il classico indicatore orientato sull'offerta che misura la distribuzione geografica delle strutture turistiche. Tale indice è anche chiamato **tasso di ricettività** ed è ottenuto dividendo il numero dei letti negli esercizi ricettivi (escluse le seconde case) di un'area per gli abitanti della stessa[1]. Esso rappresenta la potenzialità turistica di un'area relativamente alle altre risorse economiche. Un altro indicatore interessante per completare il quadro dell'offerta è l'individuazione delle strutture ricettive che hanno adottato strumenti volontari di riduzione delle emissioni diminuendo l'uso di risorse e la produzione di rifiuti (tale dato è disponibile nel paragrafo specifico Strumenti volontari per le imprese turistiche).

L'indice di funzione turistica in base alla popolazione è invece un indicatore orientato alla domanda. Esso è anche noto come **tasso di turisticità** ed è ottenuto dividendo il numero medio di turisti negli esercizi ricettivi (escluse le seconde case) di un'area per gli abitanti della stessa. Esso rappresenta quindi l'effettivo peso del turismo rispetto alle dimensioni della zona.

Infine **l'indice di massima antropizzazione** si riferisce al rapporto fra le presenze turistiche del giorno di massimo afflusso e la popolazione residente. Esso dà un'idea dello "sforzo" sopportato da un'area e dalle sue strutture nei giorni di massima attività turistica; può servire, ad esempio, per poter dimensionare alcuni servizi pubblici, per valutazioni d'impatto ambientale, ecc.

In generale, tutti e tre gli indicatori turistici portano a una mappa del turismo trentino caratterizzata da alcuni poli di concentrazione in corrispondenza delle aree dolomitiche, nell'area del Garda e nei Comuni degli altopiani cimbri (Folgaria e Lavarone). Ma la consistenza e le caratteristiche del fenomeno sono molto variegate nel Trentino soprattutto nella relazione che si instaura tra luogo e flusso turistico. Alcuni luoghi presentano una spiccata vocazione turistica, altri ne appaiono meno dipendenti, altri infine ne sono limitatamente interessati. Le mappe seguenti raffigurano in senso spaziale i flussi facendo emergere **la disomogeneità dei flussi turistici che interessano i territori delle AAPP.** Questo quadro fa emergere la necessità di rendere i flussi più sostenibili anche in termini geografici cogliendo anche l'opportunità di riequilibrare i flussi in senso temporale e spaziale così da alleviare la pressione da aree congestionate e portare nuovi flussi

1 L'indice si riferisce ai posti letto disponibili nelle strutture alberghiere, negli esercizi complementari (es. campeggio, agriturismi) e negli alloggi privati (camere o appartamenti) dati in affitto temporaneo per scopo turistico escludendo però le seconde casi.

in aree finora più marginali, nonché da allungare la stagionalità e quindi la redditività turistica.

Come mostra la Figura 09, le aree che presentano la maggiore pressione antropica dovuta al turismo (ovvero le presenze calcolate nel momento di massimo afflusso in relazione alla popolazione residente) sono i Comuni dalla Val di Sole, della val di Fassa, dell'altopiano della Paganella e degli Altopiani cimbri. In determinati momenti dell'anno (le vacanze natalizie e Ferragosto) le presenza turistiche superano di 5 volte i residenti, creando una pressione significativa sui luoghi. Ospitare una popolazione 5 volte superiore a quella residente, sia pur per pochi giorni all'anno, comporta infatti delle serie conseguenze sugli ecosistemi locali in termini di traffico, inquinamento, affollamento, produzione dei rifiuti.

Come mostra la Figura 10, i Comuni dove si registra il maggiore tasso di turisticità sono Mezzana, Andalo, Campitello di Fassa, Dimaro, Mazzin, Canazei, Pinzolo e Folgaria. La mappa rende evidente come i due parchi naturali provinciali e il parco nazionale siano interessati da un'alta pressione turistica, mentre nelle altre AAPP essa risulta mediamente elevata. Nell'area dell'altopiano di Brentonico, nel comune di Trento e nella Valle di Cembra il tasso di turisticità è inferiore a 0,24, il che significa che, mediamente, la popolazione turistica è circa un quarto di quella residente. Più elevato è il tasso di turisticità nei Comuni della val di Fiemme e di Ledro (si arriva al 40% di turisti sulla popolazione residente) mentre nell'Alto Garda e il tasso si situa tra 0.5 e 1.00, e quindi la popolazione turistica arriva ad eguagliare la popolazione residente. Il picco più alto in riferimento alla turisticità si registra nel comune di Pinzolo, in alta val Rendena, dove i turisti sono mediamente il doppio dei residenti.

Come mostra la Figura 11, l'intensità della domanda è sostanzialmente riflessa anche attraverso l'indice di ricettività legato alle caratteristiche dell'offerta. Esso si riferisce ai posti letto disponibili nelle strutture alberghiere, negli esercizi complementari (es. campeggio, agriturismi) e negli alloggi privati (camere od appartamenti dati in affitto temporaneo per scopo turistico). Non prende però in considerazione le seconde case che hanno un peso significativo sul totale della ricettività trentina. Infatti, come si può notare nella Tabella 02, i posti letto delle seconde case corrispondono a più di un terzo del totale ricettivo. L'indice di ricettività conferma i dati della domanda e quindi l'esistenza di poli di concentrazione turistica soprattutto a nord ovest e nord est, ma anche nel Primiero e nell'Altopiano di Lavarone, Folgaria e Luserna. Dati di ricettività minore caratterizzano invece la Bassa Val di Non, Val di Cembra e Chiese.

Da tutte e tre le mappe emerge chiaramente la disomogeneità dell'intensità turistica distribuita in poli di concentrazione ed è quindi evidente la necessità di rendere i flussi più sostenibili anche in termini geografici, in modo da favorire il riequilibrio spaziale e temporale delle presenze turistiche così da alleviare la pressione da aree congestionate, portare nuovi flussi in aree marginali, allungare la stagionalità e quindi la redditività turistica.

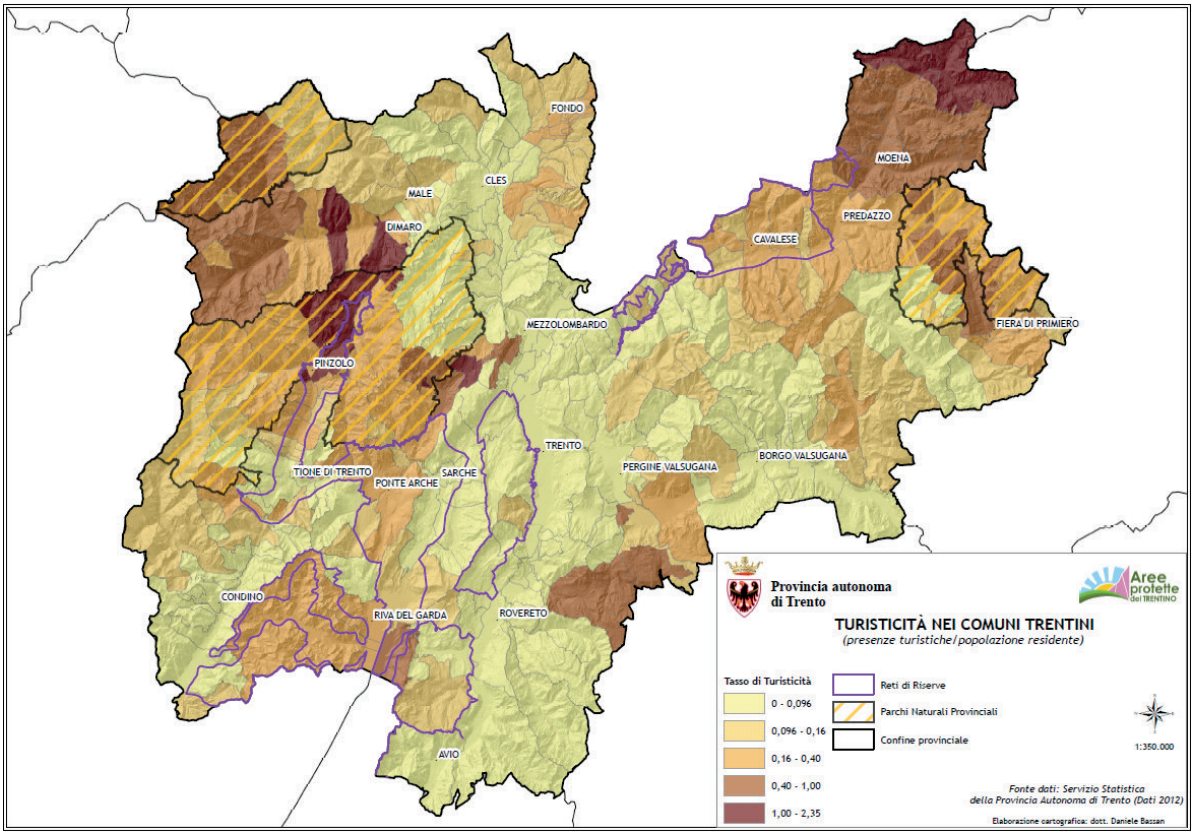


Figura 09. Massima antropizzazione nei comuni trentini (Servizio Sviluppo Sostenibile e AAPP, PAT)

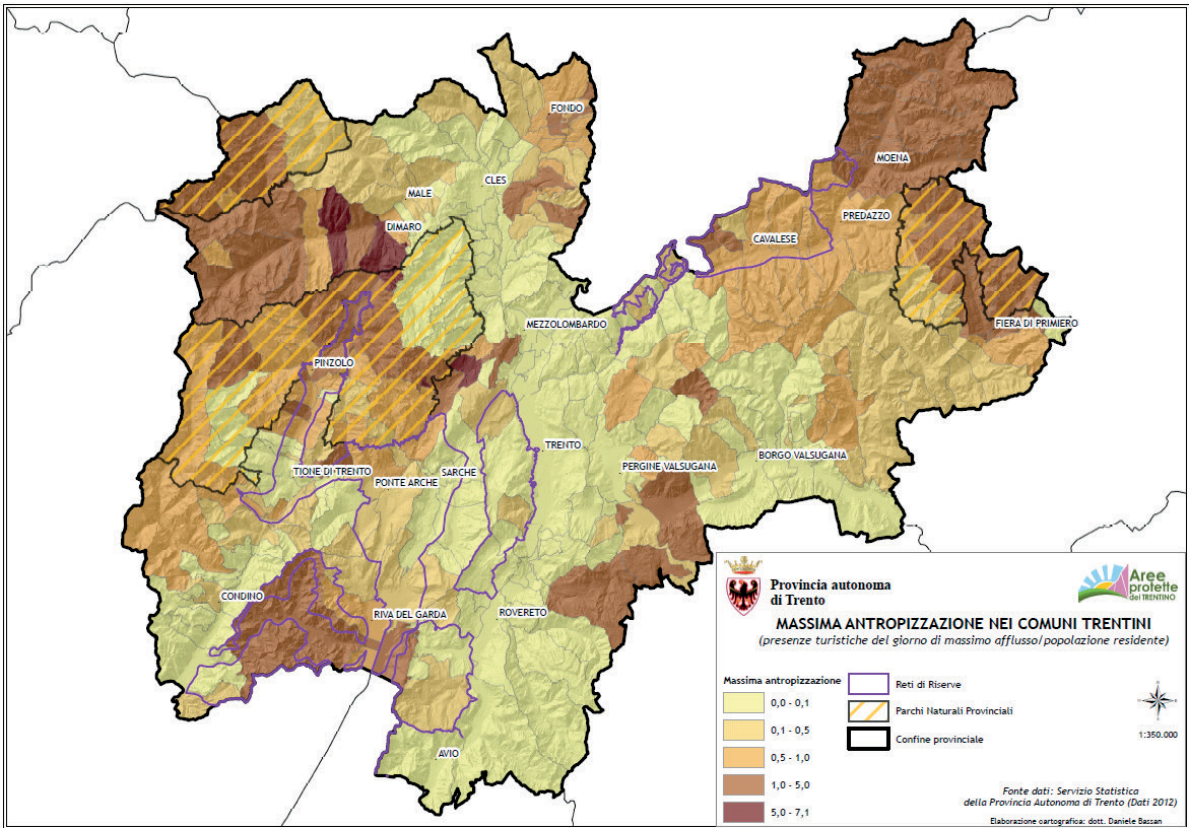


Figura 10. Turisticità nei comuni trentini (Servizio Sviluppo Sostenibile e AAPP, PAT)

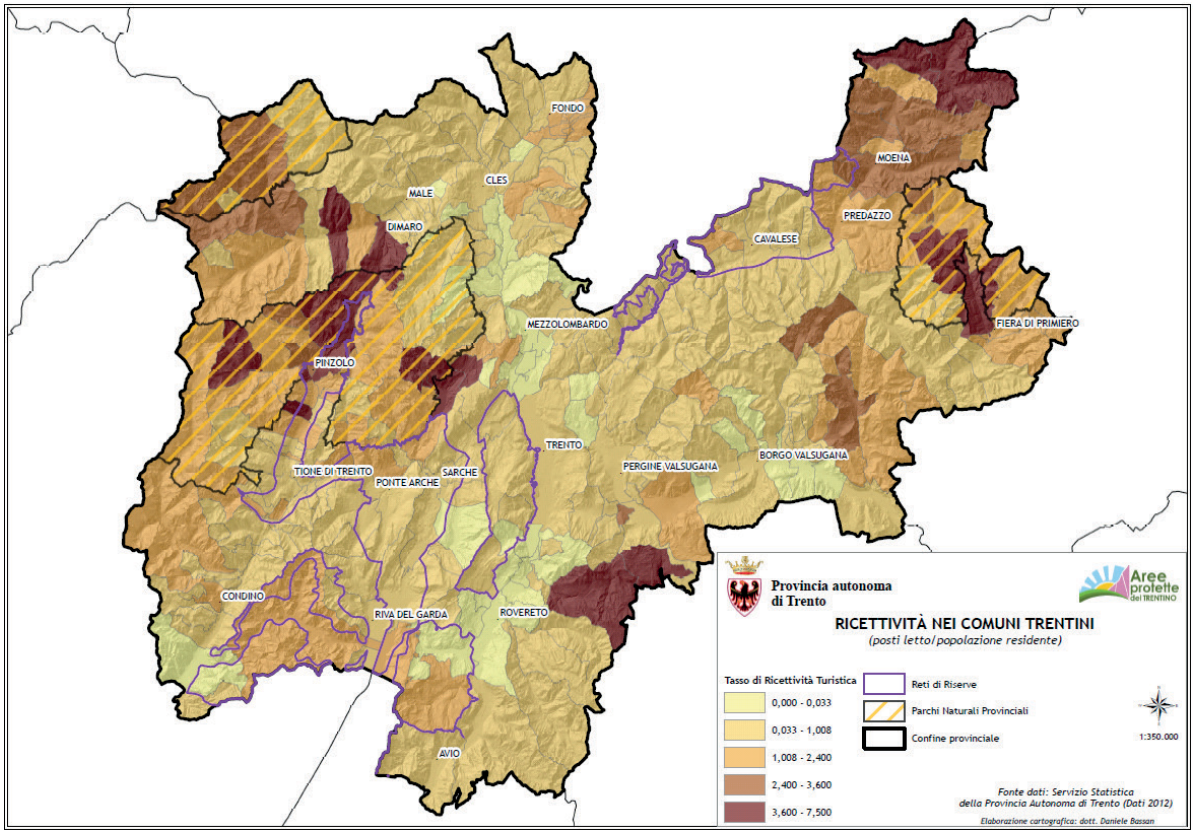


Figura 11. Ricettività nei comuni trentini (Fonte: Servizio Sviluppo Sostenibile e AAPP, PAT)

La governance della promozione turistica

Il Trentino si è dotato da tempo di una struttura per la promozione turistico-territoriale per riuscire a gestire al meglio il fenomeno turistico incoming e le opportunità di mercato. Tale sistema è comunemente chiamato *Destination Management Organization* (DMO) identificando così tutta la governance di organizzazione turistica.

La prima esplicitazione della governance turistica territoriale è datata 1986, quando venne promulgata la legge 21, che descriveva compiti e ruoli della struttura di promozione turistica territoriale.

Venne allora istituita l'Azienda per la Promozione Turistica del Trentino, che aveva come scopo principale la promozione del territorio trentino come destinazione di vacanza, attraverso la realizzazione di campagne pubblicitarie e campagne stampa, lo sviluppo di relazioni con gli intermediari turistici nazionali e internazionali, la partecipazione e fiere e mostre del settore, l'approfondimento della conoscenza del turismo attraverso studi e ricerche.

Accanto all'azienda per la promozione provinciale, vennero istituiti 15 ambiti territoriali, delimitati in base ai criteri di continuità geografica, ognuno dei quali prevedeva l'istituzione di un'Azienda di Promozione Turistica (di ambito) che aveva compiti di accoglienza e informazione del turista, di valorizzazione del patrimonio paesaggistico, storico e artistico e di rilevazione del movimento turistico nel proprio territorio. L'attività di commercializzazione dei servizi turistici restava esclusa dalla riforma, e venne sostanzialmente affidata alla libera iniziativa degli operatori, che costituirono consorzi dedicati nello specifico alla vendita di servizi alberghieri all'interno dell'ambito.

Oltre alle Aziende di Promozione Turistica d'ambito, vennero istituite 20 associazioni pro loco e 11 consorzi pro loco in territori non compresi negli ambiti turistici, per meglio coordinare le attività di promozione e valorizzazione delle associazioni volontaristiche locali.

La Aziende di Promozione Turistica d'ambito avevano natura pubblica ed erano finanziate interamente da trasferimenti della provincia di Trento e dei Comuni interessati.

L'impostazione del 1986 è sostanzialmente rimasta immutata fino ai giorni nostri, almeno dal punto di vista della suddivisione geografica degli ambiti di

azione delle aziende turistiche. La sostanziale differenza tra la prima riforma e la seconda, datata 2002, riguarda il tentativo di collegare in modo più efficace le funzioni di promozione territoriale con le funzioni di vendita del prodotto turistico e un migliore coordinamento tra attori territoriali pubblici e privati nella gestione delle attività legate all'accoglienza, allo sviluppo dei prodotti turistici e alla promo-commercializzazione.

La novità più rilevante della l.p. 8/2002, riguarda l'istituzione delle Aziende per il Turismo (ApT), che rappresentano un superamento delle precedenti aziende di promozione turistica grazie all'ingresso dei privati nella compagine sociale e ad un sostanziale ripensamento della funzioni delle precedenti Aziende di Promozione Turistica, sempre più aziende di marketing territoriale evoluto.

Alle funzioni tradizionali (informazione e accoglienza) si aggiungono infatti nuove funzioni legate alla creazione e allo sviluppo del prodotto turistico e all'intermediazione e alla prenotazione di servizi turistici.

Attualmente le ApT in Trentino sono 14, una in meno rispetto all'assetto precedente, in seguito alla fusione tra gli ambiti della Valsugana e quello del Tesino. A queste si aggiungono 5 consorzi Pro loco, che operano in territori non serviti dalle ApT e che hanno funzioni simili ad esse, senza però averne la medesima capacità organizzativa ed economica.

Anche la società provinciale venne privatizzata sotto forma di spa, controllata al 60% della Provincia di Trento e al 40% della Camera di Commercio, con il compito principale di ideare, realizzare e promuovere iniziative di marketing del Trentino. La società ha assunto diverse denominazioni (Trentino Spa, Trentino Marketing, Trentino Sviluppo divisione Marketing e Promozione) fino all'attuale di Trentino Marketing.

La seconda riforma, ad oltre 10 anni dalla sua entrata in vigore, mostra alcuni risultati importanti, ma anche innegabili punti interrogativi e margini di miglioramento.

Il Trentino turistico, grazie alla riforma, è sicuramente maturato nella sua capacità di ideare, organizzare, valorizzare il territorio in modo innovativo. Sono cresciute le competenze di chi pianifica e promuove le risorse territoriali, sono moltiplicate per il turista le opportunità per conoscere e vivere i territori e il Trentino turistico è diventato più internazionale. Ma il progetto di riforma che immaginava un ruolo più dinamico del settore privato e una migliore connessione dei territori con il mercato attraverso lo sviluppo della vendita dei servizi e dei pacchetti, può dirsi solo parzialmente riuscito.

I motivi sono diversi: da un lato il settore turistico è stato attraversato e cambiato significativamente dallo sviluppo massivo di internet e soprattutto del cosiddetto internet sociale, che ha modificato i rapporti di forza nel mercato e ha favorito l'avvento di nuovi soggetti – le agenzie turistiche online, i siti di recensione turistica, i comparatori di prezzo - capaci di porsi come nuovi intermediari globali tra chi offre e chi chiede informazioni e servizi relativi al turismo. Per una piccola organizzazione turistica porsi in competizione con tali player risulta complicato e forse anche improduttivo. I limitati risultati ottenuti sul versante della vendita hanno, assieme ad altri fattori, provocato una timida adesione dei privati alle vicende delle ApT. L'apporto, sia finanziario, sia progettuale, degli operatori privati nella ApT è stato inferiore alle attese del legislatore, che immaginava probabilmente aziende a forte presenza privata, mentre invece le ApT si sostengono ancora grazie al contributo pubblico, che mediamente arriva a coprire l'80% dei bilanci di un'azienda territoriale.

Un altro elemento che andrebbe riconsiderato alla luce dei cambiamenti del settore turistico riguarda la suddivisione territoriale degli ambiti turistici. Se da un lato la creazione di 20 "spazi" turistici in Trentino risponde ad un'idea di presidio e cura del territorio, dall'altra tende ad appesantire la governance complessiva del sistema e non si concilia con la lettura che il turista ha della destinazione turistica. Il turista non vede i confini che dividono gli ambiti turistici e vive la sua esperienza di vacanza in un luogo a prescindere dagli spazi amministrativi. La suddivisione in numerosi ambiti finisce in alcuni casi per limitare l'esperienza turistica anziché potenziarla.

Le AAPP, specie le più estese, insistono su più ambiti turistici e potrebbero, come già è accaduto nel Parco Naturale Adamello Brenta, fungere da collettori di esperienze in un'ottica sovra-territoriale, garantendo così una fruizione ampia e soddisfacente del territorio turistico, bilanciando le esigenze locali con le aspettative della domanda turistica.

Gli impatti

La concentrazione delle attività turistiche in pochi e circoscritti periodi dell'anno, oltre a congestionare certi ambienti, porta potenziali impatti negativi non solo ambientali ed energetici ma anche sociali (es.

traffico e stress per i residenti) ed economici (es. peggior servizi).

Inoltre l'infrastrutturazione delle montagne con impianti per lo sci alpino oltre a costituire un importante fattore di pressione per l'ambiente è messo in discussione dalle previsioni sul cambiamento climatico, il quale impone di ponderare certe scelte sulle opere che hanno un fabbisogno energetico significativo (Cipra, 2011: Accademia d'Impresa e S3.Studium, 2013).

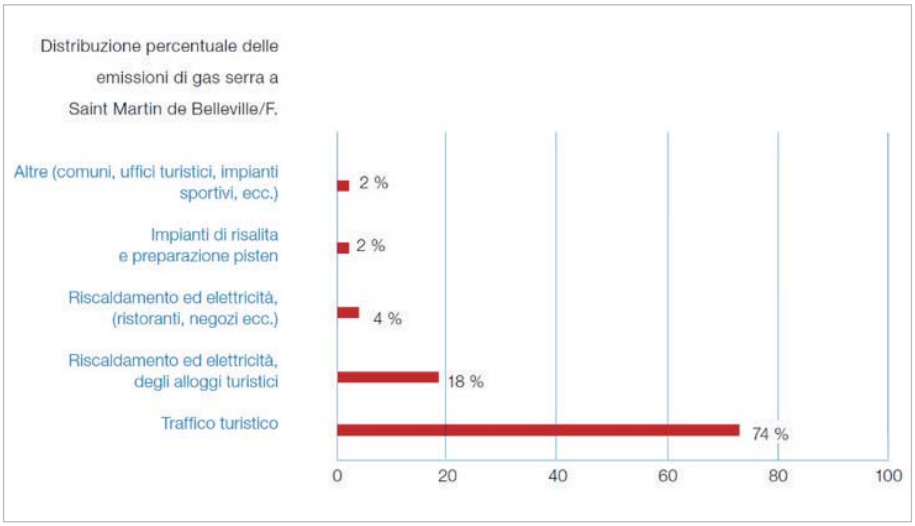


Figura 12. Gli impatti del turismo nelle destinazioni alpine (cipra, 2011)

Le attività turistiche (intese come consumi di e per il turista) costituiscono importanti fonti di emissioni di CO2 nell'atmosfera, che contribuiscono ulteriormente al cambiamento climatico determinando così un impatto globale. La Figura 12 mostra i risultati di uno dei pochi studi condotti sul contributo in termini di emissioni del turismo nelle Alpi effettuato in Francia.

I potenziali impatti negativi delle attività turistiche riflettono l'intersettorialità stessa del fenomeno turistico e possono quindi essere considerati sotto diversi punti di vista, sia per quanto riguarda gli impatti derivanti dal traffico ma anche per il consumo di elettricità, la pressione sugli ecosistemi causata dalle emissioni inquinanti o da comportamenti scorretti che mettono sotto pressione ambienti naturali e biodiversità. In particolare quello dei trasporti è dopo quello energetico il settore maggiormente responsabile delle emissioni di CO2 e altri particolati in Unione Europea. Le automobili vengono subito dopo il trasporto aereo per quanto riguarda le emissioni nell'atmosfera, ma un altro problema del traffico leggero è legato all'inquinamento acustico oltre che a un maggior uso del suolo (Convenzione delle Alpi, 2013).

La pressione del turismo sull'ambiente, tramite l'inquinamento acustico e ambientale, mette fortemente a rischio la biodiversità di un territorio. La perdita di biodiversità (sia in termini di diversità di specie che di habitat) e quindi il degrado del paesaggio, sono elementi negativi non solo da un punto di vista naturalistico ma anche, se considerati in un'ottica di lungo periodo, da un punto di vista economico-turistico. In molti casi gli effetti negativi non sono visibili a breve termine, ma il degrado di un ecosistema può raggiungere dei livelli (anche chiamati *tipping points*) oltre cui il danno diventa irreparabile e il patrimonio naturale è segnato definitivamente.

La distribuzione dell'intensità turistica in Trentino è riflessa infatti nella **distribuzione delle pressioni ambientali locali e globali** dovute al consumo di energia elettrica nonché all'intensità di consumo delle risorse locali e alla produzione di rifiuti. Il Rapporto sullo stato dell'ambiente del 2012 dell'APPA[2] propone e analizza dati significativi rispetto ai consumi idrici mettendo in luce quelli strettamente dipendenti dall'innevamento artificiale. Altri dati significativi riguardano la produzione di rifiuti. La Figura 13 evidenzia come l'intensità turistica concentrata in due stagioni principali incida sulla produzione di rifiuti indifferenziati.

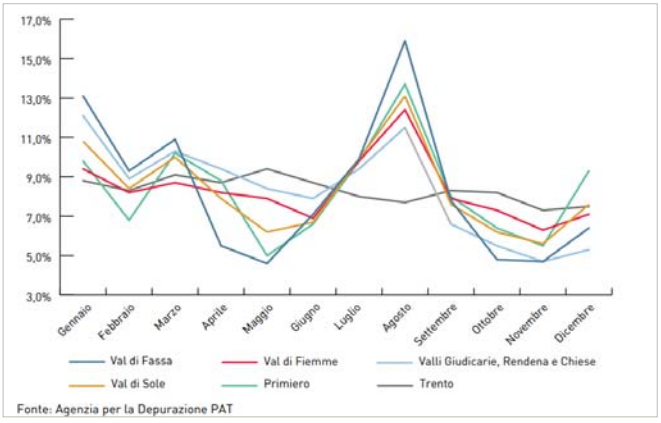


Figura 13. Percentuale mensile di produzione di rifiuti indifferenziati nei territori a maggiore incidenza turistica (appa, 2012)

Non esistono dati per quanto riguarda il contributo in termini di emissioni e di consumo energetico

2 Per la consultazione completa del rapporto http://www.appa.provincia.tn.it/binary/pat_appa/rapamb12_compamb/5_RSA_Turismo.1360317135.pdf

del turismo in Trentino probabilmente perché, data l'intersettorialità del turismo, è difficile derivarne dei dati certi. I consumi e le emissioni del settore turistico dipendono sia dal numero di turisti stessi che dai servizi per i turisti (per esempio i servizi trasporto e di innevamento artificiale). L'unico dato noto per capire qual è il peso del settore turistico nel consumo di energia è il consumo energetico del 2012 del comparto alberghi, ristoranti e bar, il quale corrisponde all'8% dei consumi totali della provincia e, aggiungendovi anche il settore del commercio, rappresenta circa il 15 % del totale.

Inoltre vanno considerate anche le esternalità negative sulla comunità locale da un **punto di vista sociale**. Le realtà alpine non condividono gli stessi problemi di altre località di alcuni paesi in via di sviluppo; il turismo ha eradicato nelle Alpi la povertà centenaria dei suoi popoli, diffondendo un aumento della qualità della vita. Nonostante ciò, ha comunque esercitato una pressione sociale sulla popolazione locale come racconta con attenzione Christian Arnoldi (2009) nel suo libro *Tristi montagne*. Nello studio è evidenziata la condizione di isolamento e solitudine che ha da sempre caratterizzato la vita sulle montagne. Arnoldi sottolinea come il turismo abbia spezzato questa solitudine, ma anche come la sua intensità, limitata in molti casi a pochi periodi dell'anno, possa aggravarne sensibilmente l'impatto ambientale e sociale, portando agli estremi la percezione da parte delle popolazioni locali di tali pressioni. La montagna "come ruolo ideale, è stata 'immaginata' ovvero costruita artificialmente ad opera dei ceti cittadini quale scenario proprio dei valori che le sarebbero stati assegnati un po' come si assegna una parte in una pantomima di paese: a te un cappello a larga falda, magari con la piuma o la penna, una pipa, l'alpenstock e sarai il montanaro – eroe culturale portatore di valori sani, complice austero e benevolo del desiderio di schiere di cittadini di adire periodicamente alla montagna per tornare alle origini…" (Kezich in Arnoldi, 2009). Il passaggio da una stagione turistica ad una stagione morta non è un passaggio facile, la distanza tra la vita dei residenti e l'immaginario della loro vita da parte dei turisti dà luogo ad un'intermittenza esistenziale della comunità locale. Il suicidio è solo il dramma più estremo e visibile del disagio diffuso nelle valli divise tra realtà e immaginario.

Nonostante gli studi e le stime condotte da diversi autori sugli impatti ambientali e sociali portati dal turismo, come ricorda il Segretariato permanente sulla Convenzione delle Alpi, questi studi rimangono generali e sono solitamente di tipo qualitativo. Rimane quindi importante la contestualizzazione di tali impatti in un determinato territorio.

In parallelo ai singoli ma cumulativi effetti che le attività turistiche esercitano sia sul territorio e sulla comunità della destinazione ma anche sull'intero pianeta, un altro problema emerge nel settore turistico, creando impatti economici negativi: il problema della maturità delle destinazioni turistiche e dei suoi prodotti. Infatti è importante sottolineare come le destinazioni turistiche siano realtà dinamiche che evolvono nel tempo, e che tale evoluzione è portata da una serie di fattori che includono il cambio delle preferenze e dei bisogni dei visitatori, il graduale deterioramento del patrimonio fisico e infrastrutturale e l'alterazione delle attrazioni culturali e naturali che sono state responsabili per l'iniziale popolarità della destinazione (Butler, 1980). Partendo da questo presupposto, Butler (1980) già negli anni ottanta sviluppava uno scenario dei possibili cicli di vita di una destinazione.

La domanda: cambia il modo di fare turismo e cambiano i mercati

Considerati gli obiettivi della strategia TurNat di favorire l'uso e la fruizione del territorio trentino in maniera sostenibile e consapevole è fondamentale dedicare nell'analisi una parte specifica alla domanda turistica sia esistente che potenziale. In Trentino la struttura della domanda è molto cambiata nell'ultimo decennio. Gli stranieri sono aumentati molto di più degli italiani, il saldo positivo di questi ultimi 10 anni è quindi merito prevalentemente dei turisti che provengono da fuori confine, anche se il Trentino è ancora una destinazione con una componente maggioritaria di turisti nazionali, con circa il 70% del totale delle presenze proveniente dal territorio nazionale.

Come è evidenziato nella Figura 14 e nella Figura 15 le presenze turistiche internazionali sono aumentate rispetto a quelle italiane anche per una tendenza ad accorciare le vacanze del turista nazionale.

La durata media delle vacanze degli italiani rispecchia una tendenza ormai consolidata nelle abitudini di consumo turistico. Oggi le vacanze sono più frequenti e più brevi, con un conseguente accorciamento della durata di ogni singola vacanza. L'aumento della permanenza media degli stranieri è invece in parte attribuibile al cambiamento dei mercati di provenienza dei turisti internazionali, che effettuano viaggi impegnativi per raggiungere il Trentino da regioni distanti (si pensi alla Russia, o altri paesi dell'est Europa) e che "ammortizzano" il viaggio con una permanenza più lunga.

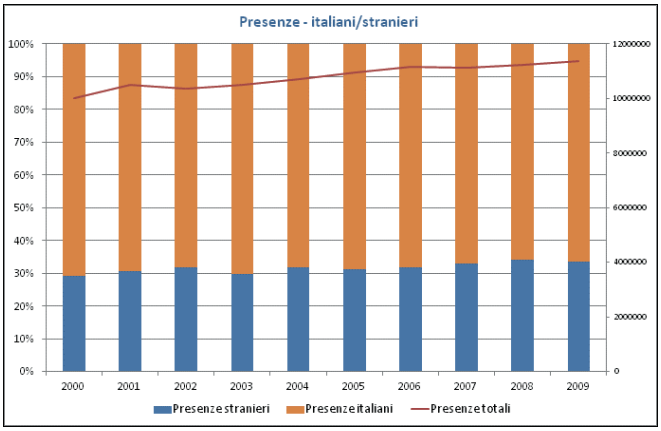


Figura 14. Presenze di turisti italiani e stranieri (E-Tourism, 2011)

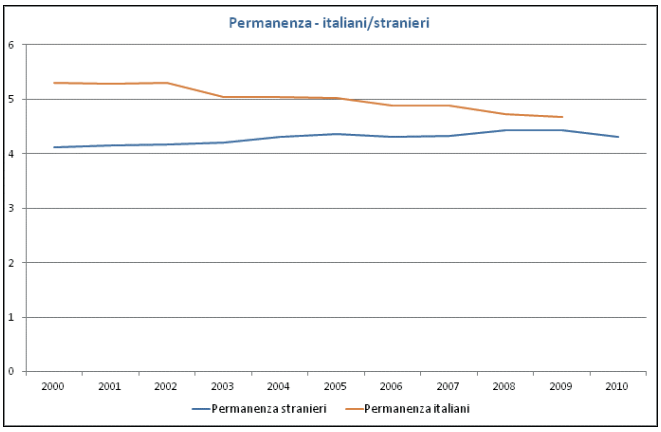


Figura 15. Permanenza media dei turisti in Trentino (E-Tourism, 2011)

La domanda di sostenibilità

La cosiddetta eco-necessità coincide con il crescente diffondersi di una coscienza ambientale a livello globale (tendenza più evidente in alcuni Paesi rispetto ad altri) grazie all'attenzione posta dall'urgenza del cambiamento climatico, sia dalla richiesta di un ambiente sano come presupposto di un buon livello di qualità di vita.

Per identificare se e quanta domanda esiste per il turismo sostenibile nelle AAPP si possono fare diverse analisi legate alle motivazioni e alle aspettative specifiche della domanda sia la generale crescita nella sensibilità ambientale.

La crescente sensibilità per l'ambiente

L'UNEP (United Nations Environment Programme), sulla base di indagini effettuate da grandi imprese legate al turismo internazionale come TUI e TripAdvisor, identifica la nascita di un nuovo trend in cui il turista stesso pretende un cambiamento sostenibile nell'industria turistica. L'UNEP sostiene come più di un terzo dei turisti si dichiarino favorevoli alla sostenibilità nel turismo e disponibili a pagare dal 2 al 40% in più per assicurarsi il rispetto di alcuni standard di sostenibilità. Uno studio di Reise Analyse (RA, 2013) sulle abitudini e le motivazioni della vacanza dei turisti tedeschi ha riscontrato, come mostra la Figura 16, che il 40% degli intervistati desidera una vacanza ecologicamente sostenibile (nel 2012 era il 31%) mentre addirittura il 46% vorrebbe che la sua vacanza fosse socialmente responsabile.

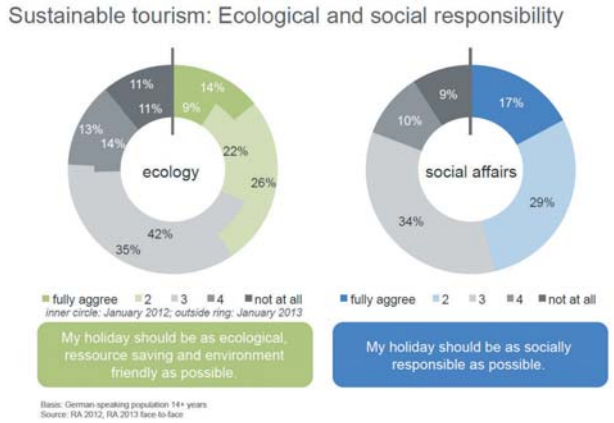


Figura 16. La sostenibilità nella percezione dei turisti (Reise Analyse, 2013)

Parallelamente emerge anche come il turismo di massa tradizionale stia subendo una limitata crescita, soprattutto se si considera il rapido sviluppo nelle ultime due decadi di tipologie più di nicchia come l'ecoturismo e il turismo basato sulla natura, il patrimonio locale culturale e sugli sport all'aria aperta. Tali trend sono confermati da molti altri studi sia accademici che pratici quali: Direzione Studi e Ricerche TCI (2005), Graham (2003), Cannas e Solinas (2005), Embacher (2013), Rapporto Eco-Tour (2013), Bergin-Seers e Mair (2009).

Un'altra prova di questi cambiamenti è portata da TripAdvisor, uno dei più importanti siti di recensioni online che ha lanciato recentemente il programma *Eco Leaders*[3] e ogni anno effettua analisi di mercato per identificare i trend nel settore. Grazie a questi rilevamenti è possibile notare come tra il 2007 e il 2013 la percentuale di intervistati che si dichiarano interessati a una vacanza eco-compatibile cresce significativamente passando dal 38% al 79%. La rilevazione del 2013 dimostra anche che le preferenze dei clienti sono riflesse nelle scelte degli operatori, riportando che il 91% delle strutture di pernottamento dichiara di attuare azioni di soste-

3 Il programma Eco Leader è stato sviluppato in collaborazione con UNEP, Energy star e U.S. Green Building Council. Per maggiori informazioni, http://www.tripadvisor.it/vpages/green_leaders_lander.html.

nibilità ambientale che principalmente consistono nell'usare lampadine a basso consumo e nel non cambiare biancheria agli ospiti tutti i giorni. Infatti solo il 14 % delle strutture sembra avere una certificazione *eco-friendly*, mentre il 24% è stato costruito usando materiali che permettono una migliore efficienza energetica. Un altro dato interessante è invece contenuto in un'altra ricerca condotta sempre da TripAdvisor nell'aprile del 2012, quando è stato riscontrato che il 30% dei turisti è incline a scegliere una località turistica in virtù della sua sostenibilità. In tale contesto il Costa Rica, la nazione sudamericana famosa per avere fatto del turismo sostenibile e naturale il suo *asset* principale sia di immagine che di sviluppo, risulta essere nella stessa ricerca la destinazione in assoluto più ricercata dai turisti più inclini alla sostenibilità.

Anche il recente sondaggio condotto dall'UE (2014) tramite lo strumento dell'Eurobarometro (n. 409) è molto efficace nel rappresentare la sensibilità ambientale degli europei. Il 50% degli europei pensa infatti che il cambiamento climatico sia uno dei problemi più gravi a livello globale e un sesto degli europei pensa sia effettivamente il problema più serio. La proporzione di persone che pensano che sia uno dei problemi più gravi va dall'81% degli svedesi al 28 % degli estoni. Inoltre 4 europei su 5 condividono che contrastare il cambiamento climatico e usare l'energia in maniera più efficiente può stimolare l'economia e il mondo del lavoro in Europa. Nonostante ciò, solo un intervistato su quattro dichiara di sentirsi personalmente responsabile nell'adottare delle azioni che contrastino il cambiamento climatico. Seppur limitato, questo dato è promettente perché è comunque in crescita rispetto alla rilevazione fatta nel 2011. Inoltre, è rafforzato dal dato secondo cui il 50% dichiara di aver messo in pratica qualche azione contribuirne la mitigazione negli ultimi sei mesi. Valore che arriva all'88% degli intervistati quando si chiede loro di segnalare le azioni da una lista specifica.

Che la sensibilità ambientale sia un elemento crescente soprattutto in Europa è ormai innegabile. Il prossimo paragrafo cercherà di fare una panoramica di come tale sensibilità è riflessa nelle scelte riguardanti gli stili di vita e le scelte di vacanza.

Gli stili di vita

I cambiamenti nella coscienza ambientale di ogni turista sono spesso riflessi anche negli stili di vita. Il passaggio non è automatico anche se graduale e lento come tutti i cambiamenti di carattere culturale. Il comportamento alimentare, ad esempio, è una dimensione fondamentale dello stile di vita di ogni persona e alcuni dati interessanti possono essere dedotti da alcuni studi sui comportamenti sostenibili nel settore eno-gastronomico. Ricerche della National Restaurant Association (la più grande associazione del settore ristorativo con 380.000 ristoranti) raccogliendo interviste da più di 1.300 cuochi professionisti statunitensi evidenziano alcune notizie che comunicano bene i cambiamenti che stanno interessando la domanda americana, storicamente meno sensibile alle tematiche ambientali. Se si guardano i maggiori trend che interesseranno il settore ristorativo nei prossimi anni, si può infatti notare che i primi sei posti occupati riguardano in qualche misura pratiche sostenibili. I primi si riferiscono alla sostenibilità della produzione e alla prossimità di consumo, mentre altri sono più legati a una dimensione salutare della sostenibilità.

La costante crescita della sensibilità ambientale è testimoniata in Europa dai dati dell'Eurobarometro, la cui indagine del 2010 sull'attitudine degli Europei verso il tema della biodiversità è stato ripreso anche dallo studio condotto dalla Regione Autonoma della Valle d'Aosta (2012). Nel 2010, per l'80% dei cittadini dell'Unione Europea il declino e la possibile estinzione di specie animali e vegetali piuttosto che il deterioramento degli ecosistemi erano considerati come problemi gravi da più di 8 persone su 10 (rispettivamente 84% e 93%) sia a livello locale che globale. L'attenzione alla natura e quindi la sensibilità ambientale è molto probabile che si rifletta nei comportamenti del consumatore e quindi del turista. Tale attenzione è dimostrata anche negli stili di vita dei cittadini europei: il 30 % infatti dichiara di fare la raccolta differenziata e più del 20% acquista prodotti ottenuti da processi *eco-friendly*. Interessante anche notare che il 15% dei cittadini europei intervistati è consapevole che fare turismo sia un'attività ad alto impatto ambientale.

Un altro dato che trasmette bene i cambiamenti negli stili di vita ci è portato dalla rilevazione Sinottica Eurisko 2012 secondo cui i valori considerati più importanti per gli italiani sono salute e benessere, che implica oltre a una maggiore sensibilità per i comportamenti sostenibili, anche una crescente domanda per una migliore qualità della vita, che si traduce in richiesta di sicurezza alimentare, maggiore vivibilità e salubrità del territorio, tempo libero e socialità. Riprendendo il report "Turismo in Trentino" del 2013, la dimensione del benessere è

declinata in crescente aspettativa di qualità di vita, aria e acqua pulite, risorse locali. E parallelamente, come abbiamo già notato in precedenza, aumenta la domanda di personalizzazione e cala quella di prodotti standard.

Per capire meglio come la sensibilità ambientale è sempre più riflessa nelle scelte quotidiane è interessante riportare i risultati di una ricerca internazionale condotta dal Natural Marketing Institute, studio di consulenza strategica internazionale specializzato in ricerche di mercato (Nielsen, 2014). L'indagine è stata condotta online su 30 mila intervistati provenienti da 60 Paesi e i risultati sono molto interessanti. Il 67% degli intervistati dichiara di preferire lavorare per aziende che sono sensibili ai temi sociale e ambientali, il 55% pagherebbe extra per prodotti e servizi da compagnie impegnate nella sostenibilità e il 52 % ha effettivamente ha pagato almeno un servizio o prodotto da un'azienda che riteneva sostenibile. Così anche la metà degli intervistati dichiara di controllare le etichette dei prodotti per assicurarsi dell'impegno promesso dall'azienda. In particolare, se si va a controllare le differenze geografiche delle risposte riguardo la *willingness to pay* emerge che la percentuale più alta di rispondenti viene dalla zona Asia-Pacifico (64%), America Latina (63 %) e Africa/Medio Oriente (63%) mentre in Europa solo il 40% si dichiara favorevole a pagare di più per servizi e prodotti sostenibili. Da notare che comunque tale dato è in crescita di 8 punti rispetto al 2011. Per determinare se tali dichiarazioni erano supportate da una reale performance di mercato, lo studio ha triangolato le analisi con l'andamento di beni e servizi di 20 brand che espressamente usano la sostenibilità come fattore di differenziazione. I risultati hanno evidenziato che a marzo 2014 c'è stato un incremento annuale del 2 % dei fatturati a fronte dell'uno per cento di crescita dei prodotti non certificati. Oltre alla differenziazione geografica, dallo studio emerge che esiste anche una forte variabile legata all'età. Metà dei rispondenti sensibili alla questione della sostenibilità sono i cosiddetti *Millenials (*età 21-34*)* mentre la restante metà è suddivisa tra il 25 % della *Generation X (*età 35-49*) e il 12 % dei Baby Boomers (*età 50-64*)*. La ricerca conclude così "la questione non è se ai consumatori importa o no delle questioni sociali. Ai consumatori importa e lo dimostrano con le loro azioni. La questione è: come può un'impresa creare effettivamente valore condiviso sposando l'appropriata causa sociale e relativi segmenti di consumatori?"

In questo contesto nasce una crescente domanda per il *social marketing* attraverso il quale comunicare il ruolo sociale dell'impresa, perseguendo un'etica globale, instaurando nuove relazione produttive, dove individuo ed impresa diventano capaci di reciprocità e apertura all'altro e dove il consumo è sempre più improntato ad "autenticità, dieta, lentezza, misura". E' questa una fase storica nella quale il consumatore richiede sempre più personalizzazione, sostenibilità sociale e ambientale, senso ed uso dell'etica e un rapporto diretto con la fonte del servizio. Il nuovo consumatore rifiuta l'idea di passività nei confronti del *brand* e dell'impresa. E l'offerta si adatta alla domanda evolvendo dal tradizionale marketing transazionale al marketing relazionale, dove al centro c'è il consum-attore.

Le scelte di vacanza

La crescente presenza di consumatori *eco-friendly* implica che sia le imprese turistiche (e non) sia le destinazioni stesse, riflettano sulle proprie strutture di produzione, di prestazione e di distribuzione applicando principi ecologici e di salvaguardia ambientale integrando i concetti di sostenibilità nell'intero processo turistico: il marketing diventa *green marketing* (Santinato, 2013). Come ci ricorda Cavallo et al. (2012, p.9) "il green marketing oggi rappresenta sicuramente uno dei fenomeni *mainstream* all'interno della sfera dei consumi, oltre che essere una delle principali opportunità di rilancio economico e di crescita sostenibile". Allo stesso tempo è bene sottolineare che per molto tempo si sono attuate pratiche *di green washing* nel tentativo di non rinnovare un sistema evidentemente in crisi, semplicemente conferendogli una nuova immagine, basata però solo su azioni di facciata, o lifting di marketing.

Hoffmann (2013) e altri fanno notare che la sostenibilità non consiste ancora nel motivo principale della vacanza e per il momento rimane più un atteggiamento di valore anche se la sua crescita sarà proporzionale alla sensibilità ambientale. La sostenibilità dà valore aggiunto all'impresa e alla destinazione fintanto che è un processo integrato e applicato coerentemente.

Se la sostenibilità non è ancora una motivazione vera e propria di vacanza, rimane interessante analizzare quali sono le motivazioni più coerenti con il turismo nelle AAPP e in particolare con la sostenibilità applicata in questo contesto. Infatti come nota Soren (2013) prendendo spunto dall'esperienza dei tour operator svizzeri, la sostenibilità è un valore

legato a molti prodotti turistici che ne può aiutare a migliorare l'attrattività. Si sta parlando di quei prodotti turistici che hanno un asset fondamentale nella qualità dell'ambiente circostante e che sono legati a parchi, piste ciclabili, sentieri escursionisti, prodotti locali, ma soprattutto identità locale.

Secondo lo studio condotto da Accademia D'Impresa e S3.Studium (2013) i turisti saranno sempre più interessati a pratiche turistiche etiche e rispettose dell'ambiente e delle comunità locali. Infatti l'etica va intesa come senso di rispetto per la natura, come interesse per le culture *diverse*, come ricerca di esperienza che possano contribuire alla crescita personale e infine come ricerca di incontri e relazioni umane.

Prima di affrontare nel dettaglio la questione delle motivazioni di vacanza sembra doveroso ricordare che sempre più studi di mercato indicano che il nuovo turista è in cerca di esperienze percepite come autentiche e uniche quindi come se fossero "spontaneamente costruite su misura". Infatti come comunica l'Osservatorio Provinciale del Turismo (2012, p.7) "le nuove parole chiave del turismo sono esperienza, emozione, autenticità, cultura, territorio, paesaggio ossia tutto ciò che uno spazio turistico è in grado di proporre per un'esperienza di vacanza magari breve, ma intensa, memorabile, diversa". La ricerca di personalizzazione delle proposte di vacanza è un trend in crescita dove il turista non accontentandosi più di prodotti generici e standard generici, ricerca esperienze autentiche e uniche garantite dalla specificità dell'offerta di una destinazione. Questo senso di autenticità può essere assicurato grazie alle tipicità del paesaggio di una destinazione e le particolarità dei servizi offerti. Ma ciò che rende un'esperienza veramente autentica e unica sono le occasioni d'interazione con i contesti locali. Le conseguenze dell'alienazione della vita moderna urbana, ripresa in innumerevoli studi sociologici, economici e medici sono visibili nelle trasformazioni del turismo e nella ricerca di esperienze all'insegna dell'autenticità e della naturalità nella vacanza (Bertero, 2013). Diversificazione e relazione con i luoghi e le comunità locali diventano concetti fondamentali per capire cosa ricerca il turista del nuovo millennio e che mettono in discussione i prodotti turistici tradizionali costruiti per un mercato di massa e il più possibile standardizzato per andare incontro soprattutto alle richieste dei grandi operatori di *outgoing*. Infatti il termine esperienza si riferisce a due aspetti importanti e complementari, uno legato all'aspetto emotivo e l'altro legato alla partecipazione attiva del turista. Come citato anche nelle linee guida per la politica turistica provinciale, "cresce il protagonismo dell'ospite e la figura del *prosumer*, intesa come 'produttore-consumatore' sempre più lontano dal prodotto standard, massificato. Il turista si costruisce la propria vacanza e vuole un prodotto progettato e realizzato in base alle proprie esigenze. Questo impone un diverso e più stretto coinvolgimento da parte dell'offerta e delle aziende, le quali devono tenere conto delle esigenze del potenziale cliente e saper dialogare con lui". Luigi Gaida (2010) lo chiama il *visit-attore* che è piuttosto "una persona che ha la gentilezza di venirmi a trovare che non uno che ho la cortesia di ricevere".

Inoltre, nel fare una panoramica dei trend nel turismo di oggi, è imprescindibile il riferimento all'uso delle tecnologie. Infatti, i viaggiatori usano sempre più internet e social media per conoscere quali posti visitare nel mondo e trovare il modo più economico ed efficiente per raggiungere una certa destinazione. L'espressione "more value for money" riassume bene un altro fenomeno che è quello delle crescenti aspettative del consumatore riguardo alla qualità di un bene o servizio riguardo al prezzo.

In generale, allontanandosi dalle vacanze standard legate solo dall'immagine della destinazione, i turisti scelgono la vacanza in funzione dei loro interessi combinandoli con le attività tematiche che la destinazione offre. Tale logica si lega alle motivazioni di vacanza che cambiano e un'analisi delle tendenze emergenti è fondamentale per capire le enormi potenzialità dei prodotti turistici nelle AAPP. A tal riguardo si possono infatti analizzare i trend della domanda legate a motivazioni specifiche coerenti con il turismo "verde" come la natura, il benessere, la ruralità. Di seguito analizzeremo due archetipi di vacanza e i relativi segnali di crescita: la vacanza natura e la domanda per le AAPP e la vacanza agrituristica.

Per declinare questo discorso nel contesto trentino, è doveroso citare i risultati raccolti dall'I.S. per le politiche turistiche del Trentino tramite 2.497 questionari nell'estate 2014. I dati, raggruppati per ambito turistico, riguardano "l'importanza assegnata all'adozione di misure di turismo ecocompatibile nella scelta della destinazione di vacanza e della struttura ricettiva". La prima riflessione che emerge è che in generale nella scelta della vacanza l'ecocompatibilità della destinazione viene prima dell'importanza assegnata all'ecocompatibilità della struttura ricettiva, infatti ben il 18,3% di intervistati dichiarano

che l'ecocompatibilità della destinazione ha giocato un ruolo fondamentale nello scegliere dove andare in vacanza (questo dato può essere composto da: 21,4% degli italiani e l'8,9% degli stranieri). La differenza che emerge tra italiani e stranieri potrebbe essere spiegata dal fatto che la percezione della ecocompatibilità tra i due segmenti è profondamente diversa. Gli italiani nel loro immaginario identificano il Trentino come ecocompatibile grazie all'esteso territorio montano e forestale e grazie alle alte performance della provincia rispetto alle altre realtà regionali italiane nella superficie tutelata, gestione dei rifiuti, energia idroelettrica e qualità della vita in generale. Inoltre è interessante anche notare che le percentuali cambiano notevolmente quando si chiede se l'ecocompatibilità è stata considerata almeno parzialmente. In questo caso il 30% degli stranieri e il 27,8% degli italiani ha dichiarato di avere considerato parzialmente questo fattore nella scelta della vacanza. Percentuali solo leggermente superiori a quelle per la struttura ricettiva (28,7% degli stranieri e 25,5% degli italiani).

La domanda di vacanza natura

Per prima cosa è importante notare come l'Eurobarometro (2013) riscontri che il primo motivo dei turisti europei per tornare nella stessa località sono le caratteristiche naturali della destinazione.

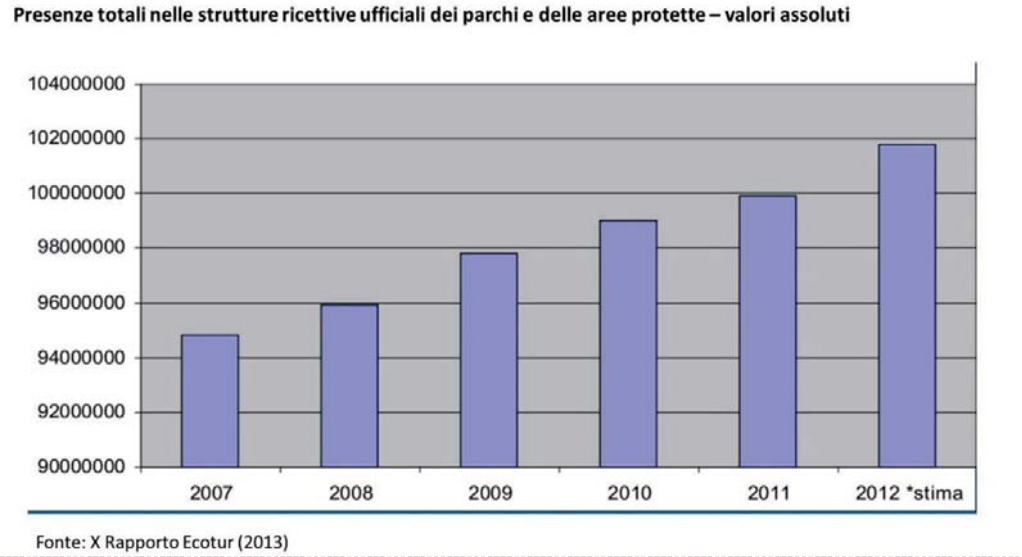


Figura 17. Presenze totali nelle strutture ricettive ufficiali dei parchi e delle aree protette - valori assoluti; (Ecotur, 2013)

Interessante anche il dato della stessa ricerca che dimostra che le motivazioni legate alla natura e alla cultura (entrambi rilevanti per il contesto TurNat) sono le più popolari e le più in crescita. Specificamente, i mercati più sensibili alla motivazione *natura* sono olandesi e slovacchi. Tra questi due gruppi si trovano le risposte più alte sia alla domanda sulle ragioni del viaggio sia sulle motivazioni per tornare nella stessa destinazione.

I nuovi orientamenti della domanda sono riflessi anche nella crescente rilevanza del turismo nelle AAPP il quale è fortemente caratterizzato dalle specificità dei luoghi, dalla natura e dalla tutela ambientale. Secondo i dati contenuti nei rapporti Ecotur, curati dall'Osservatorio permanente sul Turismo Natura, le AAPP intese come parchi nazionali e regionali sono la meta preferita di quei turisti mossi dalla motivazione naturalistica. Come è visualizzato nella Figura 17, nel 2012 si è raggiunto per la prima volta dall'inizio del rilevamento, la soglia delle 100 milioni di presenze nei Parchi italiani, con un indice di internazionalizzazione al 39 per cento contro il 38 del 2011.

Nonostante i dati indichino trend positivi è importante sottolineare comunque che rimane difficile individuare misurazioni precise dei flussi turistici specifici delle AAPP per diverse ragioni. La principale motivazione è che spesso i dati statistici relativi ai flussi turistici sono disponibili a livello comunale (come nel caso del Trentino) e poiché spesso solo parte del territorio comunale è in area parco è difficile scorporare i flussi. A questo si aggiunge il problema che molto spesso gli ospiti pernottano comunque fuori dai confini formali dell'area protetta non permettendo così delle misurazioni precise.

Nonostante le difficoltà imposte dall'analisi, Cannas e Solinas (2005) integrando studi precedenti come quelli di Osti (1993; 1999) e Bimonte e Pagni (2003) hanno individuato il profilo del visitatore medio dei parchi e le sue motivazioni principali di vacanza. Il turista dei parchi è caratterizzato da:

1. status sociale mediamente elevato;
2. età compresa tra i 26 e i 45 anni; tale dato va però integrato con due considerazioni che evi-

denziano la capacità delle AAPP di essere attrattive per tutte le fasce d'età. Primo, anche se le fasce d'età 16-25 e 46-55 non costituiscono la maggioranza, rappresentano entrambi il 17% dei flussi. Secondo, la fascia d'età sotto i 16 anni non è stata intervistata e quindi non è rappresentata statisticamente.

3. occupazione nel terziario, per la maggior parte a carattere pubblico;
4. mobilità con mezzo proprio insieme alla famiglia o in coppia.

È molto interessante notare l'osservazione degli autori dello studio (che riprendono Osti, 1999) secondo cui una delle motivazioni principali per scegliere un parco come meta di vacanza è il tema della lontananza, non tanto in termini spaziali, ma in termini di diversità tra lo spazio della quotidianità lavorativa e il luogo della vacanza. Un'area protetta viene scelta come destinazione in base all'intensità del desiderio di distaccarsi dal proprio stile di vita. Per quanto riguarda la provenienza, lo studio di Cannas e Solinas (2005) mette in luce la netta prevalenza di visitatori dal Nord Italia che rappresentano quasi il 40%, mentre il restante è suddiviso tra Centro e Sud (in totale circa il 50%) e stranieri che raggiungono circa l'11% dei turisti. Comunque il trend positivo dell'internazionalizzazione del turismo dei parchi è confermato anche da dati più recenti come quelli dell'ultimo rapporto Ecotur (2013).

Se spostiamo il livello di analisi da quello nazionale a quello provinciale utilizzando i dati rilevati e valutati nel 2012 dall'Osservatorio provinciale del Turismo, scopriamo che nei tre parchi trentini si mantiene lo stesso profilo medio di visitatore identificato dall'analisi nazionale anche se dagli intervistati sembra minore la percentuale di turisti stranieri (come è evidente in Figura 18). Inoltre nell'analisi dell'Osservatorio si è notato come tanti intervistati fuori dai confini dei parchi siano comunque attratti dalla vacanza natura e dall'offerta dei parchi senza essere venuti necessariamente in Trentino per quello. Parallelamente emerge un dato interessante che riguarda invece quella porzione di visitatori che non sarebbe mai venuta in Trentino senza l'attrattiva dei parchi naturali e si è stimato che questa fetta corrisponda a circa 70 mila visitatori l'anno. Tali numeri corrispondono circa a 560 mila pernottamenti (escludendo dall'analisi gli ambiti limitrofi come quelli di Comano per l'Adamello-Brenta o di Fiemme per il Paneveggio) e si stima quindi che l'indotto netto portato dai parchi sia poco meno 50 milioni di euro (calcolati ipotizzando una spesa media procapite giornaliera di 79,7 euro) che arriva ai 70 milioni se si tengono in considerazione gli ambiti limitrofi.

Per quanto riguarda i pernottamenti dei visitatori dei parchi, la ricerca nazionale di Cannas e Solinas (2005) evidenzia un altro trend in crescita come quello relativo all'importanza della ricettività extra-alberghiera come B&B, agriturismi e alloggi privati. Mentre la ricerca provinciale sottolinea che i visitatori dei parchi pernottano nella maggior parte dei casi in uno dei Comuni del territorio del parco preferibilmente in un albergo o residence.

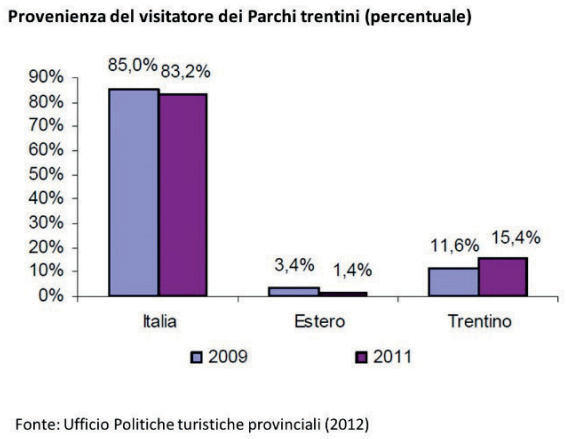


Figura 18. Provenienza del visitatore dei Parchi trentini in percentuale; (J.S. Politiche turistiche provinciali, 2012)

Interessante il dato raccolto nell'analisi dei visitatori dei parchi trentini che sostiene che secondo il 96% degli intervistati la protezione ambientale dovrebbe essere la priorità dell'agenda politica. Tale dato conferma l'ipotesi iniziale che i potenziali turisti dei parchi hanno una forte sensibilità ambientale.

Infine è importante aggiungere a questo profilo un elemento evidenziato dalle ricerche effettuate dall'ente del turismo dello stato australiano di Victoria (Tourism Victoria, 2008) che rivela che i turisti in cerca di natura nella loro vacanza si dividono in due tipi: *skilled in nature* e *comfort in nature*, confermando i risultati dello studio di Roy Morgan (2005). I primi rivelano avere un alto livello di interesse e di conoscenze legate alle attività scelte, cercano la sfida fisica e sono preparati a stare in posti remoti con limitato accesso ai servizi e ad organizzarsi la vacanza da soli senza bisogno di una guida. In Australia sembra che i turisti *skilled in nature* rappresentino il 15 % dei turisti natura e risultano anche essere il gruppo che spende meno in vacanza.

Il secondo tipo di turista, quello *comfort in nature*, ha invece un interesse più casuale ma è comunque in cerca di esperienze intense in un ambiente naturale che gli permettano occasioni di apprendimento (Taskforce on Tourism and National Parks, 2008). Questo tipo di turisti (che costituisce una grande fetta del mercato turismo natura, quasi l'85 %) più probabilmente sceglierà attività di breve durata, mancherà di capacità per intraprendere tali attività senza l'aiuto di una guida e sarà in cerca di un'ospitalità adeguata e servizi di alto livello. Al contrario dell'altra tipologia, i turisti *comfort in nature* non hanno un interesse così specifico e sono quindi in cerca di un più ampio spettro di esperienze turistiche includendo l'enogastronomia e la conoscenza del patrimonio culturale (Tourism Victoria, 2008).

La domanda di vacanza natura in Trentino

Il seguente testo risponde alla domanda su quanto è importante la presenza di un parco nella scelta della località di vacanza con uno specifico riferimento al Trentino ed è interamente ripreso da Report Turismo nei parchi della PaT:

Il 12,8% dei turisti intercettati come visitatori del Parco (ma 15,9% per lo Stelvio contro 11,0% e 13,5% rispettivamente per Paneveggio e Adamello Brenta) afferma di aver scelto la località di vacanza principalmente o addirittura esclusivamente per la presenza del Parco.

Una domanda analoga posta nelle estati 2009, 2010 e 2011 a campioni di turisti intervistati presso gli uffici di informazione turistica delle tre ApT maggiormente interessate ai territori dei tre Parchi (San Martino di Castrozza, Primiero e Vanoi per il Parco Paneveggio Pale di San Martino; Valle Rendena e Madonna di Campiglio per il Parco Naturale Adamello Brenta; Valle di Sole per il Parco dello Stelvio trentino), dove si intercettano anche turisti non interessati all'offerta del Parco e che quindi meglio esprimono le caratteristiche dell'insieme dei turisti presenti, evidenzia che le quote di turisti che affermano di essere venuti in vacanza in quella località decisamente per l'esistenza del Parco ammontano rispettivamente, nei tre ambiti turistici qui considerati, all'11%, al 18% ed al 13%, considerando un valore medio riferito alla tre rilevazioni condotte presso gli uffici di informazione turistica nelle estati 2009, 2010 e 2011.

Questi dati confermerebbero che, pur registrandosi tra i visitatori dei tre Parchi un processo di autoselezione rispetto all'insieme dei turisti presenti nei diversi ambiti turistici (una proxi dei quali è il campione di intervistati presso gli uffici di informazione turistica), le analogie sembrano più numerose delle differenze, nel senso che la quota di turisti interessati ad una proposta di vacanza natura ed alle proposte dei Parchi, e prima ancora influenzati dall'esistenza del Parco per la loro decisione di vacanza, risulta abbastanza simile nei due campioni indagati presso gli uffici di informazione turistica e presso i punti informativi dei Parchi.

Stando a queste dichiarazioni, senza i Parchi la movimentazione turistica complessiva in questi tre ambiti, registrerebbe circa 70.000 turisti in meno durante la stagione estiva. Questi turisti possono essere considerati turisti aggiuntivi per il Trentino grazie all'esistenza dei Parchi, non sarebbero cioè molto probabilmente arrivati in Trentino senza l'attrattiva rappresentata dai Parchi. Si tratta di circa 560.000 pernottamenti complessivi che sarebbero venuti meno, corrispondenti a poco meno di 50 milioni di euro per la sola stagione estiva da giugno a settembre, ipotizzando una spesa media pari a 79,7 euro come rilevato per la stagione estiva 2010 dal Servizio Statistica della Provincia.

Se alle tre aree principali si aggiungono anche gli altri ambiti territoriali interessati anch'essi, seppure in misura minore, dalla presenza dei Parchi, e cioè, per quanto riguarda il Parco Naturale Adamello Brenta, quelli di Comano, altopiano della Paganella, Valle di Non, Giudicarie Centrali e Valli del Chiese; per quanto riguarda il Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino anche la Valle di Fiemme, i turisti che risultano influenzati nella loro decisione di vacanza dall'esistenza del Parco salirebbero a circa 100.000, per un ammontare complessivo di pernottamenti di poco inferiore ad un valore di 900.000, con una ricaduta della spesa diretta pari a poco meno di 70 milioni di euro.

Da tenere presente inoltre che esiste anche una quota significativa di turisti, quantificabile in poco più di 320.000 nella singola stagione estiva, per un ammontare complessivo di oltre 2.800.000 pernottamenti, pari ad una spesa complessiva di circa 230 milioni di euro, che afferma che l'esistenza del Parco ha pesato in parte sulla scelta della località di vacanza. Si tratta quindi di circa 300 milioni di euro di ricadute dirette che nella stagione estiva sono riconducibili in tutto o almeno in parte all'esistenza dei tre Parchi considerati. Un ulteriore paio di milioni di euro sono infine imputabili agli escursionisti di giornata che nella stagione estiva visitano le aree Parco.

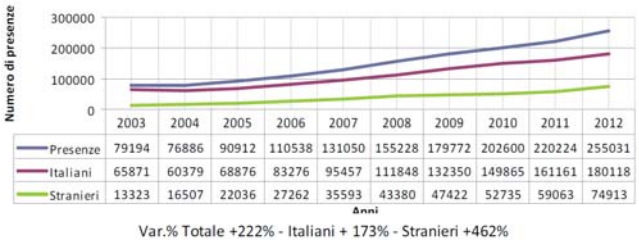
La domanda di vacanza rurale

Da notare è anche il trend positivo all'interno della domanda di vacanza rurale. I dati dell'ufficio statistica della PaT registrano infatti un aumento significativo degli arrivi e delle presenze negli agritur trentini dal 2003 al 2012. I dati raccolti acquisiscono ancora più significato se raffrontati ad altre categorie di ospitalità come il settore alberghiero e quello extra-alberghiero. Attraverso la raccolta di interviste si è anche delineato il profilo del turista rurale, che preferisce soggiornare in un agriturismo o in un B&B. Entrambe queste categorie hanno registrato rispettivamente il 14% e l'11% in più di pernottamenti rispetto alla stagione estiva precedente. Le Figure 19, 20 e 22 evidenziano il trend positivo vissuto dagli agriturismi trentini sia in termini di arrivi, che di presenze che di fatturato. Inoltre, come mostra la Figura 21, sono variazioni molto significative soprattutto se confrontate con altre categorie ricettive, dal momento che negli esercizi alberghieri le presenze sono aumentate solo dello 0,3% mentre in quelli extralberghieri sono addirittura in diminuzione. Tali incrementi nelle presenze di agritur e B&B, strutture prevalentemente a gestione famigliare, riflettono la crescita di domanda di autenticità anche nelle forme di accoglienza da parte del turista. Tale ospite sembra essere più giovane, più curioso, più esigente e con una maggiore capacità di spesa ma soprattutto meno fedele rispetto ad altri tipi di turismo. Le motivazioni principali sono riposo e relax e vacanza attiva, anche se si deduce un forte interesse per gli aspetti culturali e soprattutto eno-gastronomici della vacanza.

La domanda di turismo rurale è in crescita perché coincide con le richieste di conoscere un territorio dal punto di vista del locale, di chi lo abita e di chi ci lavora. E' una domanda di semplicità e di informalità e non è solo una conseguenza della crisi economica, ma è figlia di un contesto più ampio in cui il turista vuole evadere dalla realtà quotidiana urbana per ricercare una molteplicità di esperienze: esperienze sensoriali, emozionali, creative, cognitive, fisiche ma anche relazionali.

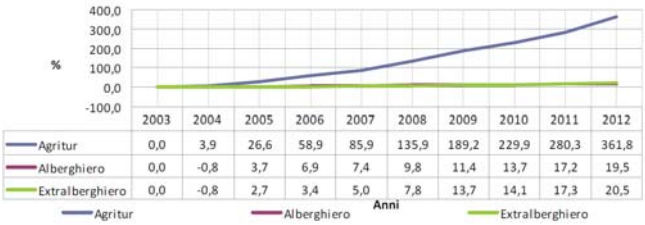
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Totale	15598	16201	19754	24787	29003	36790	45103	51465	59323	72036
Italiani	12925	13244	16058	19922	22810	28539	35423	40552	45913	54528
Stranieri	2673	2957	3696	4865	6193	8251	9680	10913	13410	17508

Figura 19. Arrivi negli agriturismi in Trentino - Italiani e stranieri (2003-2012) (J.S. per le politiche turistiche provinciali, 2013)



	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Presenze	79194	76886	90912	110538	131050	155228	179772	202600	220224	255031
Italiani	65871	60379	68876	83276	95457	111848	132350	149865	161161	180118
Stranieri	13323	16507	22036	27262	35593	43380	47422	52735	59063	74913

Figura 20. Presenze negli agriturismi in Trentino - Italiani e stranieri (2003-2012) (J.S. per le politiche turistiche provinciali, 2013)



	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Agritur	0,0	3,9	26,6	58,9	85,9	135,9	189,2	229,9	280,3	361,8
Alberghiero	0,0	-0,8	3,7	6,9	7,4	9,8	11,4	13,7	17,2	19,5
Extralberghiero	0,0	-0,8	2,7	3,4	5,0	7,8	13,7	14,1	17,3	20,5

Figura 21. Variazione % arrivi in Agriturismi - Alberghiero- Extralberghiero (2003 - 2012) . N° indice Anno 2003 - (J.S. per le politiche turistiche provinciali, 2013)

Numero medio pernottamenti per singolo agritur	2003	2012	Var. %
	595	855	+38%
Tasso occupazione annuo posti letto	2003	2012	Var. %
	14,2%	17,4%	+22,5%
Peso sul totale pernottamenti certificati	2003	2012	Var. %
	0,57%	1,65%	+189,5%
Stima fatturato medio lordo per agritur (solo per ricettività)	2003	2012	
	ca. € 28.000	ca. € 42.000	

Figura 22. La performance degli agriturismo (2003- 2012); (J.S. per le politiche turistiche provinciali, 2013)

La classificazione TurNat della vacanza in relazione alla sostenibilità

Sulla base dei dati menzionati nel capitolo precedente si è sviluppata una classificazione *ad hoc* che ha permesso di individuare quattro profili di vacanza ai quali la strategia TurNat si rivolge. La classificazione non vuole essere esaustiva, ma guarda alla vacanza nella dimensione che interessa maggiormente il presente studio ossia la sensibilità ambientale, mettendola in relazione con la potenziale capacità di spesa dei visitatori. Considerato che si mira non solo al turismo natura, ma a forme di turismo sostenibile in senso più ampio, si sono tenuti in considerazione tutti i tipi di turisti che possono essere attratti dalla località Trentino, non necessariamente mossi dalla motivazione natura o sostenibilità. Infatti la strategia TurNat se si rivolge in primis a target specifici e interessati alle AAPP e alle specificità del territorio, deve anche mirare a una sensibilizzazione dei meno attenti alle tematiche ambientali e specificità territoriali.

Ma qual è il rapporto tra la sensibilità ambientale e

l'interesse per la natura e per le specificità territoriali? Ci sono molti studi che mettono in relazione queste dimensioni e l'ambizione del progetto TurNat è quella di rivolgersi alla maggioranza di cittadini europei che si dichiarano attenti all'ambiente e portarli a fare esperienze uniche nelle aree naturali del Trentino e nei relativi sistemi territoriali.

La classificazione vuole essere uno strumento analitico per identificare le azioni da pianificare all'interno della strategia. Infatti i turisti caratterizzati da una minor sensibilità ambientale non potranno essere considerati una nicchia per la quale costruire prodotti e servizi specifici, ma piuttosto i target di una campagna di sensibilizzazione con l'obiettivo di aumentare la sensibilità ambientale e di promuovere un comportamento corretto e consapevole. Dall'altro lato, per quanto riguarda i due profili caratterizzati da una maggiore sensibilità ambientale, si devono ideare prodotti e servizi specifici che garantiscano la sostenibilità, la naturalità e l'autenticità della vacanza nelle AAPP del Trentino. La griglia di intersezione è rappresentata dalla Figura 23.

Di seguito è possibile trovare la classificazione più dettagliata per ognuno dei quattro profili identificati:

Vacanza ostentativa-luxury: questo tipo di vacanza si identifica con un ospite in cerca di esperienze intense dal punto di vista emotivo e sociale, legate al divertimento, al piacere, alla mondanità, al glamour, all'esclusività e all'edonismo. Sport estremi e/o esclusivi (es. sci, golf, helisky) e benessere di lusso sono due potenziali componenti di tale esperienza.

- Le destinazioni scelte sono quelle che hanno un brand esclusivo che deve riflettere lo stile dell'ospite, come l'intera esperienza della vacanza.
- Il periodo di vacanza è preferibilmente in **alta stagione**, quando la concentrazione di turisti è maggiore.
- Si manifesta poca attenzione alla sostenibilità della vacanza e alla specificità e alla territorialità dei servizi e della ristorazione e viceversa grande importanza alla comodità sia nella prenotazione che nell'esperienza della vacanza.
- Conservazione e ostentazione del lusso convivono in questa esperienza turistica dove c'è una forte esigenza di qualità nelle infrastrutture e nei servizi.

Vacanza eco-luxury: questo tipo di vacanza si identifica con un ospite in cerca di esperienze significative, legata alla conoscenza e alle caratteristiche del territorio circostante, la cui qualità è strettamente connessa al benessere mentale e fisico dell'ospite. Parallelamente l'esperienza si rivolge a una dimensione etica e di scoperta sia nei confronti della natura che della comunità locale, ma contemporaneamente tale esperienza richiama anche esclusività e salubrità (identificabile in stili di vita attenti alla dimensione della salute e del wellness). Attività fisica slow (come ciaspole, escursioni, ciclo-turismo) e benessere diffuso (inteso sia come trattamenti specifici, sia come approccio salutista alla vacanza, quindi evidente in ogni scelta, dal cibo, al pernottamento ai servizi) sono due potenziali componenti di tale esperienza.

- Le destinazioni scelte sono rinomate e conosciute per essere attente all'ambiente e dove la natura è protagonista.
- Il periodo di vacanza è tendenzialmente in alta stagione, ma la priorità rimane la scelta di una struttura/località che assicuri alti standard e dove la vacanza non sia influenzata negativamente da un'esagerata congestione turistica.
- Viene posta una grande attenzione alla sostenibilità della vacanza, alla **salubrità**, alla **specificità** e alla **territorialità** dei servizi e della ristorazione, soprattutto per quanto riguarda l'enogastronomia, preferibilmente biologica (certificata) e locale (basata su una filiera corta). Si manifesta anche interesse per le attività culturali (sia legate all'arte che alle tradizioni locali). Qualità e sostenibilità vanno garantite tramite standard alti possibilmente certificati, facendo in modo che l'ospite sia disposto a pagare per servizi premium.

Vacanza semplice e sostenibile: questo tipo di vacanza si identifica con un ospite in cerca di esperienze di autenticità, di conoscenza/scoperta del territorio locale e dei suoi prodotti e costumi, di sobrietà e responsabilità. I maggiori driver di scelta sono le specificità del territorio (cultura e natura) della destinazione scelta e il prezzo della vacanza. Si ricerca un'esperienza autentica, semplice e immersa nella natura e nella cultura locale. Flessibilità e risparmio sono due componenti rilevanti dell'organizzazione della vacanza.

- La **sostenibilità** è importante per una ragione etica ed è ricercata a patto che il **costo sia accettabile.** E' importante soprattutto per quanto riguarda la scelta della ristorazione dove si ricercano prodotti locali provenienti da filiere corte e a volte anche della struttura di pernottamento (es. agriturismo). Le specificità del territorio e un'esperienza autentica vissuta dal turista in maniera sostenibile con il territorio, sono l'obiettivo di questa tipologia di turista.
- Anche nella scelta delle attività sportive, sostenibilità e prezzo giocano un ruolo importante (es. escursioni, rafting, cicloturismo e ciaspole). La scelta delle attività culturali è legata alla conoscenza delle tradizioni della comunità locale, come l'enogastronomia o altre attività tradizionali.
- Le destinazioni scelte sono di solito identificate sulla base delle abitudini e/o dove si trovano offerte vantaggiose, così come le strutture di pernottamento (es. B&B, appartamenti, agriturismo).
- Il periodo di vacanza scelto non è necessariamente in alta stagione e questo target può essere attratto da periodi di bassa stagione per via dei migliori prezzi e della minore congestione turistica la quale permette di vivere in maniera più autentica il territorio.

Vacanza spinta da un interesse specifico (passione e/o budget) neutrale al territorio: ospite in cerca di esperienze di divertimento e comodità low-cost, collegate alla dimensione del risparmio e della socializzazione, cerca esperienze strettamente legate ad attività specifiche, come ad esempio seguire la propria squadra di calcio in ritiro estivo e molto poco agli aspetti specifici di un territorio.

- Le attività praticate sono legate alla motivazione principale della vacanza (es. sci, ritiro squadra di calcio) oppure estemporanee e legate al fattore prezzo (es. rafting, escursionismo breve).
- Le destinazioni scelte sono di solito identificate sulla base di abitudine e/o dove si trovano offerte vantaggiose e/o selezionate sulla base dell'interesse specifico. La stessa motivazione caratterizza la scelta della struttura di pernottamento.
- Il periodo di vacanza scelto è preferibilmente in alta stagione, ma può essere influenzata dal fattore prezzo.
- Viene posta poca attenzione alla sostenibilità della vacanza, alla specificità e alla territorialità dei servizi e della ristorazione, mentre invece è data grande rilevanza nelle scelte del fattore prezzo e largo ricorso all'intermediazione per la prenotazione, alle offerte *all inclusive* e alle vacanze di gruppo.

Tale classificazione risulta utile per identificare le azioni da pianificare e intraprendere nell'ambito della strategia di turismo sostenibile per le AAPP. Infatti i turisti caratterizzati da una minor sensibilità ambientale non potranno essere considerati una nicchia per la quale costruire prodotti e servizi specifici, ma piuttosto i target di una campagna di sensibilizzazione con l'obiettivo di aumentare la loro sensibilità ambientale e di promuovere un comportamento corretto e consapevole. Dall'alto lato, per quanto riguarda i due profili di destra, ossia caratterizzati da una maggiore sensibilità ambientale, si devono ideare prodotti e servizi specifici che garantiscano la sostenibilità e l'autenticità della vacanza nelle AAPP del Trentino.

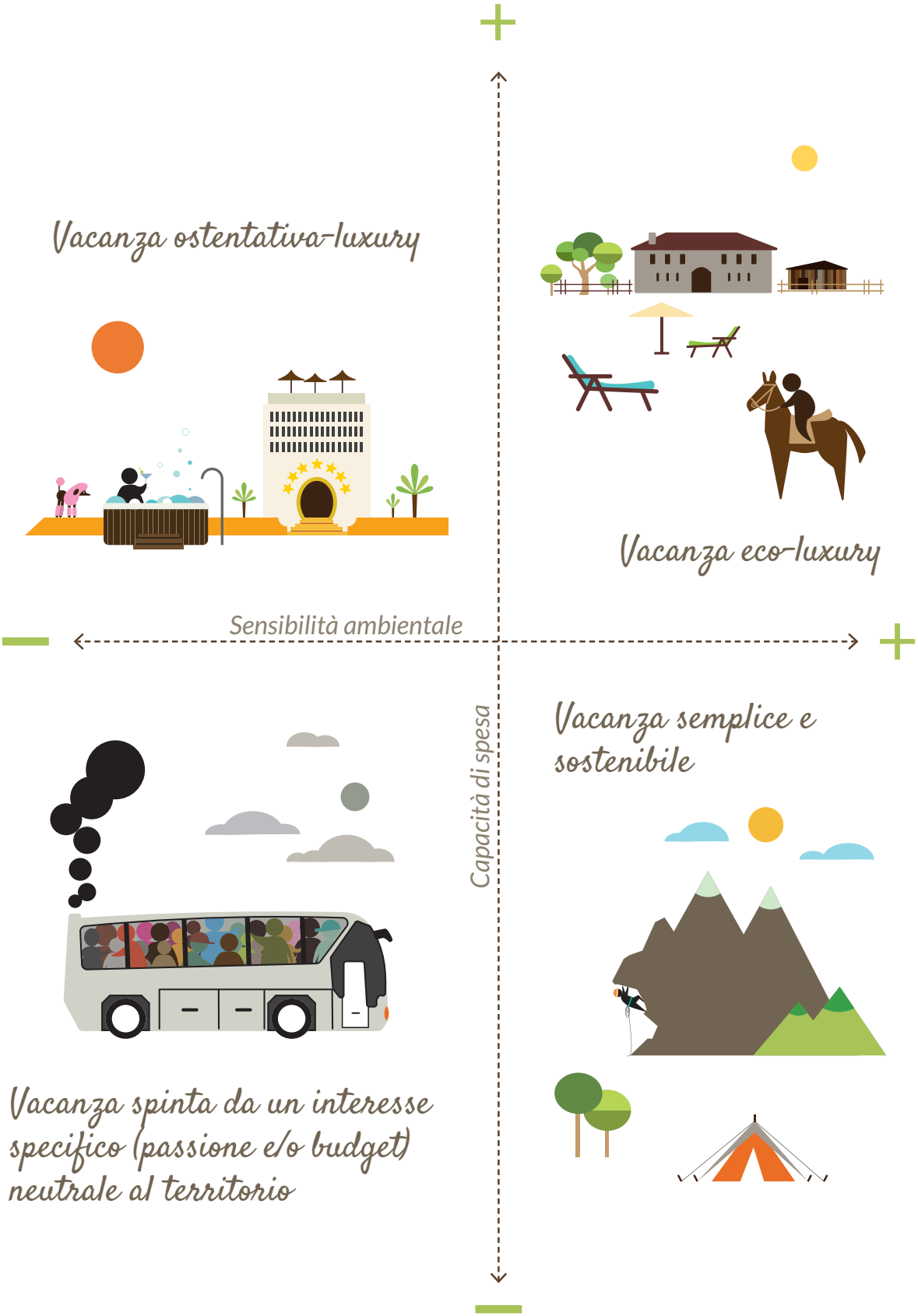


Figura 23. La classificazione TurNat dei profili turistici (elaborazione propria)

Punti di forza e di debolezza del turismo trentino e trend di cambiamento

Per finire e riassumere lo stato del turismo in Trentino e i trend di cambiamento che influiranno sulla sua evoluzione nei prossimi anni, si propone una analisi SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities and Threats*). I punti di forza e di debolezza si riferiscono agli elementi endogeni del turismo trentino, mentre i rischi e le opportunità identificano i fattori esogeni che influenzeranno il turismo in Trentino nei prossimi anni. Tale matrice si basa sia sui dati emersi dalla letteratura e dagli studi già condotti che sui risultati dei focus group. In particolare per quanto riguarda il contesto trentino i documenti più significati su cui è basata la seguente SWOT sono Le linee guida delle politiche turistiche (PAT, 2011) e Il futuro del turismo in Trentino (Accademia d'Impresa e S3.Studio, 2013).

Strenghts - Punti di forza

- La ricchezza del patrimonio ambientale e storico-culturale
- La qualità dell'offerta turistica che mette a disposizione del turista infrastrutture moderne e che si basa su una diffusione territoriale degli operatori
- La posizione geografica favorevole sull'asse nord-sud Europa
- L'immagine del Trentino agli occhi del turista che percepisce positivamente l'ordine e la cura dei luoghi che ne caratterizza il territorio
- La (relativamente) alta fedeltà degli ospiti
- Il Brand "Trentino", che ha permesso una grande visibilità nei mercati

Weaknesses - Punti di debolezza

- Scarsa coerenza nelle politiche turistiche tra documenti programmatici e azioni attuate
- Ridotta integrazione intersettoriale e diffidenza verso forme di collaborazione
- Omologazione dell'offerta: standardizzazione e maturità dei prodotti turistici
- Trentino "a due velocità": le capacità organizzative e finanziarie sono distribuite in maniera disomogenea nel territorio
- Fenomeni socio-economici negativi come seconde case e atteggiamento anti-turistico della popolazione
- Atteggiamento autoreferenziale di molti operatori

Opportunities - Opportunità

- Cambiamenti demografici
- Crescente sensibilità ambientale
- Ricerca da parte del turista di maggiore autenticità (vivere esperienze uniche per poi raccontarle)
- Ricerca da parte del turista di naturalità e salubrità come stacco dalla vita urbana
- Ricerca da parte del turista di personalizzazione e di tematizzazione
- Crescente internazionalizzazione
- Viaggi sempre più brevi e frequenti

Threats - Rischi

- Cambiamenti climatici
- Diversità delle fonti energetiche
- Le dinamiche dei mercati globali
- Il cambiamento dei mezzi di comunicazione e informazione
- Diversità dei mezzi di trasporto

I punti di forza

La **ricchezza del patrimonio ambientale e storico-culturale** è considerata l'asset principale del turismo trentino: una diversità che rende possibile la creazione di una diversificazione dell'offerta turistica. Da tale considerazione emerge una potenzialità di sviluppo di ulteriori prodotti turistici.

La **qualità dell'offerta turistica** mette a disposizione del turista infrastrutture moderne (anche se a volte le gestioni e certe strutture sono considerate obsolete) e che si basa su una diffusione territoriale degli operatori (positivo perché permette prima di tutto una diffusione della ricchezza portata dal turismo e inoltre una capacità ricettiva che di solito si basa su gestioni famigliari legate al territorio) ed è possibile grazie alla disponibilità di grande risorse economiche.

La **posizione geografica** favorevole sull'asse nord-sud Europa.

L'immagine del Trentino agli occhi del turista che percepisce positivamente l'ordine e la cura dei luoghi che caratterizza il territorio. Tale immagine è importante perché è probabilmente quella che ha portato **al fenomeno di fidelizzazione del turista.**

Il Brand Trentino, che è stato sviluppato grazie alle risorse economiche a disposizione per la promozione e che ha permesso una grande visibilità all'esterno.

I punti di debolezza

Incoerenza nelle politiche turistiche perseguite dai diversi attori sul territorio, in riferimento soprattutto al rapporto tra documenti programmatici e azioni attuate. In particolare, emergo-

no l'assenza di una visione unitaria e, nel contempo, di una strategia di lungo periodo. Questa frammentazione a livello operativo comporta una concentrazione degli investimenti finanziari nelle aree ad alta intensità turistica (caratterizzate da prodotti maturi) e una considerazione marginale delle realtà meno frequentate dagli ospiti.

- **Omologazione dell'offerta**: le capacità organizzative e finanziare sono dirette a pochi contesti affermati e finalizzate a sostenere i prodotti maturi (quali sciistico e lacustre), mentre quelli storico-culturali e legati alla tipicità del territorio risultano solo parzialmente sviluppati. In tale contesto la grande disponibilità di risorse economiche sembra aver causato un "turismo viziato" dove gli investimenti sono stati concentrati in prodotti o ambiti già turisticamente sviluppati limitando l'innovazione in altri segmenti. In particolare si evidenzia la mancanza di adeguata attenzione per prodotti legati alla cultura.
- Emerge quindi un **Trentino "a due velocità"**, dove a risentirne sono le aree caratterizzate da minore intensità di flussi turistici a causa dei limitati investimenti.
- Le politiche rivolte ad un turismo di massa hanno comportato poi delle conseguenze a livello infrastrutturale. Basti pensare alla enorme **rilevanza delle seconde case**, che costituiscono una problematica urbanistica e socio-economica per i residenti. Inoltre tale turismo di massa ha anche portato conseguenze sociali dovute al concentramento di alti flussi turistici in brevi periodi temporali dando luogo a effetti di "colonizzazione" della comunità locale.
- Si riscontra un **atteggiamento autoreferenziale**, nel senso che risulta difficile un'analisi critica assumendo un punto di vista esterno.
- **L'atteggiamento degli operatori turistici che** generalmente è focalizzato sulle esigenze "storiche" e ormai anacronistiche dei clienti. Emerge quindi anche una mancanza di predisposizione all'internazionalizzazione. Tale atteggiamento, legato a paradigmi passati, risulta essere collegato alla difficoltà nel coinvolgimento e alla necessità di formazione degli operatori sul territorio rispetto all'attuale panorama evolutivo e concorrenziale.
- Si riscontra una **ridotta integrazione intersettoriale** ed emerge un atteggiamento di diffidenza verso la collaborazione e l'attuazione di un sistema integrato di governance continuativo nel tempo. Ciò è probabilmente eredità di una difficoltà comunicativa storica tra le realtà (geografiche, amministrative e tematiche) frammentate di un Trentino autonomista. Tale difficoltà è evidente anche nella mancanza di integrazione negli anni passati tra turismo e agricoltura.

Le opportunità

- **Cambiamenti demografici**, i quali riguardano sia la popolazione residente (densità, invecchiamento della popolazione, abbandono delle aree rurali) che i target turistici. In particolar modo nei prossimi anni la media dell'età degli europei e quindi dei suoi turisti è destinata ad alzarsi e ci saranno sempre più consumatori anziani per i quali strutturare un'offerta che tenga conto dei loro bisogni supplementari.
- **Crescente sensibilità ambientale**: la coscienza ambientale non è ancora un importante fattore discriminante nella scelta delle vacanze, ma la sensibilità al riguardo soprattutto dei turisti europei è destinata a crescere.
- Ricerca da parte del turista di maggiore **autenticità**, enfatizza il suo ruolo di visit-attore e le esperienze come fattore di successo della vacanza.
- Ricerca da parte del turista di **naturalità** e **salubrità** come stacco dalla vita urbana; emerge sempre di più la necessità di ricercare nelle vacanze ritmi e stili di vita che diano una discontinuità rispetto alla quotidianità frenetica della vita urbana e dall'insalubrità di certi fattori (es. smog e traffico).
- Ricerca da parte del turista di **personalizzazione** e di tematizzazione, complementare al tema del visit-attore della ricerca di autenticità. Il turista sempre più rifugge da pacchetti e offerte standardizzate andando alla ricerca di vacanze tailor-made che rispondano alle sue preferenze e passioni per unire la specificità del luogo con le specificità della propria identità.
- Crescente **internazionalizzazione**. Con la crisi economica i consumi nazionali e di conseguenza i viaggi hanno subito una significativa flessione. Nonostante ciò, la crescita delle economie in via di sviluppo porta a viaggiare ogni anno un numero più alto di persone e di conseguenza impone alle destinazioni di guardare sempre di più ai mercati esteri.

- **Viaggi sempre più brevi e frequenti**. Negli ultimi venti anni la durata media del viaggio è diminuita mentre è aumentata la frequenza.

I rischi

- **Cambiamenti climatici** costituiscono un rischio da tenere in considerazione sebbene qualsiasi scenario futuro si basi su stime. Il caso dell'arco alpino è stato studiato in maniera sistematica dal progetto europeo ClimaAlpTour. Tra le conseguenze più importanti delle variazioni climatiche c'è il cambiamento del paesaggio, causato dal ritiro dei ghiacciai e dall'innalzamento del limite del bosco. Le ricadute sul turismo trentino devono essere differenziate per il periodo estivo e per quello invernale. Esistono due strategie per rispondere ai rischi del cambiamento climatico: una di mitigazione per diminuire le emissioni di gas serra (il ruolo delle strutture ricettive è centrale) e una di adattamento che va concepita necessariamente come un processo condiviso, integrato e pianificato di sviluppo del turismo a lungo termine. Emerge il concetto e l'obiettivo di resilienza e di flessibilità. Il primo passo da attuare è quindi diversificare le proprie attività turistiche puntando da un lato all'integrazione tra settori favorendo così innovazione e identità della destinazione e dall'altro a diversificare temporalmente ossia implementare politiche anche di marketing orientate alla destagionalizzazione.
- **Diversità delle fonti energetiche.** Il turismo è necessariamente legato alla possibilità di spostarsi da un luogo all'altro. Ma i moderni mezzi di trasporto, così come i servizi e le attività che avvengono nella destinazione dipendono dalla disponibilità di energia e quindi dalle fonti per produrle. La disponibilità di energia e il suo prezzo influiscono sull'offerta turistica attuale e sullo sviluppo futuro di una località. Bisogna quindi pianificare politiche che da un lato aumentino l'efficienza energetica e dall'altro stimolino lo sviluppo di energia da fonti rinnovabili in loco.
- **La dinamiche dei mercati globali**. La globalizzazione e l'aumento di possibilità dei mezzi di trasporto moderno hanno contribuito a inasprire la concorrenza tra destinazioni. La competizione globale sempre più accentuata, pur in presenza di un significativo allargamento della domanda e i nuovi entrati nell'arena competitiva possono vantare dotazioni e servizi di alta qualità a prezzi invitanti e rischiano di erodere quote di mercato ai player tradizionali, specie quelli che non sono riusciti ad innovare la propria offerta turistica.
- **Il cambiamento dei mezzi di comunicazione e informazione.** Il turismo non è di per sé un settore ad alto contenuto tecnologico, ma la tecnologia è potenzialmente presente lungo tutta la sua filiera dei servizi. Il miglioramento costante di questa filiera è direttamente collegato al trasferimento di conoscenze e alla cooperazione con altri settori e ha diversi campi di applicazione, dalla mobilità alla promo-commercializzazione.
- **Diversità dei mezzi di trasporto**. L'evoluzione tecnologica nell'ambito dei trasporti è stata il motore dello sviluppo turistico nelle Alpi. Sicuramente però il trasporto è anche una delle principali cause di inquinamento sia a livello locale (soprattutto nei periodi di congestione turistica) che globale (emissione di gas serra). Bisogna lavorare per diminuire la pressione che i trasporti esercitano sull'ambiente. Anche l'aumento del costo del carburante potrebbe costituire un'opportunità per puntare sul trasporto pubblico, "a condizione che il servizio sia adattato alle nuove esigenze dei clienti futuri per quanto concerne l'abbattimento delle barriere, la qualità e la flessibilità" (Segretariato Permanente della Convenzione delle Alpi, 2013, p. 110).

La sostenibilità dall'Europa al Trentino

Per diffondere la sostenibilità sia nell'domanda che nell'offerta turistica e per valorizzare in maniera sostenibile il patrimonio naturale e culturale trentino, due obiettivi centrali della strategia TurNat, è fondamentale fornire al lettore e ai destinatari della strategia una panoramica storica e contestuale sul concetto di sostenibilità e sulle relative politiche di attuazione.

La crescente attenzione verso le esternalità negative del turismo non è solo frutto della consapevolezza che il patrimonio ambientale sia un asset fondamentale di molte destinazioni turistiche ma è anche la conseguenza di decadi in cui concetti come sostenibilità e sviluppo sostenibile sono entrati sempre più a far parte del linguaggio quotidiano. In questo contesto la trasmissione del patrimonio naturale alle generazioni future diventa un caposaldo del concetto di sostenibilità. Di fatto, il documento che lanciò nell'agenda politica mondiale questo approccio è il cosiddetto Brundtland Report pubblicato nel 1987 dalla *World Commission on Environment and Development* (WCED)[4], il quale per la prima volta propone la definizione, ancora oggi usata del concetto di sostenibilità, evidenziando sia

4 Il lavoro della WCED diede maggior visibilità all'emergenza e alle drammatiche considerazioni contenute nel cosiddetto rapporto Meadows, I limiti dello sviluppo, pubblicato nel 1972 dal Club di Roma. Nello stesso anno viene anche organizzata a Stoccolma la prima conferenza internazionale organizzata dalle Nazioni Unite sull'ambiente umano. Tale evento permette di raggiungere una condivisione mondiale sul bisogno di creare un'organizzazione ad hoc per le questioni ambientali, che viene creata come United Nations Environmental Programme.

l'aspetto di necessarie limitazioni a certi tipi di sviluppo che la necessità di soddisfare i bisogni delle generazioni presenti e future. "Lo sviluppo sostenibile, lungi dall'essere una definitiva condizione di armonia, è piuttosto un processo di cambiamento tale per cui lo sfruttamento delle risorse, la direzione degli investimenti, l'orientamento dello sviluppo tecnologico e i cambiamenti istituzionali siano resi coerenti con i bisogni futuri oltre che con gli attuali."

Gli sforzi internazionali per affrontare il cambiamento climatico e promuovere politiche ambientali adeguate si sono intensificate da allora, attraverso l'organizzazione di conferenze internazionali sullo sviluppo sostenibile (Rio de Janeiro, 1992 e Johannesburg, 2002) e le firme di importanti trattati internazionali come la Convenzione Internazionale sulla Diversità Biologica (1992) e la Convenzione per le Alpi del 1991. Parallelamente, negli ultimi anni la pratica stessa e l'attenzione della ricerca si sono spostate da una centralità riconosciuta ai governi nazionali verso un approccio più sistemico in cui tutte le parti della società giocano un ruolo più attivo verso un mondo più sostenibile (Driessen et al., 2012; Rhodes, 1998; Glasbergen et al., 2007; O'Neill; 2009). Cambiano quindi i meccanismi con cui vengono attuate le politiche internazionali e locali e sempre più importante risulta il ruolo delle amministrazioni locali, società civile e attori imprenditoriali – che si affidano a meccanismi volontari come certificazioni ambientali o semplici codici di condotta (Ayuso, 2007).

Tale cambiamento è sancito anche dai risultati delle due grandi conferenze internazionali sullo sviluppo sostenibile. L'Earth Summit di Rio de Janeiro del 1992 il cui nome ufficiale è United Nations Conference on Environment and Development (UNCED), produsse documenti fondamentali per la governance delle politiche per lo sviluppo sostenibile a tutti i livelli di governo. Oltre alla Convenzione per la Diversità Biologica, ai principi per le foreste e alla Dichiarazione di Rio sull'ambiente e lo sviluppo, la Conferenza della Terra rimane nella storia per aver prodotto la Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici che diventerà il Protocollo di Kioto, ma anche il documento Agenda 21. Quest'ultimo segna il riconoscimento che le forme di governo tradizionale debbano essere integrate da azioni pianificate su diversa scala (mondiale, nazionale, regionale e locale) e con il coinvolgimento del numero più ampio possibile di portatori di interesse (*stakeholder*) che operano su un determinato territorio. L'Agenda 21 è una pietra miliare per la definizione di governance per lo sviluppo sostenibile portando al centro dell'attenzione globale quei concetti fondamentali che rappresentano la chiave di lettura della governance del XXI secolo quali: responsabilizzazione di tutte i componenti della società (siano essi amministrazioni pubbliche, imprese, società civile o cittadini), miglioramento continuo (quindi selezione degli indicatori e monitoraggio), integrazione tra settori, partecipazione e partenariati. Tale documento è particolarmente significativo per avere ispirato l'attuazione di diverse iniziative a livello locale.

A dieci anni di distanza, nel 2002, a Johannesburg in Sud Africa viene organizzato il Summit Mondiale sullo Sviluppo Sostenibile. Tale conferenza sancisce agli occhi di molti commentatori le difficoltà del sistema di governo internazionale e delle relazioni tradizionali tra stati. Tale impasse è stata riconosciuta anche dai risultati della conferenza stessa dove la responsabilità per il raggiungimento di uno sviluppo sostenibile viene affidata alla creazione di partenariati pubblico-privato piuttosto che alla definizione di nuovi accordi governativi. A questo summit si deve la definizione di "*type II partnerships*" (per distinguerle dal tipo I che si riferisce alla cooperazione tra stati o tra amministrazioni) e anche il coinvolgimento attivo della società civile e del mondo economico nella stessa conferenza (O'Neill, 2009).

Il ruolo dei governi nazionali è andato sempre più affievolendosi nella governance mondiale per lo sviluppo sostenibile come dimostrano le faticose negoziazioni sulla responsabilità per mitigare e adattarsi al cambiamento climatico e come ha dimostrato l'ultimo Earth Summit organizzato, quello tenutosi nel 2012 a Rio, che è considerato da molti un fallimento della diplomazia internazionale.

Nonostante le difficolta della governance internazionale, nell'agenda dell'Unione Europea e delle Nazioni Unite termini come *green economy* e *smart cities/territories* hanno acquisito sempre più importanza portando l'attenzione sull'efficienza energetica e quindi sulle riduzioni delle emissioni che rappresenta una delle più importanti misure per mitigare il cambiamento climatico. Nello specifico, secondo l'UNEP (2011): "[Un'] economia verde [è] quella che si traduce in un maggior benessere ed equità sociale, riducendo in modo significativo i rischi ambientali e le scarsità di risorse ecologiche. E' a bassa intensità di carbonio, efficiente nelle risorse e socialmente inclusiva." Il termine di *gre-*

en economy rimane comunque molto usato e in alcuni casi è stato anche bollato come una forma di neo-colonialismo che istituzionalizza l'estensione della finanza dei grandi capitali che per produrre biocombustili sottrae terra di produzione alle comunità locali soprattutto nei paesi in via di sviluppo (AASTER, 2013). Comunque esiste anche una green economy territoriale, come è chiamata nel rapporto AASTER (2013, p.7), che si lega "all'idea di una diversità dei modelli di capitalismo e, nel caso dell'Italia, alla radice territoriale e localistica del nostro apparato produttivo". Tale processo si fa evidente nei modelli di produzione e di consumo: da parte del settore produttivo come risposta delle piccole e medie imprese sul fronte dell'efficienza energetica e della compatibilità ambientale è declinata sia come adattamento che come vera e propria nuova imprenditoria, mentre dall'altra parte la *green economy* emerge come una tendenza nei consumi che vede un aumento di preferenze verso ciò che è "small e local", buono per l'ambiente e per le comunità locali, principi incarnati con successo da esempi come Slow Food. *Green economy* significa non solo politiche istituzionali di efficienza energetica e lo sviluppo di relative innovazioni tecnologiche, non solo gestioni più ecocompatibili da parte delle imprese, non solo lavori verdi, non solo consumatori *eco-friendly*, ma l'insieme integrato di tutte queste dimensioni, livelli e attori (Symbola e Unioncamere, 2011). Per concludere, il concetto di green economy può essere declinato in quattro dimensioni parallele e complementari. La prima è intesa come transizione verso un'economia libera da combustibili fossili e basata sul consumo efficiente di energia e la produzione rinnovabile di essa. La seconda dimensione riguarda invece l'innovazione dei processi e dei prodotti al fine di limitare l'uso delle risorse e le esternalità negative. La terza riguarda la dimensione locale e un modello di produzione e consumo decentralizzato, la mobilizzazione di capitali e risorse locali, lo sviluppo di filiere corte di produzione e trasformazione. Un'ultima declinazione coinvolge la dimensione più politica e culturale della green economy come spazio per gestire in maniera efficiente un territorio nel suo insieme in modo da garantire una buona qualità di vita per le sue comunità (AASTER, 2013).

Quest'ultima dimensione più olistica della green economy è ripresa bene dal termine "territorio smart". Infatti nel rapporto finale del progetto europeo "Smart Cities", a cui anche la città di Trento ha partecipato, vengono individuate sei dimensioni, rappresentate nella Figura 24, che insieme dovrebbero integrarsi per realizzare un territorio *smart* a tutto tondo.

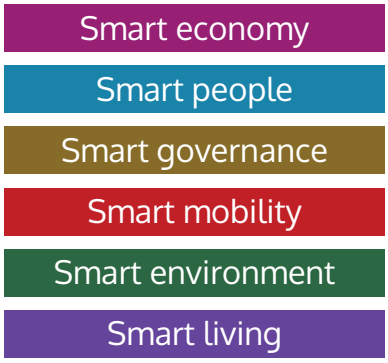


Figura 24. Le sei dimensioni del territorio smart.

Per fare fronte a un mondo sempre più complesso, influenzato da diverse forze locali ed internazionali quali il cambiamento climatico e le relative sfide poste dal mercato energetico, l'inarrestabile globalizzazione economica, la crescita della società delle informazioni e di un'economia della conoscenza, il cambiamento socio-demografico e la crescente mobilità di persone e beni, la strategia EU 2020 chiede a tutti gli stati di impegnarsi per una crescita *smart*, sostenibile ed inclusiva.

In generale, questi approcci allo sviluppo urbano hanno assunto ancora più importanza con la recente crisi economica mediante nuove soluzioni, promuovendo un uso efficiente delle risorse (e quindi risparmiando sugli sprechi) basato sulla conoscenza e sull'innovazione per permettere la conservazione di un ambiente integro, una distribuzione più equa della ricchezza e la creazione di nuovi posti di lavoro legati ai cambiamenti economico-sociali. Come scrive l'UNEP (2011) "La maggior parte delle strategie di sviluppo e di crescita hanno incoraggiato una rapida accumulazione di capitali fisici, finanziari e umani. Tutto questo però alle spese di un eccessivo sfruttamento e degrado del capitale naturale, il quale include la sopravvivenza delle risorse naturali e degli ecosistemi. Sfruttando fino all'esaurimento le riserve del capitale naturale -spesso irreversibilmente-, questo modello di sviluppo con i suoi impatti ha pregiudicato il benessere delle generazioni presenti ed evidenzia enormi rischi e sfide per il futuro". Da qui la necessità di una crescita economica che rispetti in una visione di lungo periodo sia il capitale sociale di un territorio che quello ambientale, in modo anche da contribuire al raggiungimento degli obiettivi comunitari.

La sostenibilità nelle politiche comunitarie

La prima Strategia per lo Sviluppo Sostenibile dell'UE risale al 2001 quando fu approvata dal Consiglio Europeo a Göteborg. Cercando di basare l'evoluzione della strategia al monitoraggio dei suoi risultati, l'UE rilascia regolarmente report di valutazione sul progresso della strategia, la quale è stata più volte aggiornata alla luce delle informazioni raccolte. In primo luogo, l'UE ha integrato l'obiettivo dello sviluppo sostenibile in un gran numero di politiche diverse, in particolare impegnandosi a promuovere un'economia a basse emissioni di carbonio, che sia basata sulla conoscenza e faccia un uso efficiente delle risorse.

Con l'obiettivo di diminuire almeno del 20% le emissioni e di aumentare al 20% del totale la porzione di energia prodotta da fonti rinnovabili entro il 2020, l'UE si impegna a combattere il cambiamento climatico contribuendo così ad un'economia a basse emissioni di carbonio che è anche una strategia integrante per lo sviluppo sostenibile comunitario. Tale strategia è stata presentata nel 2010 tramite una comunicazione della Commissione Europea (EC, 2010b), parte fondamentale di quella che è conosciuta come strategia per l'EU 2020 (EC, 2010b) che promuove una crescita intelligente (basata sulla conoscenza e sull'innovazione), sostenibile (basata su un uso efficiente delle risorse) e inclusiva (promuovendo un'economia ad alto tasso di occupazione che favorisca la coesione sociale e territoriale) per uscire dall'attuale crisi economica tramite il raggiungimento di cinque obiettivi che riguardano:

- l'occupazione,
- la ricerca e l'innovazione
- il cambiamento climatico e l'energia,
- l'istruzione
- la lotta contro la povertà.

L'obiettivo di una crescita sostenibile deve essere quindi applicato e declinato in tutti i settori economici dell'UE. Uno di questi è sicuramente il turismo, di cui l'Unione ha riconosciuto l'importanza strategica sottolineando che il settore turistico in EU genera direttamente e indirettamente il 10% del PIL totale e contribuisce al 12% di tutta l'occupazione con una previsione di crescita (EC, 2007). Quindi l'UE, finora la prima destinazione al mondo con 370 milioni di arrivi di turisti nel 2008, deve impegnarsi per mantenere sostenibili e competitive le proprie destinazioni (EC; 2010c).

Uno degli sforzi in questa direzione è stata l'istituzione nel 2004 del *Tourism Sustainability Group* (TSG) da parte della Commissione Europea. Tale gruppo è composto da membri di enti internazionali, governi nazionali, associazioni ambientaliste, enti locali e regionali, industria turistica, istituti professionali, enti sindacali, istituti di ricerca e formazione. Lo scopo di tale gruppo di *stakeholder* è quello di fornire linee guida riguardo alla gestione della destinazione locale e all'uso di indicatori e di sistemi di monitoraggio (TSG, 2007). Il report del 2007 del TSG ha posto le basi per definire un'Agenda per la sostenibilità del turismo europeo che verrà pubblicata a fine dello stesso anno in una comunicazione della Commissione Europea (EC, 2007), la quale a sua volta viene integrata da un'altra comunicazione nel 2010 (EC, 2010c) che mira a rafforzare il quadro d'azione della comunità per il coordinamento della crescita sostenibile. Considerando i 12 obiettivi fissati dall'Agenda per il turismo sostenibile pubblicata da UNEP e UNWTO nel 2005 e i tre obiettivi-chiave della strategia per lo sviluppo sostenibile dell'UE (prosperità economica, equità e coesione sociale, protezione ambientale), la Commissione Europea individua i seguenti obiettivi:

1. Prosperità economica
a. Assicurare concorrenzialità e prosperità a lungo termine delle imprese e delle destinazioni turistiche;
b. Fornire opportunità lavorative di qualità offrendo e condizioni salariali giuste per tutti i lavoratori evitando ogni forma di discriminazione.
2. Coesione ed equità sociale
a. Aumentare la qualità della vita delle comunità locali attraverso il turismo, coinvolgendole nei processi di pianificazione e di gestione;
b. Assicurare un'esperienza sicura, soddisfacente e appagante ai visitatori, disponibile per tutti senza discriminazioni di genere, razza, religione, disabilità o altro.
3. Tutela ambientale e culturale
a. Minimizzare l'inquinamento e il degrado dell'ambiente globale e locale e l'uso delle scarse risorse del settore turistico;

b. Mantenere e rafforzare la ricchezza culturale e la biodiversità contribuendo anche al loro riconoscimento e tutela.

Per raggiungere questi obiettivi, vari problemi devono essere affrontati. Come ci ricorda la Comunicazione del 2007 essi

"[…] comprendono prevalentemente la conservazione e la gestione sostenibili delle risorse naturali e culturali, la riduzione al minimo dell'impiego di tali risorse e dell'inquinamento delle destinazioni turistiche, ovvero della produzione di rifiuti, la gestione del cambiamento a favore del benessere della comunità, la riduzione dell'effetto stagionale sulla domanda, affrontare l'impatto ambientale dei trasporti connessi al turismo, rendere disponibile a tutti senza discriminazioni le esperienze turistiche ed il miglioramento della qualità del lavoro nel settore turistico, anche affrontando la questione dell'occupazione illegale di cittadini dei paesi terzi nel quadro della politica comunitaria sulle migrazioni. Un'altra azione necessaria, condizione fondamentale per uno sviluppo positivo del settore è garantire la sicurezza sia per i turisti che per le comunità locali nelle quali vengono offerti i servizi turistici".

La Comunicazione della Commissione Europea del 2010 evidenzia la necessità di rafforzare la capacità del turismo di mitigare e soprattutto adattarsi ai cambiamenti climatici e delinea un quadro di azione strategica suddiviso in quattro assi:

1. stimolare la competitività del settore turistico in Europa;
2. promuovere lo sviluppo di un turismo sostenibile, responsabile e di qualità;
3. consolidare l'immagine e la visibilità dell'Europa come insieme di destinazioni sostenibili e di qualità;
4. massimizzare il potenziale delle politiche e degli strumenti finanziari dell'UE per lo sviluppo del turismo.

In particolare nei primi due assi, la priorità viene data all'innovazione e al miglioramento per la qualità, concetto declinato sia come tematiche sociale e ambientali ma anche come servizi e accoglienza al turista. Nel primo asse di azione si auspica una valorizzazione delle regioni della rete Natura 2000 che coprono più del 17% del territorio europeo e costituiscono un enorme potenziale turistico a patto che i principi di tutela siano rispettati. Inoltre si promuove la diffusione dell'innovazione e l'utilizzo di nuove tecnologie per l'informazione da parte degli operatori pubblici e privati del turismo. Parallelamente alla modernizzazione dell'attività turistica, l'UE auspica sia l'attivazione di percorsi di miglioramento delle competenze degli operatori del settore che un migliore impiego del personale e delle infrastrutture esistenti anche nei periodi di bassa stagione. Infine la Commissione Europea raccomanda il rafforzamento delle conoscenze socio-economiche sul turismo sollecitando la cooperazione tra stati e destinazioni per coordinare le attività statistiche. Per quanto riguarda il II asse, la sostenibilità è intesa come approccio che comprende sia l'utilizzo responsabile delle risorse naturali, che la considerazione dell'impatto ambientale delle attività, l'impiego di energie rinnovabili, la protezione del patrimonio ambientale e culturale, oltre che la qualità e la durata dei posti di lavoro e le ripercussioni socio-economiche sulle comunità e la qualità dell'accoglienza. Si promuove inoltre l'adozione di marchi europei di qualità ecologica come l'Ecolabel[5] o di gestione ambientale come l'EMAS.

In aggiunta a ciò, nella comunicazione del 2007, si riconosce che il futuro del turismo europeo sarà basato sulla qualità dell'esperienza turistica e sempre più turisti riconosceranno che i luoghi che hanno attenzione per l'ambiente, per i propri lavoratori e per le comunità locali, saranno anche più attenti nei confronti dei visitatori stessi. Integrando i principi della sostenibilità nelle loro attività, gli *stakeholder* legati al turismo proteggeranno quindi la loro posizione competitiva evidenziando quello che fa dell'Europa la prima destinazione al mondo, ossia la sua diversità intrinseca, la varietà di paesaggi e culture.

L'UE inoltre promuove l'adesione alle iniziative che fanno a capo alla rete delle regioni europee per un turismo competitivo e sostenibile (NECSTouR), nata nel 2007 e alla rete delle destinazioni europee d'eccellenza EDEN nata nel 2006 come progetto pilota per riscoprire destinazioni poco conosciute in Europa.

La sostenibilità nelle politiche alpine

Le Alpi sono lo spazio geografico interessato dalla prima Convezione internazionale che ha come scopo lo sviluppo sostenibile di un'area transnazionale intesa come ecosistema omogeneo: la Convenzione delle Alpi firmata da 9 parti contraenti (Austria,

5 Per avere informazioni sulla diffusione del marchio Ecolabel europeo in Trentino si veda l'approfondimento: *Garantire qualità dell'offerta tra certificazioni e marchi* a pagina 123.

Francia, Germania, Italia, Liechtenstein, Monaco, Svizzera, Slovenia e Unione Europea) nel 1991 è una convenzione-quadro di cui le parti accettano i principi e le obbligazioni generali lasciando la definizione della loro attuazione a protocolli tematici (Balsiger, 2007; Del Baggio, 2009, Price, 2000). Di particolare importanza è anche la permeabilità della Convenzione ad attori non statali proponendo un sistema di governance che riflette il cambiamento generale nell'architettura della governance globale dove nuovi partecipanti entrano in uno spazio prima riservato ad attori governativi assumendo un nuovo ruolo (O'Neill, 2009). Infatti, sia la Cipra che l'IUCN (Unione Mondiale per la Conservazione della Natura) che il Consiglio d'Europa hanno acquisito lo status di osservatori. Un'altra testimonianza di questa caratteristica è lo sviluppo su stimolo della Convenzione, dei network internazionali come Alparc[6] (la rete di AAPP delle Alpi, nata nel 1995; ha lo scopo di favorire gli scambi di esperienza tra tutti i suoi membri e favorire la creazione di collegamenti fisici tra queste aree) e Alliance in the Alps, il network degli enti locali alpini impegnati in iniziative sostenibili.

Per lo sviluppo dei protocolli di attuazione nel 1991 sono state individuate 12 aree tematiche (popolazione e cultura, pianificazione territoriale, qualità dell'aria, difesa del suolo, acqua, protezione della natura e tutela del paesaggio, agricoltura di montagna, foreste montane, turismo, trasporti, energia e rifiuti) ma di questi solo otto sono diventati protocolli parte integrante della Convenzione-quadro, ossia pianificazione territoriale e sviluppo sostenibile, difesa del suolo, protezione della natura e tutela del paesaggio, agricoltura di montagna, foreste montane, turismo, trasporti, energia .

Nelle Alpi, si contano oltre 100 milioni di visitatori all'anno e intorno ai 50 miliardi di euro (Cipra, 2007). Secondo il WWF Italia (2006) questi numeri corrispondono al 10% circa delle presenze turistiche su scala mondiale. Eppure, come ci ricorda Cipra (2007) "non bisogna dimenticare che solo uno su dieci dei 6.000 Comuni alpini vive uno sfruttamento intensivo del turismo".

Sul piano turistico, la Convenzione delle Alpi persegue due obiettivi principali, che non si escludono a vicenda, ma sono complementari: da un lato vi è il turismo intensivo, che rappresenta il fondamento economico di molte regioni alpine e che deve essere reso più compatibile con l'ambiente e la società e quindi meno impattante, dall'altro, troviamo la promozione un turismo naturale e rurale. Le AAPP sono menzionate più volte come luoghi più fragili dove si raccomanda un attento sistema di pianificazione turistica e monitoraggio dei flussi.

Un'analisi molto interessante che comprende sia la valutazione degli impatti del protocollo relativo al turismo che una valutazione alle sfide aperte per il turismo alpino è offerta dalla quarta e ultima Relazione sullo stato delle Alpi (RSA 4 – Segretariato permanente della Convenzione delle Alpi, 2007), che rappresenta una fonte importantissima di dati, buone pratiche, linee guida e raccomandazioni per favorire lo sviluppo di un turismo sostenibile nell'arco alpino.

La sostenibilità nelle politiche della PaT

I documenti programmatici della PaT hanno sempre tenuto conto dei principi della sostenibilità, declinati in diverse accezioni e in diversi settori. Questa sezione cerca di offrire una panoramica sui principali strumenti di pianificazione provinciale evidenziando come è declinato il concetto di sostenibilità, che ruolo viene auspicato per le AAPP e i riferimenti specifici alla sostenibilità turistica.

Il PUP

Il Piano Urbanistico Provinciale (PUP) è l'insieme di documenti che formano il quadro di riferimento e di indirizzo per la pianificazione territoriale provinciale. Il primo PUP risale al 1967, nato come strumento di regolazione dell'uso del suolo dando l'impostazione base per lo sviluppo socio-economico, vi sono individuate le aree per la creazione dei due Parchi Naturali, viene poi riformato nel 1987 (ampliando i confini dei due Parchi) diventando sempre di più uno strumento di pianificazione territoriale ed ambientale. Quest'ultimo viene sostituito nel 2008 dalla l.p. 2008/5 dopo quattro anni di lavori di revisione. Il PUP del 2008 attribuisce una maggiore dimensione strategica alla pianificazione territoriale riformando gli strumenti di governo del territorio. Si prevede infatti che il PUP, al quale rimane la disciplina della sicurezza e delle invarianti e la definizione del quadro di riferimento e di indirizzo per la pianificazione territoriale, vada integrato prima dai Piani Territoriali di Comunità (PTC) e poi dai Piani Regolatori Comunali (PRC). Il nuovo PUP viene quindi definito come strumento per la pianificazione delle politiche di sviluppo territoriale che mira a bilanciare l'esigenza di responsabilizzazione delle comunità locali con la provincializzazione di

6 Per trovare maggiori informazioni: http://it.alparc.org/la-rete-alparc

certe competenze. Il nuovo PUP contiene l'obiettivo esplicito di assicurare, con il proprio quadro strutturale, la sostenibilità dello sviluppo provinciale e di supportare il raggiungimento dell'obiettivo tramite l'attuazione di tre principi cardine.

Sostenibilità. E' sia obiettivo che parte integrante del processo per raggiungerlo, elemento centrale di un nuovo paradigma della pianificazione territoriale che "informa e accompagna le decisioni di governo, integrando le politiche, i piani e programmi sotto l'aspetto ambientale, economico e sociale". Parte dal riconoscimento della giunta provinciale che già agli inizi degli anni 2000 riconosceva che "è necessario che la politica faccia propria l'idea che lo sviluppo è forte e duraturo solo se rispettoso dell'ambiente, ma soprattutto che l'ambiente è una ricchezza che può generare essa stessa sviluppo". Il PUP infatti considera prioritaria la costruzione delle sinergie tra il sistema ambientale, quello socio-culturale e quello economico-produttivo e "si concretizza nella ricerca e nell'integrazione delle esternalità positive tra tali sistemi". La costruzione di sinergie è un elemento portante della strategia auspicata nel PUP che vede il territorio come il luogo di integrazione di attori, vocazioni e attività. Il Trentino deve diventare il luogo dove le istituzioni, le comunità locali, i sistemi sociali e produttivi, si sviluppano in un intreccio positivo in termini di conoscenza, formazione, organizzazione e flessibilità, che produce le risorse necessarie agli attori del territorio per affrontare con successo la crescente complessità dei sistemi in cui si trovano a operare. Questo il PUP "sostiene il recupero e la valorizzazione dell'identità storica, ambientale, culturale e sociale del Trentino, intesa non come fattore di chiusura, ma come presupposto della crescita, condizione di consolidamento del sistema sociale della Provincia e di caratterizzazione della sua offerta territoriale anche a livello internazionale".

Tale visione del PUP è ispirata a un documento risalente alla XII legislatura, ossia l'"Atto d'indirizzo sullo sviluppo sostenibile" adottato dalla Giunta provinciale nel 2000 e presuppone un utilizzo ragionato del suolo e delle risorse, la responsabilizzazione degli *stakeholder* valorizzando l'identità territoriale e delle sue comunità. La responsabilizzazione è un concetto che si lega a quello della partecipazione, rispetto alla quale il PUP raccomanda esplicitamente che il Trentino miri a uno sviluppo concertato e condiviso. Inoltre, molto rilevante per l'oggetto del presente report è il fatto che il PUP auspichi uno "sviluppo centrato sulla qualità e non sulla quantità. Va sostenuto e guidato il formarsi di condizioni ambientali che favoriscano una crescita economica basata sull'utilizzo efficiente dei fattori dello sviluppo e non sul loro impiego estensivo. In questa prospettiva si intende favorire la realizzazione di attività caratterizzate da alta produttività ambientale, intesa come capacità di generare un valore aggiunto rispetto alle risorse naturali e ambientali impegnate". E ancora, "l'obiettivo qualitativo va attuato attraverso la ricerca dell'eccellenza diffusa, intesa come miglioramento generale delle condizioni del territorio, nonché attraverso l'identificazione di alcuni 'progetti bandiera' caratterizzati da poliedricità di obiettivi, impatto socio - ambientale positivo, consistenti e mirati effetti positivi sull'attrattività del territorio."

Sussidiarietà responsabile. È il principio secondo il quale l'esercizio delle competenze di pianificazione e attuazione viene svolte al livello istituzionale più efficiente rispetto alla responsabilità e ai problemi nonché a più diretto contatto con le esigenze locali.

Il terzo principio riguarda la **competitività**, cioè "l'insieme delle risorse materiali e immateriali del Trentino che determina quelle 'condizioni di contesto ' che hanno grande rilievo, anche nel quadro di dinamiche economiche globalizzate, per la competitività degli operatori pubblici e privati che compongono il suo sistema produttivo". Il PUP quindi mira a promuovere l'attrattività del territorio trentino anche in termini delle condizioni offerte agli operatori economici, contribuendo a rendere il Trentino competitivo ma allo stesso tempo sostenibile. Lo sviluppo del Trentino deve infatti mirare a bilanciare attentamente questi due aspetti per prevenire il rischio che "l'orientamento alla massimizzazione della competitività del territorio implichi azioni che ne alterino in senso negativo l'equilibrio ambientale o sociale o che ne precludano le opportunità di rigenerazione futura". In particolare per quanto riguarda il settore turistico, il PUP esplicitamente raccomanda la promozione dell'offerta nei settori del turismo culturale e naturalistico, nonché l'integrazione territoriale dei punti di eccellenza in sistemi diffusi di ospitalità; auspicio del tutto in linea con gli obiettivi del progetto TurNat.

Assumendo tra i princìpi della revisione del piano quello della competitività, il nuovo PUP ricerca un coerente raccordo con il PSP, predisponendo gli strumenti territoriali per elaborare e attuare le strategie di rafforzamento del sistema socio - economico proprie della programmazione della Provincia.

Il PSP

Il 26 marzo 2010, la Giunta provinciale ha approvato il Programma di Sviluppo Provinciale (PSP) per la XIV legislatura. Il PSP è uno strumento, complementare al PUP, per definire le linee-guida di sviluppo del trentino. Anche i principi del PSP sono in linea con la strategia TurNat trovandone un alleato di attuazione. L'obiettivo principale del PSP è promuovere uno sviluppo locale duraturo e sostenibile al fine di aumentare e consolidare la competitività del sistema produttivo, rafforzare la coesione sociale, accrescere l'attrattività territoriale. Il PSP raccomanda, anche al fine di minimizzare le risorse pubbliche necessarie, l'integrazione delle politiche e la ricerca delle massime sinergie di azione tra le diverse strutture dell'Amministrazione e con le istituzioni pubbliche e private, i cittadini, le imprese.

Il concetto centrale del PSP è il capitale territoriale, inteso come insieme di risorse – materiali, immateriali e umane – di beni pubblici e di competenze private, di reti di cooperazione e di valori di socialità accumulati nel tempo su cui si fondano il benessere e il potenziale di sviluppo futuro di un territorio. Il PSP organizza i suoi sei assi a partire dalle dimensioni che compongono il capitale territoriale quali:

1. **capitale umano** i cui ambiti principali sono istruzione, ricerca, società dell'informazione;
2. **capitale produttivo** suddiviso negli ambiti imprese, lavoro, ricerca e innovazione;
3. **capitale sociale e welfare** intesi come benessere sociale, casa, salute;
4. **capitale identitario e culturale** i cui ambiti principali sono cultura, identità, minoranze linguistiche, paesaggio;
5. **capitale ambientale e infrastrutturale** composto da ambiente, foreste, territorio, urbanistica, infrastrutture per la mobilità, l'energia e le ICT;
6. **capitale istituzionale e partecipativo** che contiene invece i temi della riforma istituzionale e dello Statuto, democrazia partecipata, efficienza ed efficacia della pubblica amministrazione.

In particolare, per quanto riguarda il ruolo delle AAPP, è rilevante portare all'attenzione alcune linee guida contenute nel documento quali: "assicurare la qualità del territorio e delle risorse montane e forestali in particolare attraverso la valorizzazione delle aree di grande importanza ecologica e naturalista, dei parchi e delle altre AAPP e la tutela degli ecosistemi, degli habitat e delle specie, anche al fine di dare attuazione alla rete Natura 2000" e anche attraverso lo sviluppo della rete di piste ciclabili e pedonali per la sistematizzazione di una rete di mobilità sostenibile.

Il PASSO

Come previsto nell'asse del capitale ambientale del PSP, la XIV legislatura ha promosso anche l'adozione del nuovo atto d'indirizzo sullo sviluppo sostenibile che sostituisce il precedente adottato dalla Giunta provinciale nel 2010 e che si riferisce al decennio 2000-2010. Il nuovo documento è chiamato PASSO – PAtto per lo Sviluppo Sostenibile 2020 e Oltre. Tale documento nasce con una metodologia particolare che trova la sua forza negli approcci partecipativi e quindi nella condivisione dei suoi contenuti (5 strategie, 25 obiettivi, 116 azioni). Esso è esemplificato dai concetti di governance (definita da elementi come l'efficacia e il partenariato), sostenibilità, innovazione e monitoraggio. Proprio a riguardo di quest'ultimo il PASSO ha promosso la definizione di un set appropriato di indicatori e l'attuazione di un sistema di valutazione periodico. Il PASSO è suddiviso in 5 strategie che corrispondono a 5 dimensioni della sostenibilità ossia:

- appartenenza e responsabilità
- dimensione culturale
- ecosistemi
- abitare e muoversi
- produrre, consumare e riciclare.

In particolare nella strategia della sostenibilità degli ecosistemi vengono individuate delle azioni molto significative sia nella valorizzazione del ruolo delle AAPP sia nella promozione di un modello aggiornato di sviluppo turistico sostenibile e competitivo (raccomandando l'adesione della CETS e l'utilizzo degli indicatori europei per il turismo sostenibile) e di agricoltura biologica, modello più funzionale per il mantenimento della biodiversità anche agricola.

Tra i documenti citati il documento PASSO è quello più esplicito riguardo agli indicatori di sostenibilità del turismo evidenziando in particolar modo il problema della stagionalità.

Le linee guida per la politica turistica provinciale

Per il settore del turismo esiste un altro documento programmatico che affronta specificamente il

futuro dello sviluppo turistico in Trentino. Viene approvato nel 2011 con il nome di "Linee guida per la politica turistica provinciale". Il documento, individuando i cambiamenti in atto nel mondo del turismo, i punti di forza e di debolezza del turismo trentino, indica cinque obiettivi strategici da attuare nelle politiche turistiche ossia:

1. identità e valori dell'arco alpino
2. cultura turistica, formazione e risorse umane
3. qualità e innovazione
4. governance e integrazione
5. sviluppo sostenibile e turismo sostenibile

Entro questi obiettivi macro strategici, il documento individua undici obiettivi più operativi e per ognuno identifica azioni e misure specifiche da perseguire nel medio periodo.

Lungo gli undici obiettivi si cerca di individuare temi strategici su cui lavorare nei prossimi anni. Si auspica lo sviluppo di una nuova relazione con il turista sempre più ***prosumer* e residente temporaneo**, si auspica maggiore attenzione **al fattore umano** del turismo e quindi il potenziamento degli interventi formativi. Inoltre, il documento affronta il tema decisivo della **governance raccomandandone un'evoluzione verso efficienza ed efficacia** chiarendo ruoli di ApT d'Ambito, Consorzi, Proloco e il loro rapporto con il soggetto responsabile per la promozione turistica provinciale. Si sottolinea anche l'importanza di rafforzare l'offerta montana del Trentino cogliendo l'occasione offerta dall'iscrizione alla lista UNESCO delle **Dolomiti**. Di valore sono le indicazioni offerte per perseguire questo obiettivo: valorizzare le attività proposte dai parchi come punto di forza della motivazione **vacanza natura**, rafforzare il prodotto **cicloturistico** con un'attenzione a quei **mercati stranieri** già presenti in Trentino e incrementare le azioni promozionali verso i mercati di prossimità sia italiani (es. Lombardia) che stranieri (es. Baviera). Riprendendo un concetto molto forte del PUP, le Linee guida riconoscono il **territorio come elemento centrale dell'offerta turistica** e auspicano **un'integrazione** tra le politiche urbanistiche, la tutela del paesaggio e la mobilità. Concretamente, ciò si sostanzia nell' affrontare i fenomeni delle seconde case, nel migliorare il sistema di mobilità sostenibile (verso ed entro il Trentino) e nel valutare lo sviluppo di un marchio di qualità territoriale per certificare eccellenze ambientali. Un'altra domanda da intercettare e soddisfare è quella legata al **benessere**, cercando di sviluppare un'offerta differenziata basata sulla qualità dell'ambiente, sul turismo natura, sulle terme, sul movimento, e sui prodotti di qualità proveniente da un'agricoltura sostenibile.

Nel documento si fa riferimento esplicito alla **sostenibilità** dell'offerta turistica con un obiettivo ad hoc. Si auspica infatti un impegno concreto affinché si allevino le pressioni esercitate dal turismo sull'ambiente e sulle comunità locali perseguendo scelte di sviluppo locale che guardino alla loro resilienza a lungo termine. Entro tale obiettivo, si ritrovano la promozione di marchi ambientali e la sviluppo di attività e servizi turistici eco-sostenibili "sia con progetti integrati nelle aree più deboli, valorizzanti attività agricole e peculiarità del territorio, sia nelle aree di turismo forte, riducendo gli impatti negativi connessi a flussi turistici eccessivamente concentrati."

Un altro punto importante è la promozione **dell'utilizzo diffuso, costante e consapevole delle ICT**. Rientrano azioni legate all'utilizzo estensivo del booking online e del marketing telematico e quelle che incentivano il punto di vista dei turisti e una loro partecipazione attiva e social alla vacanza.

Infine, ultimo ma non meno importante obiettivo è quello che **riguarda la ricerca e la verifica dei risultati**. Quest'ultimo obiettivo rimane un elemento strategico perché vede nel monitoraggio la base fondamentale per prendere decisioni, valutare le politiche in corso e pianificare quelle future.

Le Linee guida per la politica turistica provinciale offrono agli osservatori, ai tecnici e ai politici uno strumento completo perché contengono sia una parte di analisi dello status quo del turismo trentino che una parte contenente preziose indicazioni su cui costruire nel futuro un turismo competitivo. Infatti, il documento prospetta al Trentino un futuro come luogo "delle identità in dialogo tra tradizione e innovazione, delle quattro stagioni e della destagionalizzazione, dell'autenticità e delle esperienze vere, dell'internazionalizzazione per aprirsi al mondo, della sostenibilità ambientale e della montagna come sistema di valori, della filiera corta per promuovere la qualità e la salubrità dei propri prodotti, della formazione e della semplificazione per valorizzare l'impegno imprenditoriale degli operatori" (PaT, 2011).

La definizione di turismo sostenibile condivisa dal tavolo di lavoro

In coerenza con gli obiettivi della strategia e con i

punti di forza e di debolezza del turismo trentino, durante gli incontri di co-progettazione si è chiesto ai componenti del TLT di condividere anche una definizione del concetto di turismo sostenibile. La seguente definizione fa tesoro dei contributi individuali e della discussione in plenaria con l'ambizione di aggiungere un'altra definizione a un concetto molto diffuso, ma di fornire una declinazione valida nel contesto in cui deve essere applicata.

Il turismo sostenibile è un **approccio trasversale al turismo** che ambisce ad assicurare il vantaggio economico e competitivo di una destinazione e lo sviluppo del territorio attraverso l'innovazione e l'evoluzione del proprio sistema, garantendo **l'integrità e la non-mercificazione del patrimonio ambientale e culturale della comunità locale,** così come il benessere della stessa in modo da trasmettere intatto tale patrimonio alle generazioni future.

Il turismo sostenibile **bilancia** quindi la dimensione economica, sociale e ambientale del turismo innovandosi anche nel modo in cui è gestito, ossia dando vita a un **sistema** integrato che si basa sulla **partecipazione** della comunità locale, così come sulla **collaborazione** tra diversi settori e *stakeholder*.

Il turismo sostenibile assicura inoltre **efficienza ed efficacia economica** perché limita e ottimizza l'uso delle risorse locali, il consumo e l'infrastrutturazione del paesaggio, in modo da mantenere integre le risorse di un territorio per le generazioni future (così da assicurarsi la conservazione dell'asset di forza del turismo e quindi un vantaggio competitivo nel tempo) e risparmiare sui costi di consumo delle risorse. **Limitare** il consumo del territorio significa sia affrontare i picchi di stagionalità tipici del turismo di massa **destagionalizzando** l'offerta turistica, sia **monitorare** tale consumo con indicatori adeguati.

Di seguito riprendiamo le forme di turismo che più di altre si prestano ad una declinazione sostenibile riprese nella Relazione sullo stato delle Alpi relativo al turismo pubblicata nel 2013 dal Segretariato della Convenzione delle Alpi.

- L'agriturismo o turismo agricolo è un segmento del turismo rurale strettamente legato all'agricoltura, alle aziende agricole e alle aree rurali. Avvicina i turisti alla natura, coinvolgendoli in attività connesse alla coltivazione e alla gestione del paesaggio. I visitatori condividono il lavoro e gli stili di vita della popolazione locale e imparano a conoscere gli animali, i metodi di coltivazione delle piante e della produzione degli alimenti. Garantisce agli agricoltori un reddito integrativo che consente loro di diversificare la propria attività economica. Un altro effetto positivo dell'agriturismo consiste nel fatto che usufruisce di infrastrutture già esistenti, contribuendo a distribuire più equamente il turismo nelle aree rurali.

- L'ecoturismo o turismo verde è il turismo in ambiente naturale e comprende elementi ambientali e di conservazione delle risorse, elementi educativi e benefici socio-economici locali (utilizzati principalmente nel contesto del turismo nei Paesi in via di sviluppo). Il termine "turismo rurale", impiegato per il turismo in aree rurali, come l'agriturismo ad esempio, è occasionalmente assimilato al turismo verde, senza tuttavia avere necessariamente gli stessi obiettivi di sostenibilità. L'ecoturismo è inoltre spesso declinato in Europa come turismo naturalistico dove si pone l'attenzione sulla motivazione del turista di osservare e apprezzare la natura e le particolarità dell'ecosistema naturale ma anche socio-culturale di una destinazione ad alto valore naturalistico.

- Il geoturismo promuove la salvaguardia dell'ambiente e delle risorse, basandosi sulle peculiarità geologiche, ma comprende anche una visione complessiva dello spazio includendo tutto quanto contraddistingue un luogo, come la storia, la cultura, il paesaggio, la cucina, le arti, la flora e la fauna.

- Il turismo equo, analogamente al marchio del commercio equo, prevede una ridistribuzione di parte delle entrate provenienti dal turismo alle comunità locali. Si tratta perlopiù di "turismo verde", ma può anche essere rurale o urbano. Esso cerca di conciliare gli interessi del turismo con il rispetto per le popolazioni locali, la loro cultura e i loro stili di vita e viene spesso praticato nei Paesi in via di sviluppo, soprattutto nel sud del mondo.

- Il turismo etico o turismo responsabile rappresenta più un intento morale, applicabile a tutte le forme di turismo sopra elencate, che una forma distinta di turismo. Il suo scopo è quello di applicare gli obiettivi del "Codice mondiale di etica per il turismo", approvato dalla UNWTO nel 1999, ovvero la tolleranza, i diritti umani e le libertà, il rispetto per la diversità etnica, i costumi e la religione, l'istruzione e la formazione nonché la Dichiarazione di Città del Capo sul

Turismo Responsabile del 2002.

- Il turismo sociale è una forma di turismo rivolta a una clientela con esigenze specifiche: famiglie, giovani, pensionati, portatori di handicap. Spesso si svolge in centri ad hoc per gruppi (centri di vacanza, campi all'aperto, villaggi turistici, ecc.), che non vanno però confusi con le strutture ricettive all'aria aperta in genere o i campeggi. I suoi obiettivi consistono nel garantire il diritto alle vacanze e l'offerta di un turismo accessibile a tutti.
- Il turismo solidale è direttamente legato a progetti socio-economici locali. I turisti e i tour operator possono partecipare, direttamente o indirettamente, a iniziative o progetti di sviluppo: workshop di riciclaggio, sviluppo di strutture o attrezzature, scavo di pozzi, progetti sociali o culturali e via di seguito. I campi di lavoro per giovani rientrano generalmente in questa definizione.

Per riassumere, **il turismo sostenibile è un approccio trasversale** applicabile a tutte le forme di turismo per rendere la competitività delle destinazione durevole nel tempo, equa nei confronti delle popolazioni locali e rispettosa dell'ambiente naturale e culturale su cui si basa. Dopodiché esistono forme di turismo, come quelle elencate sopra, che applicano principi di sostenibilità come parte integrante dell'offerta turistica. Quando si parla di turismo sostenibile, si sottintende la necessità d mettere in moto una transizione per rendere più sostenibili i processi e la performance turistica di una destinazione. Questa transizione necessita quindi di una governance efficace ed efficiente che riesca a integrare i finanziamenti con le politiche cercando di condividere processi e obiettivi con tutti gli *stakeholder* interessati.

Le politiche per lo sviluppo turistico sostenibile

Per rendere lo sviluppo turistico compatibile con le esigenze socio-economiche ma soprattutto con le problematiche di conservazione ambientale di un territorio, è necessaria l'attuazione di una strategia politica in materia di turismo sostenibile che **integri diversi livelli amministrativi su scala nazionale, regionale e locale e diversi settori economici e sociali,** mediante una pianificazione integrata basata su obiettivi economici, socioculturali e ambientali ma soprattutto usando un **processo decisionale trasparente e partecipato**. Siccome il settore turistico non può essere considerato alla stregua di qualsiasi altro settore industriale, le politiche di turismo sostenibile devono essere attuate tramite una governance complessa, dove ogni *stakeholder* (amministratori, enti turistici, operatori, cittadini e turisti stessi) è chiamato a farsi carico di una parte di responsabilità per attuare questa transizione.

Le politiche di turismo sostenibile possono essere divise in politiche pubbliche e politiche orientate al mercato. Le prime sono legate al management di destinazione (e quindi hanno per forza un aspetto pubblico in quanto la destinazione fa parte di contesti amministrativi e residenziali legati a una comunità locale) mentre le seconde si riferiscono al coinvolgimento di operatori privati, da quelli del settore dell'ospitalità ad altri che hanno potenziali legami con i flussi turistici. In generale, le politiche di turismo sostenibile possono usare strumenti che spaziano da quelli più tradizionali tipo c*ommand and control*, tramite legislazione, campagne informative e incentivi economici, ma anche tramite strumenti di governance partecipativa e collaborativa coinvolgendo tutti gli *stakeholder* interessati.

Le politiche attutate sono tanto più efficaci quanto più integrano diversi settori, livelli e *stakeholder* e quindi quanto più sono capaci di mettere in moto diversi strumenti, come strategie, direttive, leggi, e iniziative che, nelle Alpi, possono riguardare molte tematiche quali misure di adattamento e mitigazione dei cambiamenti climatici, tutela e gestione delle risorse naturali, diversificazione economica, sviluppo e commercializzazione di prodotti turistici e prodotti agricoli di qualità, mobilità, infrastrutture, incentivazione di pratiche agricole, ricettive e ristorative compatibili con l'ambiente.

Per completare il quadro sul significato di una strategia di turismo sostenibile, è bene richiamare gli indicatori che la Convenzione delle Alpi (2014) identifica come essenziali per un modello di successo di turismo sostenibile nelle aree montane:

- Informazioni sulle aspettative dei clienti;
- Integrazione dell'ambiente in altre politiche;
- Pianificazione territoriale;
- Approccio globale integrato che preveda la definizione del programma e del progetto (a monte) e la sua attuazione e gestione (a valle) sin dalle prime fasi;
- Gestione spazio-temporale dei visitatori;
- Controllo dei flussi;

- Sviluppo sociale ed economico locale;
- Creazione di prodotti turistici specifici, con particolare attenzione alla qualità e alla tutela ambientale;
- Gestione e promozione delle risorse locali, del patrimonio, del paesaggio e delle culture; gestione e integrazione delle infrastrutture, evidenziando i criteri di basso consumo energetico;
- Piena partecipazione dei rappresentanti politici locali e degli abitanti al miglioramento del loro tenore di vita;
- Informazione, sensibilizzazione e formazione, in particolare nel settore del turismo.

La stessa Convezione e nello specifico attraverso il protocollo Turismo, pionieristico redatto nel 1998, riformula in termini di obiettivi gli elementi sopramenzionati cercando di fare delle raccomandazioni specifiche per diversi target (dagli Stati firmatari della Convenzione ai turisti stessi).

Per gli Stati firmatari e le comunità locali:

- Cercare di scaglionare e diversificare nel tempo e nello spazio l'offerta e la domanda; inserire obiettivi di turismo sostenibile nelle decisioni delle politiche in materia di pianificazione territoriale, trasporti, agricoltura, foreste e ambiente (collegamenti con gli altri Protocolli);
- Condividere responsabilità; fornire supporto alle aree economicamente più deboli; adottare misure comuni, in particolare nel campo della cooperazione transfrontaliera; armonizzare e sviluppare la ricerca e le conoscenze sul turismo; favorire la formazione di professionisti del turismo e l'accesso del pubblico alle informazioni; istituire un concorso alpino per progetti e prodotti turistici innovativi;

Per le popolazioni locali:

- Impostare il proprio progetto di sviluppo e prendere parte alla sua attuazione; garantire che il turismo contribuisca al sostentamento della popolazione permanente;

Per gli operatori turistici:

- Basare lo sviluppo sostenibile dell'economia legata al turismo sulla promozione del patrimonio naturale e sulla qualità dei servizi;
- Sviluppare i mezzi atti a migliorare le strutture e le procedure di produzione;
- Considerare i progetti turistici sulla base di specifici ecosistemi;
- Diversificare le attività turistiche in funzione della diversità ambientale e socio-economica regionale e dei trend della domanda presenti sul mercato.

Per i turisti:

- Favorire il rispetto per la natura e per le popolazioni locali.

Infine il protocollo offre altre speciali raccomandazioni rivolte ai policy-makers e ai manager di destinazione:

- Contribuire alla realizzazione di offerte turistiche, preparando programmi di sviluppo e valutandoli sul piano socio-economico, ambientale e di bilancio (articoli 5 e 9) e perseguendo un corretto equilibrio dei flussi turistici in tutte le aree (articolo 8);
- Perseguire un rapporto equilibrato tra forme di turismo intensivo ed estensivo nelle zone sottoposte a una forte pressione turistica (articolo 6);
- Incentivare la qualità nel turismo mediante lo scambio di buone pratiche e la realizzazione di piani d'azione comuni (articolo 7);
- Istituire zone di quiete, nelle quali non vi siano attrezzature turistiche (articolo 10);
- Dare la priorità alla ricettività commerciale e alla sistemazione in strutture esistenti da ammodernare (articolo 11);
- Valutare le autorizzazioni (articolo 12);
- Promuovere l'accesso alle località turistiche con i mezzi pubblici e ridurre la dipendenza dai mezzi motorizzati privati (articolo 13);
- Assicurarsi che le piste da sci si integrino quanto più possibile nel paesaggio naturale e nell'ambiente,
- Ripristinare la vegetazione e autorizzare l'uso di neve artificiale solo se consentito dalle condizioni idrologiche, climatiche ed ecologiche del sito (articolo 14);
- Limitare le attività sportive all'aperto, soprattutto quelle che comportano l'uso di veicoli motorizzati (articolo 15);
- Limitare o vietare il deposito da aeromobili a fini sportivi (articolo 16).

Inoltre, *l'European Network for a Sustainable and Competitive Tourism* (NECSTour) ha individuato

in cinque priorità riassunte nella Tabella 4, le sfide delle destinazioni turistiche per un futuro sostenibile.

Priorità tematiche	Obiettivi
Mobilità e trasporti	Analizzare e limitare l'impatto dei trasporti
Qualità della vita	Migliorare la qualità di vita di residenti e turisti
	Migliorare la qualità del lavoro
Superamento della stagionalità	Ampliare le relazioni tra domanda e offerta (superare la concentrazione geografica e stagionale del turismo)
Conservazione attiva del patrimonio e delle identità	Conservazione attiva del patrimonio culturale
	Conservazione attiva del patrimonio ambientale
	Conservazione attiva dell'identità distintiva delle destinazioni
Responsabilità ambientale e sociale	Riduzione e ottimizzazione dell'uso delle risorse naturali, in particolare delle risorse idriche
	Riduzione e ottimizzazione del consumo di energia elettrica
	Riduzione degli sprechi e della gestione dei rifiuti

Tabella 04. Priorità e obiettivi della rete europea NECSTour (NECSTouR, 2009)

Il turismo è inevitabilmente collegato alla tematica del cambiamento climatico sia come industria responsabile di molte emissioni che come settore che rischia di subirne le conseguenze climatiche. Quindi di conseguenza è necessario che una strategia di turismo sostenibile preveda sia politiche di mitigazione che di adattamento del cambiamento climatico.

Come ci ricorda il Segretariato della Convenzione delle Alpi, nonché il Piano energetico-ambientale provinciale (PEAP) 2013-2020 è fondamentale che il turismo, come settore rilevante dell'economia trentina, contribuisca alla mitigazione del cambiamento climatico, quindi alla diminuzione dei consumi energetici e delle emissioni di Co2. I due box di approfondimento illustrano le differenze tra politiche di mitigazione e adattamento al cambiamento climatico.

Politiche di mitigazione del cambiamento climatico per il settore turistico (Segretariato della Convenzione delle Alpi, 2013; Abegg et al. 2001; Simpsons et al., 2008)

Considerando i lavori disponibili si può affermare che una buona politica di mitigazione del settore turistico debba contemplare quattro misure fondamentali che le imprese o organizzazioni del settore dovrebbero mettere in atto come risposta concreta al cambiamento climatico.

Una prima misura per abbattere le emissioni di gas effetto serra consiste nel migliorare l'efficienza energetica in taluni ambiti (come ad esempio isolamento termico, lampadine a risparmio energetico ma anche riducendo i rifiuti).

La seconda misura prevede l'abbandono di comportamenti che producono emissioni elevate a favore di pratiche con una minore impronta di carbonio (come ad esempio favorendo il trasporto pubblico anziché privato e lo sviluppo di filiere corte).

La terza misura riguarda l'emissione dei gas effetto serra, che può essere ridotta eliminando quelle attività che non incidono in maniera significativa sull'offerta turistica o sulla qualità del servizio (come ad esempio l'eliski).

In ultimo, l'impresa o la destinazione può compensare le emissioni rimanenti al fine di ottenere un saldo emissivo pari a zero (ad esempio pensando iniziative di compensazione dei viaggi in aereo, vendita di riduzioni certificate delle emissioni Gold Standard).

Le attività di compensazione delle emissioni di CO2 dovrebbero essere parte di una strategia integrata e globale. Infatti, è importante sottolineare che la compensazione dovrebbe essere una soluzione di ripiego, a cui ricorrere dopo che sono state adottate le altre misure disponibili di mitigazione

Politiche di adattamento al cambiamento climatico (Cipra, 2011; Segretariato della Convenzione delle Alpi, 2013; Balbi et al., 2011; Ketterer & Siegrist, in: Weiermair et al., 2011)

Efficaci politiche di adattamento devono basarsi su un processo concertato e pianificato di sviluppo del turismo nel lungo periodo (inteso almeno come più lungo di un singolo mandato elettorale). La parola chiave di qualsiasi strategia di adattamento è diversificazione con l'obiettivo di ridurre al minimo la dipendenza da mono-colture turistiche in particolare la dipendenza del turismo invernale dalle attività sciistiche e dalla presenza di neve, che sono imprescindibili dall'innevamento anche artificiale.

Una strategia di adattamento prudente dovrebbe mantenere gli impianti di risalita esistenti e la produzione di neve solo nelle località con le condizioni ambientali e climatiche più propizie (a quote di circa 1.500 m s.l.m., a seconda delle locali condizioni climatiche e geografiche)

La diversificazione delle attività turistiche deve anche basarsi sul miglioramento delle sinergie con il turismo estivo e incentivare quei prodotti turistici invernali basati sulla neve naturale i quali sono più flessibili rispetto allo sci da discesa. Il freeride, lo sci alpinismo e l'escursionismo con le racchette da neve.

In un'ottica di adattamento più ampia, occorre porre in atto anche una strategia di marketing in risposta alla concorrenza globale perseguendo tre obiettivi prioritari: (a) identità, (b) flessibilità e (c) innovazione.

L'identità è fondamentale perché consente a una destinazione di essere riconosciuta come luogo distinto e autentico. Una località turistica alpina deve possedere una identità propria. La cultura locale, l'artigianato, la gastronomia, le AAPP e l'agricoltura sono punti di forza che contraddistinguono un luogo e meritano di essere incentivati. È necessaria una certa flessibilità a causa della maggiore variabilità nelle condizioni climatiche e nell'andamento della domanda. Occorrono investimenti leggeri ma a elevato capitale umano. L'innovazione, non solo dei prodotti ma anche dei processi dovrebbe essere orientata alla sostenibilità a lungo termine.

Le destinazioni "autentiche" contraddistinte dalla presenza di numerosi prodotti locali, da un substrato culturale peculiare e da cicli economici regionali potrebbero uscire vincenti in futuro dalla concorrenza nel settore del turismo.

Rimane quindi fondamentale la pianificazione della destinazione turistica mediante strategie sostenibili appropriate. Sia i governi che la comunità locale che le imprese sono chiamate a lavorare insieme per mettere in sinergia i responsabili di tutti i settori (ambiente, energia, lavoro, agricoltura, mobilità, salute, etc.) che possono contribuire allo sviluppo di un turismo sostenibile. Il ruolo delle amministrazioni risulta infatti cruciale, infatti sono necessari investimenti pubblici per favorire lo sviluppo nelle AAPP, per la riqualificazione culturale e per le energie rinnovabili.

Infine un altro elemento fondamentale è legato alla governance e quindi anche ai finanziamenti di tali politiche, in contesto di costante riduzione del budget pubblico. La restrizione delle finanze pubbliche insieme a molti altri cambiamenti, porta a considerare nuove forme di gestione e di condivisione delle responsabilità per raggiungere un obiettivo comune come quello della sostenibilità turistica nelle AAPP, come affronteremo nei seguenti capitoli.

Le linee guida per il turismo sostenibile nelle Dolomiti Patrimonio UNESCO

Nel 2009 l'UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) ha iscritto nella lista dei beni patrimonio dell'umanità, ai sensi della Convenzione del 1972, le Dolomiti quale bene naturale seriale. L'iscrizione è avvenuta al termine di un processo durato alcuni anni che ha visto operare congiuntamente le province interessate. Le Dolomiti insieme alle Eolie sono gli unici beni naturali UNESCO in Italia. In particolare le Dolomiti soddisfano i criteri VII e VIII, relativi il primo a "superlativi fenomeni naturali o aree di eccezionale bellezza naturale o importanza estetica", il secondo a "esempi eccezionali rappresentativi delle maggiori fasi della storia della terra, che comprendano testimonianze della vita, processi geologici significativi in corso riguardanti la conformazione terrestre o significativi caratteri geomorfologici o fisiografici".

Sebbene il documento di iscrizione rilevi che i paesaggi naturali sono in buono stato di conservazione e in larga parte non toccati dallo sviluppo e che le singole parti sono tutte essenziali per la conservazione della bellezza e delle testimonianze della storia della terra, la gestione dei beni seriali che compongono le Dolomiti richiede adeguate risorse ed un accordo inter-provinciale per definire un sistema gestionale comune e coerente. Lo stato italiano e le province coinvolte sono tenute ad assicurare la protezione, la conservazione, la presentazione e la trasmissione alle future generazioni del Patrimonio Naturale. In particolare, è necessaria, una protezione dalle pressioni causate dal turismo e dalle infrastrutture. Ciascuna delle aree richiede un proprio piano che fornisca non solo protezione e gestione dell'uso del suolo, ma anche regolamentazione e gestione delle attività umane al fine di proteggere le qualità del paesaggio naturale. Le aree soggette a più intensa frequentazione devono essere gestite al fine di assicurare che il numero dei visitatori e delle attività rientrino nelle capacità del bene tenendo

conto dei suoi valori e della qualità dell'esperienza dei visitatori.

La attivazione della Fondazione "Dolomiti-Dolomiten-Dolomitis-Dolomites", avvenuta nel 2010, ha permesso la definizione del soggetto di coordinamento delle politiche di conservazione del bene. La Fondazione è quindi responsabile della strategia di gestione e per farlo ha attivato 7 reti funzionali come strumento attraverso il quale la Fondazione sta attualizzando il processo partecipativo finalizzato alla definizione di azioni programmatiche di gestione estese al bene seriale nel suo insieme.

Un documento molto rilevante per lo scopo geografico e gli obiettivi della strategia TurNat è il progetto elaborato e pubblicato dall'Accademia Europea di Bolzano (EURAC) per la Fondazione Dolomiti UNESCO (Elmi e Wagner, 2013) contenente un'analisi scientifica e accurata dei problemi attinenti i siti dolomitici e relative raccomandazioni per definire la strategia ufficiale delle Fondazione.

Infatti i siti individuati come patrimonio dell'umanità (raggruppati in nove sistemi) in Trentino ricadono completamente in territorio tutelato e nello specifico in 7 SIC/ZPS i quali rientrano a loro volta nella gestione di organi già istituiti o in fase di istituzione come sintetizzato dalla Tabella 05.

SIC/ZPS in PaT	Sistema	Ente Gestore in PaT
SIC IT3120129 Ghiacciaio Marmolada	2. Marmolada	RR Fassa (in fase d'istituzione)
SIC IT3120010 Pale di San Martino	3. Pale di San Martino – San Lucano – Dolomiti Bellunesi – Vette Feltrine	Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino
SIC IT31210011 Val Venegia	3. Pale di San Martino – San Lucano – Dolomiti Bellunesi – Vette Feltrine	Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino
SIC IT3120126 Val Noana	3. Pale di San Martino – San Lucano – Dolomiti Bellunesi – Vette Feltrine	Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino
SIC IT3120119 Val Duron	7. Sciliar-Catinaccio / Schlern-Rosengarten – Latemar	RR Fassa (in fase d'istituzione)
SIC IT3120106 Nodo del Latemar	7. Sciliar -Catinaccio / Schlern-Rosengarten – Latemar	RR Fiemme – Destra Avisio
SIC IT3120009 Dolomiti di Brenta	9. Dolomiti di Brenta	Parco Naturale Adamello Brenta

Tabella 05. SIC/ZPS nelle Dolomiti UNESCO

Il documento elaborato da Elmi e Wagner (2013) combina similmente alla strategia TurNat l'elemento della ricerca applicata e analitica con quello della condivisione e coinvolgimento degli *stakeholder* interessati. Le raccomandazioni di politiche contenute in questo documento sono significative per la PaT e nello specifico per le AAPP trentine perché sono rivolte anche alla gestione dei siti presenti in provincia. La strategia TurNat, in un'opera di capitalizzazione dell'esistente e in coerenza con il principio di sussidiarietà, le considera un punto di partenza primario su cui basare i propri risultati.

In particolare i contenuti della strategia EURAC si articolano su 5 assi strategiche. Questi cinque assi sono poi declinati in strategie generali (A1; A2., etc), le quali a loro volta sono divisi in linee di intervento strategiche (A1.1., B2.1. etc). Di seguito riassumiamo il documento strategico con una panoramica delle strategie per ogni asso.

A. Analisi e monitoraggio
A1 Approfondimento dell'analisi a livello interprovinciale del fenomeno turistico e dei suoi impatti
A1.1 Analisi coordinata dei comportamenti dei turisti nelle zone core e buffer dei singoli Sistemi delle Dolomiti Patrimonio UNESCO.
A1.2 Analisi coordinata delle aspettative e delle percezioni degli operatori turistici locali e dei residenti rispetto all'iscrizione delle Dolomiti nella World Heritage List.
A2 Monitoraggio coordinato del fenomeno turistico e dei suoi impatti
A2.1 Predisposizione di azioni e selezione di una serie di indicatori per il monitoraggio dello sviluppo del fenomeno turistico
A2.2 Predisposizione di azioni e selezione di una serie di indicatori per il monitoraggio dello sviluppo della mobilità

B. Offerta e domanda turistica
B1 Promozione dell'adozione di standard condivisi di sostenibilità per l'offerta turistica
B1.1 Promozione dell'adesione delle AAPP incluse nel territorio delle Dolomiti Patrimonio UNESCO alla CETS
B1.2 Promozione dell'adozione della certificazione ambientale Ecolabel o di certificazioni ambientali rilasciate dalle AAPP delle Dolomiti da parte delle strutture ricettive presenti nelle zone core e buffer e nei Comuni delle Dolomiti UNESCO.
B1.3 Promozione della riqualificazione sostenibile dei rifugi alpini presenti nelle zone core e buffer e degli impianti di risalita di accesso.
B2 Sviluppo di prodotti turistici
B2.1 Promozione dell'ulteriore sviluppo di prodotti turistici a livello dolomitico sul tema della sostenibilità, promuovendo la destagionalizzazione del prodotto turistico.
B3 Formazione degli operatori turistici
B3.1 Organizzazione di iniziative di formazione sui valori delle Dolomiti Patrimonio UNESCO e sulle offerte di turismo sostenibile nell'area.
B4 Riduzione delle esternalità negative del turismo e delle attività ricreative
B4.1 Riduzione degli impatti delle attività ricreative negli hotspots delle zone core e buffer e dei punti di accesso.
B4.2 Regolamentazione sostenibile degli eventi nelle Dolomiti Patrimonio UNESCO.
B4.3 Promozione della riqualificazione e dell'utilizzo delle strutture ricettive esistenti e delle abitazioni non stabilmente occupate ad uso turistico in alternativa

C. Mobilità
C1 Promozione della mobilità sostenibile
C1.1 Ampliamento delle informazioni sull'offerta di mezzi di trasporto sostenibili esistenti nell'area Dolomiti Patrimonio UNESCO.
C1.2 Miglioramento e integrazione dell'offerta dei mezzi di trasporto sostenibili esistenti nell'area delle Dolomiti Patrimonio UNESCO.
C1.3 Promozione dell'arrivo tramite mezzi di trasporto sostenibili dai mercati sorgente alle Dolomiti Patrimonio UNESCO.
C2 Gestione del traffico individuale motorizzato
C2.1 Gestione sostenibile del traffico individuale motorizzato.
C2.2 Gestione sostenibile del traffico in sosta.

D. Informazione e comunicazione
D1 Comunicazione efficace e omogenea dei valori delle Dolomiti Patrimonio dell'Umanità e delle possibilità di turismo sostenibile nell'area.
D1.1 Inserimento di riferimenti specifici al turismo sostenibile nella regolamentazione sull'uso del marchio della Fondazione Dolomiti UNESCO.
D1.2 Presentazione congiunta delle Dolomiti Patrimonio UNESCO per la promozione della visibilità delle offerte di turismo sostenibile.
D1.3 Promozione dell'immediata riconoscibilità delle aree core e buffer e dei Comuni del territorio delle Dolomiti Patrimonio UNESCO.
D1.4 Organizzazione di eventi di sensibilizzazione sulle Dolomiti Patrimonio UNESCO e sulla tematica del turismo sostenibile.

E. Governance
E1 Promozione e valorizzazione delle sinergie fra Reti Funzionali
E1.1 Valorizzazione, per progetti concreti di turismo sostenibile, delle sinergie esistenti all'interno delle Reti Funzionali e delle Amministrazioni Provinciali.
E2 Cooperazione interprovinciale e transnazionale per il turismo sostenibile
E2.1 Promozione di accordi per azioni comuni nelle aree caratterizzate da eterogeneità amministrativa e normativa.
E2.2 Promozione di iniziative di cooperazione interprovinciale e transnazionale per lo sviluppo del turismo sostenibile.

Le aree protette del Trentino come laboratorio di turismo e sviluppo sostenibile

Abbiamo già sottolineato come i parchi e in generale le AAPP siano sempre più volano di turismo e siano considerate vere e proprie attrazioni turistiche di una destinazione. Come molte ricerche hanno evidenziato c'è un indiscutibile aumento di presenze e arrivi turistici nei territori protetti. Tale trend è da inserire in un contesto più ampio dove si riscontra innegabilmente la crescita di valori legati alla salute e all'ambiente, dove i parchi diventano sinonimo e garanzia di soddisfazione per chi è in cerca di determinate esperienze.

Le AAPP però non sono solo spazio fisico; ma anche attore tra gli attori, il cui ruolo è promuovere uno sviluppo locale integrato e sostenibile nei territori circostanti. In coerenza con gli obiettivi di TurNat le AAPP del Trentino devono evitare la frammentazione e la marginalizzazione politica ed ecologica proponendosi come un sistema coerente ed organico, capace di fare rete all'interno e all'esterno e capace di tutelare valorizzando un patrimonio ricco quanto prezioso. Integrarsi con l'esterno, con altri settori quali l'agricoltura e il turismo e dialogando con le comunità locali non solo favorirà la crescita delle AAPP come sistema ma anche la diminuzione dei conflitti sull'uso delle risorse, problema che è tuttora rilevante anche in Trentino non solo tra turismo e ambiente ma anche tra energia e turismo, solo per fare un esempio.

Il capitolo seguente propone una panoramica sull'evoluzione del ruolo assunto dalle AAPP fino

al giorno d'oggi per poi sondarne le molteplici opportunità che un tale scenario offre. Infine si offre una presentazione del contesto delle AAPP del Trentino, oggetto della strategia TurNat. Trasversalmente, viene affrontato il delicato tema di una gestione equilibrata delle AAPP per garantire da un lato, una fruizione in libertà e sicurezza per i turisti e dall'altro il miglioramento della qualità degli habitat e della biodiversità.

L'evoluzione storica dell'approccio alle aree protette

Le AAPP sono storicamente il primo strumento legislativo inventato per proteggere l'ambiente dall'intervento antropico. Il primo parco fu creato alla fine del 1800 negli Stati Uniti, benché l'idea di "bosco sacro" risalga agli albori della storia dell'umanità.

Nonostante le AAPP abbiano una storia antica e nonostante sin dalla loro creazione abbiano sempre mantenuto un rapporto importante con attività ricreative (i parchi americani cercavano di rappresentare il mito della *wilderness*), l'approccio alla **conservazione della natura** è cambiato molto negli ultimi anni (Eagles e McCool, 2004). Infatti, è stato provato come la protezione statica di aree isolate dall'interazione umana non sia più una condizione sufficiente a garantire la conservazione della biodiversità. Mano a mano si è fatto strada un paradigma più aperto e dinamico che tiene in considerazione diversi aspetti dell'ambiente naturale ma anche di quello socio-economico circostante (Cipra Alpmedia, 2010). Da questa tendenza sono nati concetti come reti ecologiche polivalenti o *eco-system management* ed è su tali concetti che si basa la rete europea Natura 2000 e la legge provinciale 2007/11 che prevede l'attuazione su base volontaria e locale delle cosiddette Reti di Riserve (RR). Questi cambiamenti nell'approccio alla conservazione sono basati anche sull'evoluzione della legislazione internazionale, sancita in particolare dalla Convezione Internazionale per la Diversità Biologica (CBD) del 1992, che trova piena attuazione nelle direttive 92/43/CEE "Habitat" e 79/409/CEE "Uccelli", le quali hanno dato vita al cosiddetto sistema europeo Natura 2000. Tale sistema si basa sul presupposto che la natura (come il turismo) non riconosce i confini artificiali delle AAPP e delle amministrazioni locali o nazionali e che quindi richiede la collaborazione sia tra chi ha interessi diretti che chi risiede attorno ai confini, facendo diffondere il concetto di continuità e corridoi ecologici (Bushell et al., 2007).

Anche la Convenzione delle Alpi conferma questo approccio e l'articolo 12 del Protocollo "Conservazione della Natura e tutela del paesaggio" in linea con il sistema Natura 2000 prevede la creazione di una rete di AAPP nazionali e transazionali. Su tale obiettivo si basa la nascita di Alparc. L'evoluzione nel tempo di questi tipi di strumenti legislativi riflette il cambiamento nella comunità scientifica da una posizione più passivamente conservazionistica a un paradigma più attrattivo e aperto alla tutela della biodiversità.

I cambiamenti dell'approccio alla conservazione che riflettono un'interdipendenza e una complessità sempre più crescente sono evoluti in parallelo e in complementarietà allo sviluppo e all'affermarsi del concetto di governance e di coinvolgimento di tutti gli *stakeholder* nei processi decisionali. Infatti, come sancito dallo storico congresso mondiale dei Parchi organizzato nel 2003 dalla IUCN, la gestione delle AAPP secondo una governance partecipativa che assicuri il coinvolgimento di tutti gli *stakeholder* deve essere un obiettivo prioritario.

Parallelamente è cresciuta anche l'attenzione data al **valore economico della biodiversità**. Sempre più ricerche studiano il potenziale valore economico dei servizi eco-sistemici in modo da superare la vecchia concezione per cui un'area protetta è vista solo come un limite allo sviluppo della sua comunità. Molti studi evidenziano il beneficio economico portato dalle AAPP a favore della salvaguardia della biodiversità. Secondo il *Millenium Ecosystems Assessment* delle Nazioni Unite, le AAPP con i propri ecosistemi non solo hanno valore economico in quanto conservano la biodiversità, ma forniscono anche materie prime come legno ed acqua, assorbono le emissioni di anidride carbonica, proteggono dai rischi idrogeologici ed infine offrono opportunità di esperienze ricreative, spirituali e culturali.

Monetizzabile o no, l'importanza ed il valore delle AAPP è stata riconosciuta in modo crescente da politici e tecnici. Infatti, dagli anni '70 fino alla fine dei '90, la superficie soggetta a tutela in Europa è più che raddoppiata. Oggigiorno **la superficie dell'Unione Europea tutelata da meccanismi di protezione arriva quasi al 23 % del totale, mentre in Trentino raggiunge quasi il 30**%. Ci sono però grandi differenze tra i vari livelli di tutela. Tali diversità sono generalmente distinguibili tramite le sei categorie identificate recentemente dall'IUCN che differenziano tra zone protette in maniera integrale ad altre in cui l'interazione con l'uomo e le sue infrastrutture è già molto avanzata.

L'approccio alla gestione delle AAPP è molto cambiato nel corso degli anni, richiedendo così anche un ripensamento di tali spazi. Gli elementi di rottura rispetto al pensiero precedente riguardano principalmente la presa di coscienza circa il ruolo fondamentale che le AAPP rivestono nelle politiche di conservazione e tutela delle risorse ambientali e della biodiversità e la necessità di mettere in atto procedure di gestione innovative, capaci di contemperare le esigenze dei diversi *stakeholder* coinvolti (Valle, 2013). Tali cambiamenti coincidono e sono strettamente interrelati con l'emergere del concetto di governance e di sostenibilità come presentati nel capitolo precedente sulla governance turistica.

È importante sottolineare come nel passato, anche in Trentino, l'istituzione delle AAPP non è sempre stata accolta benignamente dalla popolazione residente. Le limitazioni imposte dalla definizione dei confini venivano spesso interpretate come limitazione del diritto storico del residente di vivere il proprio territorio e di accedere alle sue risorse. Questo atteggiamento non è oggi prevalente e oramai la maggior parte delle popolazioni locali soprattutto se coinvolte nella gestione dell'area, condivide che un'area protetta non limita la sovranità della comunità locale ma crea le condizione affinché il territorio si mantenga sano nel tempo (Federparchi, 2009).

Le AAPP, dall' essere percepite come meri ostacoli al benessere socio-economico delle comunità locali, e sviluppare un'azione attiva sia nella conservazione della biodiversità sia nello sviluppo sostenibile dei territori (Jungmeier, 2006).

Il potenziale delle aree protette come attori proattivi di sviluppo locale sostenibile

Attualmente le AAPP, per necessità o ispirazione, devono affrontare un mondo molto complesso che va oltre i loro confini geografici. Questo implica come esse e i loro enti gestori debbano confrontarsi con un'eterogeneità di problemi tra cui **sovrapposizioni di diversi interessi** (a volte concorrenti), **difficoltà tecniche, diversità di approcci** e richieste ambiziose da parte dei governi e, non ultima, una permanente **penuria di finanziamenti** (Eagles e McCoool, 2004; Jungmeier, 2006; Federparchi, 2009).

In questo quadro di mancanza di risorse insieme alle necessità di rendere più sostenibile lo sviluppo di un territorio e di migliorarne lo stato di conservazione, il turismo (sostenibile) diventa opportunità sia per le AAPP che per la comunità locale di:

- legittimare il ruolo dell'Area Protetta;
- sensibilizzare sui temi ambientali sia la popolazione residente che i visitatori;
- raccogliere finanziamenti (attraverso la vendita di servizi ai visitatori, progetti europei e collaborazioni pubblico/privato);
- offrire un'occasione di sviluppo economico ma anche sociale alla comunità locale, cogliendo le opportunità del turismo e della green economy e agendo come terreno di sperimentazione di *nuove economie basate sull'innovazione sociale, sullo sviluppo di nicchie di mercato e sulla diffusione di innovazioni tecnologiche.*

Sviluppo regionale (o territoriale o locale) sostenibile è un termine chiave per capire il contributo che può essere raggiunto sinergicamente dalle AAPP all'attività turistica, in uno scenario dove sono realizzate quelle azioni che possono aumentare il valore aggiunto di un territorio, inteso anche in senso economico, sottintendendo che un ambiente integro detiene anche un maggiore valore monetario, soprattutto in un'ottica turistica, ma anche un valore sociale o di *welfare* in cui la qualità della vita delle popolazioni locali migliora. Le AAPP si proiettano nel ventunesimo secolo non solo come luoghi di incredibile bellezza e di spiritualità ma come luoghi del "fare", dove accanto alle azioni tradizionali di conservazione, vengono promossi progetti e sperimentazioni che stimolano economia migliorando la qualità della vita (Federparchi, 2009). Quindi, se da una parte si delineano le opportunità di un'economia sociale e verde, in parallelo si avvia la costruzione dell'offerta turistica proposta agli appassionati. Il ruolo del Parco sarà quello di favorire il coinvolgimento della comunità locale per condividere i valori da promuovere e il patrimonio naturale e storico-culturale che li rappresentano. Infatti se i valori sono condivisi, sarà più spontaneo per gli operatori e la comunità comunicarli all'ospite riuscendo così a trasmettere il senso di autenticità del territorio (Landi, 2013). Il coinvolgimento degli operatori è cruciale in quanto permette di aumentare la consapevolezza della visione olistica per sviluppare un efficace marketing territoriale che è prima di tutto marketing valoriale assumendo e facendo assumere responsabilità sociale ed ecologica (Mantelli, 2013). Infatti, l'identità territoriale distingue un luogo da un altro e per questo contribuisce alla sua riconoscibilità e quando un'identità

è riconosciuta come positiva può rappresentare un grande vantaggio competitivo e di differenziazione (Landi, 2013).

Oggigiorno è ormai assodato che la gestione delle AAPP debba guardare almeno a tre dimensioni (Federparchi, 2009):

1. la dimensione ecologica (patrimonio ambientale e idrico, ecosistemi, uso del suolo, prevenzione rischi, mitigazione cambiamento climatico);
2. la dimensione socio-culturale (accettazione, coinvolgimento, partecipazione, patrimonio storico-culturale);
3. la dimensione economica (marketing, valore aggiunto, imprenditoria sociale e verde).

Se da una parte il valore economico legato ai servizi ambientali offerti dai parchi non è ancora adeguatamente valutato, dall'altro molti concordano sul valore aggiunto che un'area protetta può portare in termini di valorizzazione territoriale soprattutto promuovendo e rendendo possibile un turismo basato sulle specificità naturali e culturali del territorio. a presenza dell'area protetta è sempre più intesa dai consumatori come garanzia di qualità e salubrità. Rispetto ai cambiamenti nella gestione, Aldo Bonomi (2013) suggerisce come le AAPP siano entrate in un'ulteriore fase di evoluzione legata ai paradigmi emergenti della *green economy* e dei beni comuni. Secondo Bonomi e (AASTER 2013) "[…] negli ultimi venti anni, i parchi hanno contribuito a schiudere le prospettive di un'altra via allo sviluppo, centrando almeno tre obiettivi significativi:

- hanno interpretato la voglia di riscatto da parte di territori rimasti ai margini delle traiettorie dello sviluppo fordista, dando loro una nuova identità e collocandoli al centro dei nuovi modelli di sviluppo;
- hanno partecipato alla messa in pratica di una via sostenibile allo sviluppo economico, facendo spesso da rimorchiatori, nei diversi territori, per lo sviluppo del settore agroalimentare, dell'agriturismo, delle iniziative per l'ambiente e contribuendo al cambio della mentalità dei produttori;
- hanno contribuito ad agganciare territori altrimenti marginali all'economia della conoscenza, per lo più in qualità di committenti per il sistema della ricerca, delle Università, dell'editoria e dell'educazione".

Nonostante gli innegabili progressi e successi, il consorzio AASTER, come risultato di uno studio commissionato da Federparchi, avverte però che:

"[…] i parchi, oggi, non possono più limitarsi al ruolo di semplici attivatori di *incoming* turistici o di certificatori indiretti della qualità delle produzioni agroalimentari del territorio, ma devono produrre un nuovo balzo in avanti, che ponga al centro la questione dei beni comuni e rimarchi il proprio ruolo in quanto dispositivo regolatore e riproduttore degli stessi. Con un doppio movimento, i parchi sono oggi chiamati a valorizzare i saperi e le competenze territorializzate in rapporto alle dinamiche di globalizzazione dei mercati e, di converso, a tradurre localmente una cultura della sostenibilità ambientale che ha oramai dimensione globale. Significa, in altre parole, costruire uno spazio di rappresentazione dei parchi come avanguardia agente credibile, capace di agire nell'arena degli interessi e in quella della coesione sociale, sottraendosi da un processo di marginalizzazione politica e di testimonianza sociale che non ha più ragion d'essere. Solo in tal modo il sistema dei parchi potrà ricostruire le condizioni per rinnovare la propria leadership territoriale in una prospettiva di *green society.*"

Il tema dell'**innovazione** è un tema centrale a cui anche le AAPP possono contribuire, come ha dimostrato anche il caso autoctono nel Parco Naturale Adamello-Brenta (PNAB). Un elemento fondamentale è quello della **partecipazione**, perché innovare il processo con cui le comunità e gli operatori sono coinvolti è uno strumento essenziale per creare una predisposizione a collaborare e a sviluppare creatività e innovazione di prodotto.

Come ci ricorda Castelnovi (2013) le AAPP sono l'unico **ente di gestione che ha per statuto la sostenibilità** e possono agire e farsi riconoscere come soggetto istituzionale diverso da un Comune partecipando ad amministrare un territorio ampio, curandone la gestione senza avere come fine l'uso produttivo ma la valorizzazione delle risorse. Così in molti territori gli enti gestori si sono proposti come unico soggetto che potesse "convogliare investimenti e occasioni di lavoro".

Con il riconoscimento di tutti questi elementi si fa strada la legittimazione istituzionale di AAPP come esperienze di laboratorio territoriale che sono viste oggi come *asset* fondamentale per affrontare la crisi attuale. Infatti, nella conferenza nazionale "La Natura dell'Italia. Biodiversità e AAPP la green economy per il rilancio del paese" organizzata dal Ministero dell'Ambiente si è condiviso che le

AAPP "non sono solo centri di costo ma centri di esperienza e costruzione di nuovi modelli di integrazione territoriale che hanno nella loro agenda insieme alla *mission* della conservazione della natura un approccio orientato alla valorizzazione dei beni territoriali" (Ostellino, 2013, p. 4).

Fortunatamente il panorama italiano è composto di molti parchi all'avanguardia che hanno saputo diventare attori tra gli attori stimolando nei loro territori sviluppo locale sostenibile. La nuova sfida deve essere non lasciare i parchi da soli a implementare politiche frammentate l'uno dall'altro. Questo lo hanno capito le regioni della Valle d'Aosta[7], del Piemonte[8] e delle Marche[9] che hanno dato il via a progetti di valorizzazione regionale del proprio sistema delle AAPP. Anche il Trentino ha colto questa opportunità e sfida cercando di applicare i principi della CETS fin dalla pianificazione della presente strategia.

Al tema dell'animazione territoriale per lo sviluppo sostenibile locale si aggiunge quello **dell'integrazione settoriale** e il tema del coordinamento verticale in un'ottica di conservazione attiva della natura. Tale complessità richiede scelte e politiche adeguate e chiama soprattutto a un sostegno pubblico e istituzionale di queste realtà che operano sotto il profilo di principi fondamentali come quello della sussidiarietà, della partecipazione e dell'integrazione.

Le aree protette del Trentino

Sia la legislazione italiana che quella provinciale hanno lavorato negli scorsi decenni per incorporare e rendere operativi i princìpi di sostenibilità e conservazione attiva che sono auspicati da Unione Europea e organizzazioni internazionali. In particolare la legge provinciale n. 11 del 23 maggio 2007 "Governo del territorio forestale e montano, dei corsi d'acqua e delle aree protette" e le linee guida per le politiche forestali hanno riformato il settore sia incentivando un nuovo approccio alla gestione dei parchi esistenti sia istituendo un **nuovo strumento di gestione: le Reti di Riserve (RR)**, **strumento volontario** che nasce con il duplice obiettivo di conservazione e sviluppo locale da perseguire tramite una logica di governance partecipata e d'integrazione tra settori.

Le RR sono strumenti di gestione, istituiti dalla l.p. 2007/11 che permettono agli enti locali di aggregarsi per unire l'impegno alla protezione di siti ad alto valore naturalistico alla necessità di valorizzarli in un'ottica turistica sviluppando una strategia di sviluppo locale sostenibile. La legge prevede che gli enti locali possano dare vita a RR attraverso un accordo di programma tra i soggetti attuatori e la provincia. Grazie all'istituzione delle RR, le singole AAPP possono essere messe in collegamento tra di loro attraverso l'individuazione di "ambiti territoriali di pregio". In altre parole, le RR sono sistemi di gestione per AAPP fuori parco (SIC, ZPS, riserve naturali provinciali e riserve locali) che nel loro insieme rappresentano sistemi territoriali di particolare interesse che si prestano ad una gestione unitaria.

Tale approccio integrato è riflesso nell'intera legge dove si fa esplicito riferimento al **sistema trentino delle AAPP** come "promotore di protezione attiva" del patrimonio naturale e culturale della provincia. Le legge richiede che ogni area protetta si impegni nella gestione per raggiungere i seguenti obiettivi: conservazione delle risorse naturali, gestione integrata e partecipativa, ricerca scientifica, uso ricreativo in compatibilità con le risorse naturali ed educazione ambientale. Un'altra novità introdotta dalla l.p. 2007/11 è l'istituzione di due soggetti provinciali composti da diversi *stakeholder* provinciali: il comitato scientifico delle AAPP con una funzione di supporto tecnico e informativo e la cabina di regia delle AAPP e dei ghiacciai che ricopre una funzione più strategica.

La Legge prevede infine la possibilità di costituire:

1. "Corridoi ecologici" che mettano in comunicazione tra loro le diverse AAPP;
2. Parchi naturali locali, intesi come evoluzione delle RR;
3. Parchi naturali agricoli.

In questo panorama emergono le RR per gestire e valorizzare le AAPP in modo più efficace e con un approccio dal basso, attivato su base volontaria dai Comuni o Comunità di Valle in cui ricadono sistemi territoriali di particolare interesse naturale, scientifico, storico-culturale e paesaggistico. Nel dicembre 2014 sono 7 le reti istituite (Monte Baldo, Bondone, Cembra-Avisio, Fiemme, Basso Sarca, Alto-medio Sarca, Alpi Ledrensi) e 2 quelle in fase di istituzione (Alto Noce e Fassa).

7 www.vivavda.it/default_i.aspx; http://www.lovevda.it/turismo/scopri/patrimonio_naturale/default_i.asp.
8 www.politichepiemonte.it/site/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=64&Itemid=86
9 www.turismo.pesarourbino.it/fileadmin/grpmnt/1177/pieghevole_3_parchi.pdf

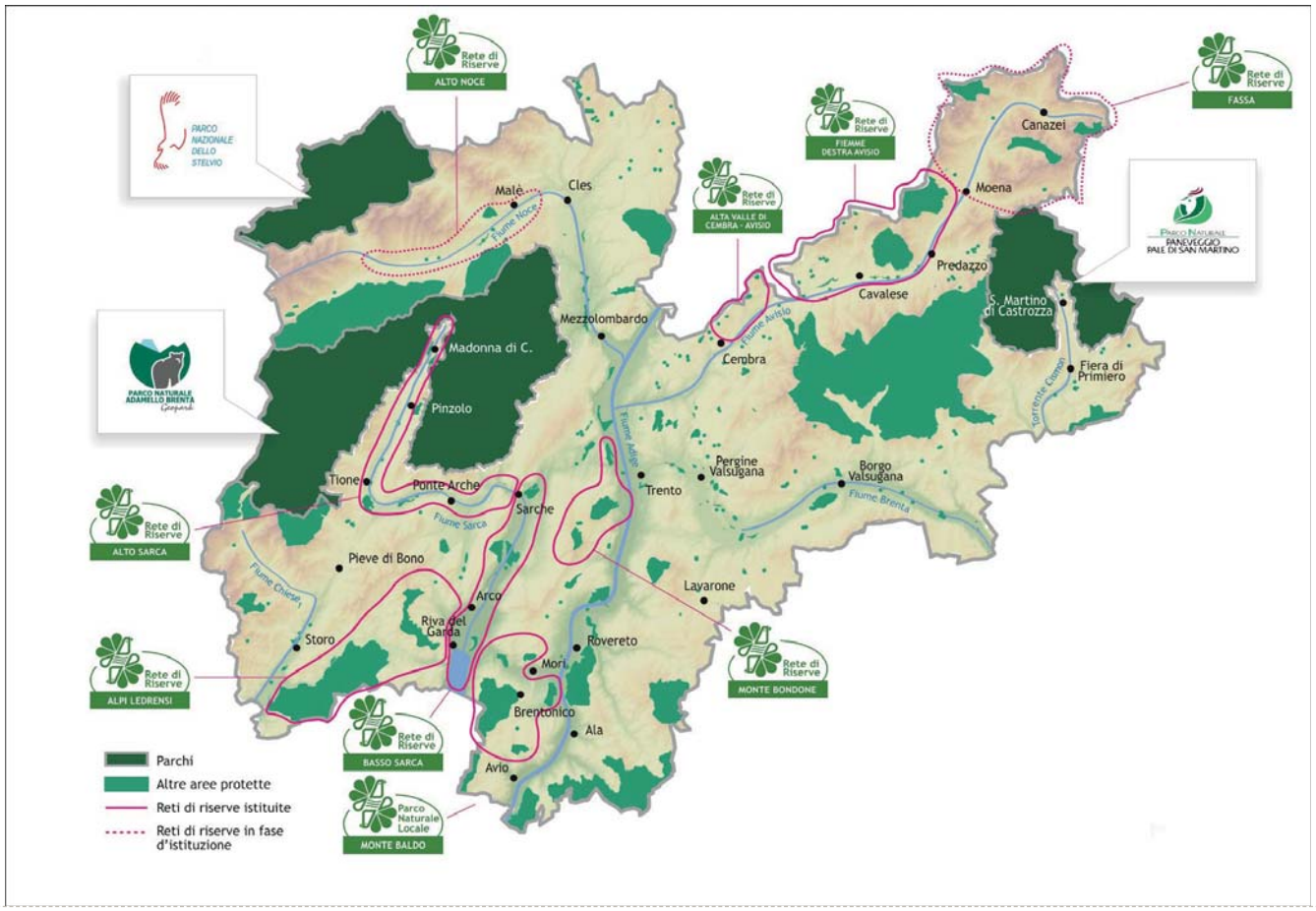


Figura 25. La mappa del sistema delle Aree Protette del Trentino (Servizio Sviluppo Sostenibile e Aree Protette, 2014)

Sul territorio trentino sono inoltre stati individuati ai sensi della Direttiva "Habitat" 135 Siti di Importanza Comunitaria, che hanno assunto la denominazione di Zone Speciali di Conservazione, e 19 Zone di Protezione Speciale. Considerando l'intero territorio sono sottoposti a tutela 176.183 ettari pari a quasi il 28% del trentino interessando 178 Comuni su 217. Di queste aree sottoposte a tutela circa il 72 % sono gestite da enti gestori appositamente create come i Parchi o il neonato istituto delle RR[10] mentre gli altri sono affidati alla gestione dell'Ufficio Biotopi e Natura 2000 della PaT.

Il 15 % del territorio trentino, vale a dire quasi 100.000 ha su un totale di circa 642.392 ha, è ricompreso all'interno dei tre Parchi, dei quali uno nazionale e due provinciali. Le RR coprono invece 28.731 ha di cui AAPP (SIC, ZPS) per 12.780 ha e 15.951 ha di aree di integrazione ecologica (i cosiddetti corridoi ecologici). Le RR coinvolgono 70 Comuni e 8 Comunità di Valle, mentre se si considerano anche i parchi si arriva a 89 Comuni e 12 Comunità di Valle per il 20% del territorio provinciale.

10 La RR di Fiemme non è considerata in quanto non è ancora stato definito il perimetro dell'area.

Come rappresentato dalla Figura 25 il sistema delle AAPP del Trentino al dicembre 2014 è molto articolato ed è composto da:

- Il Parco Nazionale dello Stelvio (parte trentina)
- Il Parco Naturale Adamello-Brenta
- Il Parco Naturale Paneveggio- Pale di San Martino
- 7 RR istituite:
  - Parco Naturale Locale del Baldo
  - Rete di Riserve del Monte Bondone-Soprassasso
  - Rete di Riserve Alta Val di Cembra-Avisio
  - Rete di Riserve del Basso Sarca
  - Rete di Riserve del Sarca - Medio e Alto corso
  - Rete di Riserve delle Alpi Ledrensi
  - Rete di Riserve Fiemme-Destra Avisio
- 2 RR in fase d'istituzione:
  - Rete di Riserve dell' Alto Noce

- Rete di Riserve di Fassa

Nel capitolo dedicato è possibile trovare la lista completa per ogni area protetta dei Comuni, delle Comunità di Valle e delle ApT coinvolte nell'ambito di riferimento.

Il Parco Nazionale dello Stelvio (PNS)

Il Parco Nazionale dello Stelvio (PNS), istituito nel 1935 con la legge statale n. 740, è uno dei più antichi parchi italiani ed è anche l'unico parco del Trentino ad essere Parco Nazionale. Con la sua attuale superficie di 131mila ettari è la seconda area protetta più vasta dell'arco alpino (dopo il parco austriaco degli Alti Tauri). L'estensione attuale è suddivisa tra la regione Lombardia (60mila ha pari al 45 %) con le province di Brescia e Sondrio, la Provincia Autonoma di Bolzano (53mila ha pari al 41 %) e la Provincia autonoma di Trento (18mila ha pari al 14% della superficie del Parco) con le valli di Pejo e Rabbi. In totale ricade su 24 comuni. **Nel settore trentino tre sono i Comuni coinvolti** (Pejo, Rabbi e marginalmente Pellizzano) insieme ad una Comunità di Valle; quella della Val di Sole. Il PNS è un territorio che comprende quasi totalmente il gruppo montuoso dell'Ortles-Cevedale e le sue valli laterali. Il PNS è custode di formazioni tipicamente alpine come i ghiacciai di alta quota ma anche di alpeggi e terrazze più di fondo valle a testimonianza dell'antico legame tra agricoltura, allevamento e natura che ha modificato lentamente il paesaggio.

Il PNS è **l'unico parco nazionale italiano che, dal 1995, è amministrato con una forma consortile** anche se in principio la sua gestione fu affidata all'Azienda di Stato per le Foreste Demaniali. Successivamente dal 1993 viene invece affidata ad un apposito Consorzio che la esercita tramite l'operato dei tre Comitati di Gestione istituiti nei tre settori (Trento, Bolzano e Lombardia) su cui ricade l'area protetta. La gestione o *governance* del parco presenta però al giorno d'oggi una serie di criticità che non sono state ancora risolte e che riguardano il mancato rinnovamento di importanti organi istituzionali e la mancanza di un Piano del Parco formalmente in vigore.

Per il momento la forma gestionale del Consorzio si basa su una norma di attuazione dello statuto speciale per la regione Trentino Alto Adige contenuta nel Decreto del Presidente della Repubblica del 22 marzo 1974, n. 279 il quale sostiene l'importanza di conservare una configurazione unitaria della gestione del parco tramite un consorzio (nel 1992 l'" accordo di Lucca" siglerà il diritto ad entrare nel consorzio anche per la regione Lombardia).

Il Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 26 novembre 1993 stabilisce i seguenti organi del Consorzio che hanno durata quinquennale: il Presidente, il Consiglio Direttivo, tre Comitati di Gestione, il Collegio dei Revisori dei Conti.

Nell´autunno del 1995 inizia quindi la gestione consortile del Parco Nazionale dello Stelvio, fino ad allora il parco era stato gestito dall´Azienda Statale Foreste Demaniali. A giugno 2014, al di fuori del Presidente, gli altri organi collegiali del consorzio parco risultano scaduti e non sono ancora stati rinominati. Il mancato rinnovo è dovuto alla presenza di due norme contrastanti: il DPCM 26 nov. 1993 quale norma istitutiva del CPNS (che dispone che i componenti del Consiglio direttivo siano n. 15 più il presidente) e la Legge 122 del luglio 2010; che prevede la riduzioni dei componenti di organi collegiali nel numero massimo tra 5 e 8 componenti da applicare in occasioni del loro primo rinnovo.

Ai problemi di mancato rinnovo degli organi si somma l'assenza del Piano del Parco e del Regolamento. Il Piano per il PNS, dopo una lunga e faticosa fase di predisposizione tecnica, è stato adottato e successivamente trasmesso al Ministero dell´ Ambiente per approvazione. La documentazione del Piano Parco è stata trasmessa al Ministero a luglio 2009. Il Ministero ha chiesto il completamento delle liste dettagliate delle specie vegetali e faunistiche comprese nei diversi allegati delle due direttive della Comunità Europea, la descrizione sito specifica dei fattori di minaccia e la descrizione sito specifica delle proposte di conservazione.

Grazie al suo enorme patrimonio naturalistico (cime oltre i 4.000 m) e culturale è da almeno un secolo meta di alpinisti offrendo tuttora una strutturata rete di sentieri e rifugi escursionistici. Inoltre può essere sicuramente considerato un'importante meta turistica visto che se si considera l'indicatore che misura le presenze turistiche proporzionate agli abitanti, il PNS nel 2003 deteneva il più alto rapporto se messo in relazione agli altri parchi nazionali (Cannas e Solinas, 2005).

Prendendo in considerazione il settore trentino, è evidente che lo sviluppo turistico che ha interessato le valli di Rabbi e di Pejo, in stretta relazione con la gestione del PNS. Infatti nella parte trentina, nonostante sia solo il 14% dell'intera estensione, sono concentrati oltre il 40% degli esercizi ricettivi e più

del 20% dei posti letto totali del Parco. Inoltre da un punto di vista dei servizi turistici, è interessante notare come nonostante le difficoltà nella gestione operativa e strategica, il PNS sia riuscito a mettere a disposizione dell'ospite importanti servizi come quello di noleggio di attrezzature sportive e quello delle Guide del Parco, figure professionali nate dal potenziamento di figure professionali già presenti in loco, che sono i referenti ufficiali delle visite guidate delle scuole. Inoltre, entrambe le valli sono dotate di centri visita, includendo in val di Rabbi anche una foresteria che dispone di 45 posti letto (Cannas e Solinas, 2005).

Secondo Cannas e Solinas il settore turistico della parte trentina dello Stelvio sembra meglio strutturato di tutta l'area protetta grazie all'ampia articolazione di centri visita, aree faunistiche, musei, malghe, caseifici. Ciò ha permesso, oltre ad un'ampia rete di sentieri, anche una buona gestione dell'attività didattica che si è concretizzata in risultati ottimi per quanto riguarda il turismo scolastico.

Inoltre, la dirigenza trentina dell'ente parco ha sostenuto e collaborato negli ultimi anni in progetti di sviluppo di turismo sostenibile nelle sue valli di competenza. In Val di Rabbi è partito, nel 2011, il progetto Turismo di Comunità, promosso e realizzato dal Comune di Rabbi, grazie al co-finanziamento del GAL Val di Sole (nell'ambito della azione 313 del progetto Leader), con la collaborazione attiva di Rabbi Vacanze e della società Terme di Rabbi e con il supporto del Parco nazionale dello Stelvio e della Famiglia Cooperativa Valli di Rabbi e Sole. Tale progetto ha la finalità di costruire tramite metodologie partecipate una proposta turistica innovativa, distinta e complementare rispetto alle offerte tradizionali della Val di Sole. È operativo l'Ecomuseo della Val di Pejo che si propone di promuovere il riavvicinamento della comunità al territorio e quindi indirettamente un turismo più consapevole legato ai valori culturali della popolazione.

Altre collaborazioni rilevanti sono con la Società degli Alpinisti Tridentini (SAT) per la manutenzione delle infrastrutture montane.

I due Parchi Naturali

I due parchi provinciali, il Parco Naturale Adamello-Brenta (PNAB) e il Parco Naturale Paneveggio – Pale di San Martino (PNPPSM) hanno avuto vite parallele dal momento che nascono e sono resi operativi dalle medesime leggi. Infatti sono entrambi istituiti nel 1967, ampliati nel 1987 e dotati di strumenti operativi e amministrativi tramite la l.p. 1988/18. Ciò rese possibile attuare le attività statuarie quali la tutela delle caratteristiche naturali e ambientali, la promozione dello studio scientifico e l'uso sociale dei beni ambientali. Attualmente la normativa che regola i Parchi è costituita dal nuovo Piano Urbanistico Provinciale (approvato con la l.p. 2008/5) e dalla l.p. 2007/11.

Il Parco Naturale Adamello-Brenta

Il PNAB ricopre una superficie di 618,6 kmq e comprende ad est l'intero **Gruppo di Brenta**, formato in prevalenza da rocce dolomitiche e ad ovest una parte considerevole dei massicci dell'**Adamello-Presanella** di formazione granitica, che conservano ancora ghiacciai importanti tra cui quello dell'Adamello, che risulta essere il più esteso dell'arco alpino. Grazie alla sua estensione, alla sua diversità geo-morfologica e al suo buono stato di conservazione, il PNAB può ospitare una straordinaria varietà di habitat e quindi un alto livello di biodiversità sia di flora che di fauna. Di particolare interesse scientifico è la presenza dell'**orso bruno**, la cui popolazione è ora significativa grazie al successo del progetto di re-introduzione LIFE ARCTOS partito alla fine degli anni '90. Inoltre è bene ricordare che anche il Gruppo di Brenta è stato inserito della lista di sistemi (numero 9) che compongono il bene Dolomiti patrimonio dell'umanità secondo la relativa convenzione UNESCO.

Il PNAB si estende sul territorio di ben **39 Comuni** (di cui 38 in Trentino) e 4 Comunità di Valle. Gli organi istituzionali sono: il Comitato di Gestione, la Giunta Esecutiva, il Presidente, il Direttore e il Collegio dei revisori dei conti.

Per quanto riguarda invece il rapporto con lo sviluppo turistico, il PNAB che si interfaccia con cinque ApT, rappresenta una forte attrattiva per il territorio ed è interessato da grandi flussi turistici sia in estate che in inverno. Il PNAB, cosciente del forte carico antropico che grava sul proprio territorio, è impegnato da più di 10 anni nel promuovere un turismo sostenibile nei propri territori coinvolgendo e condividendo le sue scelte con la popolazione locale.

Il PNAB ha rappresentato l'avanguardia trentina e in Italia in questo settore per aver sistematizzato le proprie iniziative tramite il percorso della CETS la cui certificazione è stata rilasciata dopo un processo di adesione durato circa due anni nel settembre 2006. La CETS è stata l'occasione per rendere formali le alleanze di lungo periodo con i 39 Comuni del Parco, la SAT e le cinque ApT che interessano

gli ambiti del PNAB ossia Val di Non, Val di Sole, Comano-Dolomiti di Brenta, Campiglio-Pinzolo e Paganella-Dolomiti. Tali collaborazioni hanno dato vita a progetti importanti di mobilità sostenibile e di fruizione turistica, tra cui i progetti legati all'anello del Brenta come il Dolomiti Brenta Trek e il Dolomiti Brenta Bike. Un altro impegno degno di nota e che ha ricevuto molta visibilità fuori dal Trentino, tra cui anche un premio della Commissione Europea sulla responsabilità sociale d'impresa, è il progetto per le imprese ricettive, **Qualità Parco**. È un'iniziativa, ormai decennale, che mette insieme i concetti di rete d'imprese, certificazione ambientale e marketing territoriale. Inoltre nel campo della mobilità la principale iniziativa è la regolamentazione dell'accesso a tre importanti aree del Parco: Val Genova, Vallesinella e Val di Tovel, dove sono state organizzate delle zone di parcheggio e poi di servizio navetta che collegano il fondo valle con le zone più in quota. Il parco è anche impegnato nell'organizzazione di escursioni, serate divulgative e attività di educazione ambientale. Sempre nell'ambito della didattica e della sensibilizzazione il PNAB offre cinque centri visitatori chiamate "case del Parco" e nove punti informazione. Tre principi stanno alla base di queste politiche di turismo sostenibile:

- Coinvolgere in maniera attiva tutti gli stakeholder del territorio del Parco;
- Proteggere la diversità sia naturalistica che turistica;
- Promuovere la diversità

Le attività turistiche proposte sono ampie sia d'inverno che d'estate e si rivolgono sia a famiglie che a gruppi organizzati; in particolare un target importante è stato quello scolastico che può contare su un'ampia rete di percorsi didattici, di cinque centri visitatori (chiamati Case del Parco), due foresterie e la Casa Natura Villa Santi da poco ristrutturata secondo i più innovativi sistemi edilizi.

Considerata l'esperienza maturata dal PNAB negli ultimi dieci anni, esso rappresenta un caso di successo eccezionale che può fornire molte considerazioni da cui partire per massimizzare i benefici nelle altre AAPP trentine

Il Parco Naturale Paneveggio- Pale di San Martino

Il PNPPSM, situato nel Trentino orientale, ha una superficie di 191 kmq ed è composto da tre distinti versanti geografici ossia a ovest la **catena porfirica del Lagorai**, a nord la **Foresta Demaniale di Paneveggio**, denominata la "Foresta dei Violini", grazie alla presenza di abeti di risonanza e ad est la parte trentina della catena dolomitica delle **Pale di San Martino** (inserito nel 2009 come sistema 3 nel bene seriale delle Dolomiti UNESCO). Anche nel PNPPSM come in tutte le AAPP trentine gli ambienti naturali sono segnati dalla mano secolare dell'uomo visibile nella cura delle foreste e nella presenza dei pascoli. Il turismo alpinistico, escursionistico, sciistico e naturalistico ha segnato la storia di questo territorio a partire dalla seconda metà dell'800 ed ha spinto alla tutela degli straordinari valori naturalistici, paesaggistici ed antropici.

Il Parco è dotato da tempo di un Piano e di un Programma faunistico. Il Piano adottato per la prima volta nel 1995 e definitivamente approvato alla fine del 1996, è stato recentemente sottoposto a revisione e approvato il 28 novembre 2014. Pur apparendo ancora valida l'impostazione dello strumento, le trasformazioni socio-economiche in atto, le innovazioni normative e disciplinari relative alla conservazione della natura hanno richiesto una revisione dello strumento. L'attivazione del programma comunitario Natura 2000 ha introdotto, in particolare, nuovi riferimenti disciplinari e normativi che richiedono una nuova visione ed una più aggiornata organizzazione del piano. Altre innovazioni normative hanno sollecitato l'aggiornamento o l'integrazione del piano con nuovi contenuti, quali le regole per la tutela del Patrimonio edilizio montano e, soprattutto, le regole per la gestione faunistica. Altri obblighi derivano dalla inclusione delle Pale di San Martino nella lista UNESCO dei beni Patrimonio dell'umanità.

I Comuni amministrativi interessati direttamente dal Parco sono 9, dei quali 7 (Canal San Bovo, Imer, Mezzano, Sagron-Mis, Siror, Tonadico, Transacqua) fanno parte del Primiero, 1 (Predazzo) della valle di Fiemme ed 1 (Moena) della valle di Fassa. L'ambito di influenza del Parco è però più esteso, in quanto le proprietà, anche pubbliche, nel Parco sono numerose e coinvolgono diverse altre amministrazioni, in particolare il comune di Fiera di Primiero (l'unico comune del Primiero che non ha territorio catastale nel Parco) ed altri della valle di Fiemme. Anche l'afflusso di visitatori segnala una notevole attrattività delle risorse e delle offerte formative e ricreative dell'Ente Parco.

Sono tre i principali bacini turistici di riferimento per il Parco, **il Primiero, la Val di Fiemme e la Val di Fassa**, ai quali si può aggiungere la parte oc-

cidentale dell'Agordino. I tre bacini corrispondono alle tre relative Aziende per il Turismo (San Martino di Castrozza; Fiemme e Fassa) e al consorzio turistico del Vanoi. Fatta eccezione per alcuni progetti interambito in fase di costruzione, i tre ambiti turistici di riferimento del Parco si presentano, da questo punto di vista, ancora profondamente divisi.

Il territorio costituito dagli ambiti turistici di riferimento del Parco è oggi caratterizzato da un intenso sviluppo delle attività produttive legate alla vacanza, fortemente improntato a modelli di offerta e a relazioni con il mercato simili a quelle di tutte le destinazioni turistiche mature dell'arco alpino. Le attrattive naturali comprendono alcuni dei più famosi scenari dolomitici e San Martino di Castrozza è una delle mete turistiche più antiche e più note del panorama turistico montano. Il turismo invernale, in particolare quello legato alla pratica dello sci alpino rappresenta la parte più consistente tanto per numero di arrivi e presenze che per capacità di spesa in termini assoluti. Non mancano comunque potenzialità di rilievo per quanto riguarda il turismo estivo che mostra una continua crescita di arrivi e presenze.

Attraverso le nuove progettualità che attorno e con il Parco si possono costruire, si affaccia invece l'opportunità di trasformare nel tempo questo territorio in un luogo su cui si accumulano conoscenze e competenze distintive, capaci di generare forme di sviluppo locale più originali, fondate non tanto sulla pur importante qualità delle singole gestioni aziendali, ma sull'intelligenza delle relazioni che gli attori locali riescono a tessere e a trasmettere attraverso il passaparola e sulle piazze mediatiche.

Per il momento il parco può contare su quattro centri visitatori, un'ampia offerta di attività didattica soprattutto in ambito di turismo scolastico contando sulla collaborazione degli enti locali e dell'APPA, sentieri tematici e collaborazioni con l'Ecomuseo del Vanoi. Molto significativo anche il progetto per rendere la Val Canali un laboratorio di sostenibilità e sussidiarietà responsabile, dove si promuove la biodiversità agricola e naturale attraverso orti e percorsi ricreativi. All'interno di tale progetto è nata anche l'iniziativa di reintroduzione di pecore di razza Lamon da cui si ricavano dei prodotti fatti con la lana e poi venduti dal Parco.

Va citato inoltre il processo di certificazione Emas 2007-2010 che attiva il Sistema di Gestione Ambientale, il quale prevede la individuazione degli obiettivi di miglioramento ambientale e la verifica della capacità di conseguirli.

Le Reti di Riserve

Tramite la l.p. 2007/11 il legislatore trentino ha riformato il settore forestale, montano e delle AAPP proponendo, tra le novità, anche uno strumento nuovo di gestione di queste ultime, ossia la possibilità di istituire su base volontaria strumenti di gestione di AAPP chiamate RR. La finalità è dare la possibilità agli enti locali di gestire e valorizzare le AAPP presenti nel loro territorio in modo più efficace e con un approccio dal basso e così facendo dare attuazione locale ai concetti di rete ecologica imposte dalla Direttiva Habitat.

La legge all'art. 47[11] prevede: "La rete di riserve è attivata su base volontaria attraverso accordi di programma tra i Comuni e le comunità interessate e la Provincia. Se sono territorialmente interessati partecipano all'accordo di programma anche l'Agenzia provinciale delle foreste demaniali istituita dall'articolo 68, la Magnifica Comunità di Fiemme, le Regole di Spinale e Manez, le amministrazioni separate dei beni di uso civico. Se la rete di riserve coinvolge in via prevalente le aree previste dall'articolo 34, comma 1, lettera e), inoltre, partecipano i bacini imbriferi montani (BIM)." Tale accordo di programma deve prevedere una durata minima di tre anni.

Per quanto riguarda la loro gestione il comma 6 dell'art. 35 prevede che la rete di riserve sia gestita attraverso un piano di gestione adottato dai soggetti firmatari del protocollo d'intesa entro un anno dalla sottoscrizione dell'accordo di programma e approvato dalla Giunta provinciale. "Con regolamento sono definite le modalità e le procedure di adozione e di approvazione. Il piano di gestione può individuare ulteriori misure di tutela per ogni zona o gruppi di zone gestite attraverso la rete di riserve, in coerenza con le misure di conservazione generali e specifiche disposte ai sensi della normativa vigente, nonché ulteriori misure rispetto a quelle previste ai sensi della vigente normativa per le riserve naturali provinciali, per le riserve locali, per le aree di protezione fluviale e per gli ambiti fluviali che in essa ricadono. Il piano può individuare, inoltre, ambiti territoriali per l'integrazione ecologica dei siti e delle riserve che costituiscono la rete, individuando eventuali apposite misure di tutela degli ambiti stessi".

Il comma 7 invece rende esplicita la necessità di integrare nel piano di gestione anche la pianificazione

11 www.consiglio.provincia.tn.it/banche_dati/codice_provinciale/clex_documento_camp.it.asp?pagetype=camp&app=clex&at_id=16530&type=testo&blank=Y&ZID=7888911

dello sviluppo socio-economico in senso sostenibile del territorio. “Il piano di gestione può, altresì, individuare misure volte ad integrare le politiche di conservazione della natura e di valorizzazione della biodiversità con gli interventi di sviluppo socio-economico del territorio in un’ottica di sostenibilità e complementarietà anche attraverso la definizione di progetti partecipati “dal basso” in attuazione del principio di sussidiarietà responsabile finalizzati al miglioramento multifunzionale del territorio e delle strutture di fruizione dell’area protetta”.

Le RR costituiscono un **modello innovativo e flessibile nella gestione delle AAP**P in modo da integrare gli obiettivi di conservazione delle risorse naturali, territoriali e paesaggistiche con quelli dello sviluppo sociale ed economico locale.

In molti siti protetti si nota la mancanza di gestione della conservazione dovuta alla scarsità di risorse finanziarie e organizzative. L’introduzione delle RR è pensata per affrontare tale problema, anche se alcuni aspetti non sono risolti definitivamente, come ad esempio il fatto che i **piani di gestione sono generalmente di soli tre anni** e che i finanziamenti non sono fissi ma dipendono dall’impegno dei soggetti proponenti e dalla disponibilità di finanziamenti europei. Questo pregiudica fortemente il livello di risorse organizzative e di servizi che le reti possono offrire sia per il visitatore che per attuare misure di conservazione. Questo aspetto differenzia sostanzialmente le strutture organizzative dei parchi naturali e delle RR, sebbene anche i parchi stiano soffrendo di cali di finanziamenti e questo si ripercuota sulla loro gestione.

Di seguito sono presentate le 7 RR istituite in data odierna.

La Rete di Riserve Alta Val di Cembra - Avisio

La RR Alta Val Di Cembra-Avisio, occupa il territorio dei Comuni di Faver, Valda, Grumes, Grauno e Capriana. Si sviluppa all’interno del territorio dell’Alta Valle di Cembra, nel tratto inferiore dl solco dell’Avisio. Capriana pur essendo morfologicamente inclusa all’interno della Valle di Cembra, amministrativamente fa parte della Valle di Fiemme di cui è il primo comune (a sud).

I paesi si trovano a mezza costa sul versante della Valle. A valle degli abitati si estendono terrazzamenti coltivati prevalentemente a vite, in particolare attorno ai paesi di Faver e Valda mentre altri sono oggi abbandonati ed invasi dal bosco. Sopra gli abitati, il Dossone di Cembra si presenta ricco di boschi di diversa tipologia a seconda dell’altitudine e dell’esposizione. Il territorio della Rete si presenta come un territorio ancora selvaggio in molti punti (es. Torrente Avisio) e con particolarità naturalistiche molto importanti come le torbiere sul Dossone di Cembra tutelate tramite riserve.

Le riserve che si incontrano all’interno del territorio sono state istituite per opera di due distinti organi amministrativi: la Provincia autonoma di Trento e l’Unione Europea. La prima ha individuato sin dalla seconda metà degli anni ’80 una serie di piccole aree meritevoli di tutela chiamate “biotopi” e ora ridenominate “riserve”. In seconda battuta la stessa PaT ha identificato nell’ambito del Piano Urbanistico Provinciale il corso del Torrente Avisio come area fluviale meritevole di protezione. L’UE ha successivamente richiesto agli Stati membri l’individuazione di aree da destinare alla tutela di tipologia di ambienti (habitat) e di specie animali e vegetali a rischio di estinzione. Questa nuova categoria di AAPP è andata in realtà in gran parte a sovrapporsi al lavoro svolto con lungimiranza dalla Provincia.

Ad oggi le Riserve che costituiscono la RR sono:

- Riserve Naturali Provinciali/SIC (coincidenti)
  - Lago Nero
  - Prati Di Monte
  - Paluda La Lot
  - Laghetto di Vedes
- Riserve locali:
  - Cavallo
  - Palu’ Del Moro
  - Monpiana
  - Acqua Dela Rossa
  - Prati Del Toro
- Ambito fluviale di interesse ecologico:
  - Torrente Avisio

Gestione

Nel 2011 i 5 comuni, la Comunità della Valle di Cembra, la Magnifica Comunità di Fiemme, l’ASUC di Rover e Carbonare e la Provincia Autonoma di Trento hanno sottoscritto un accordo per l’istituzione e la gestione della RR Alta Val di Cembra-Avisio.

L’organo gestore della RR è la conferenza dei sindaci composta dai primi cittadini dei 5 Comuni e dall’assessore competente in materia della CdV di Cembra. Questo organo è affiancato dal Forum

territoriale che rappresenta la società civile del territorio ed è composto dai diversi rappresentanti di associazioni, enti, ecc. del territorio. Vi è anche un organo composto da tecnici il "tavolo tecnico" che prevede la presenza di 3 tecnici della provincia Autonoma di Trento (Servizio agricoltura, foreste e ID per la valorizzazione delle AAPP) e di 3 incaricati dalla conferenza (custode forestale, naturalista, rappresentante della Magnifica Comunità di Fiemme).

Le azioni della RR sono seguite da un coordinatore tecnico che svolge anche le funzioni di segretario della conferenza.

Stato della pianificazione

La RR prevede una durata di 3 anni per cui è prevista la sua scadenza per settembre 2014. Si sta valutando la possibilità di prorogare tale termine per poter continuare e concludere le azioni previste all'interno del Piano di Gestione, "traghettare" ed aiutare le possibili nuove amministrazioni a comprendere la realtà e le potenzialità della RR, aprire dialoghi e confronti con territori limitrofi.

Iniziative turistiche

La RR per quanto riguarda iniziative turistiche ha creato eventi e manifestazioni in collaborazione con altre istituzioni che lavorano sul territorio a livello turistico come ad esempio l'APT Pinè-Cembra o la STG (Sviluppo Turistico Grumes).

In particolare sono stati organizzati diversi eventi per lo sviluppo turistico sostenibile della RR e dei suoi territori, di seguito i più importanti:

- I colori del Bosco: 3 edizioni
- Passeggiate tematiche
- Partecipazioni a fiere ed eventi (Fa la cosa giusta –Milano in collaborazione con STG, Fiera Gitando All Vicenza in collaborazione con APT Pinè Cembra)

Punti di forza e debolezza

I punti di forza della RR Alta Cembra- Avisio sono costituti innanzitutto dal fatto di responsabilizzare i territori della valorizzazione delle AAPP, dal coinvolgimento attivo nelle decisioni, dalla trasformazione dei vincoli in possibilità di sviluppo. Inoltre il **limitato sviluppo turistico e la forte connotazione agricola** (soprattutto vitivinicola) che ha interessato questi territori negli ultimi anni, offre delle opportunità di sviluppo futuro basato su un turismo rurale di qualità.

Dall'altro canto, si possono individuare anche alcuni punti di debolezza quali la dipendenza dalle amministrazioni comunali che potrebbero decidere unilateralmente, nelle prime fasi in particolare, di tornare indietro. Di conseguenza la debolezza è data dal fatto di essere ancora una realtà poco conosciuta e strutturata sul territorio. Diventa dunque fondamentale cercare ed attivare collaborazioni e dialoghi con tutte le forze che lavorano su questo territorio.

La Rete di Riserve Monte Bondone – Soprassasso

Il territorio della RR del Monte Bondone - Soprasasso si trova nel settore centro-meridionale del Trentino ed è costituito dalla porzione occidentale del comune di Trento, dalla base del versante ad ovest dell'Adige e dalla Piana di Vigolo Baselga fino alle vette più elevate. L'area ha una superficie di circa 6.000 ettari ed è molto disomogenea: comprende infatti boschi, prati e pascoli, ambienti roccioso-rupestri, coltivi, centri abitati e aree turistiche. Le caratteristiche fisiche essenziali di questo territorio sono la netta prevalenza di rocce sedimentarie carbonatiche e una chiara "impronta" prealpina, che si può cogliere negli aspetti altimetrici, morfologici, vegetazionali e climatici. Un altro aspetto evidente è il netto contrasto tra il dirupato versante orientale della dorsale Stivo-Bondone e Soprasasso, che precipita verso la Valle dell'Adige con la presenza di alcuni spalti rocciosi e il più dolce declivio nord-occidentale che scende fino al Lago di Terlago.

Le riserve

La RR include cinque AAPP. La loro superficie complessiva supera gli 850 ettari, a cui si devono però sommare i territori individuati come corridoi ecologici e come ambiti territoriali di pregio. I corridoi sono finalizzati alla connessione funzionale delle AAPP, atta ad assicurare soprattutto le dinamiche e il mantenimento della vitalità di molte specie sensibili. Gli ambiti territoriali di pregio ospitano invece specie e habitat di notevole interesse conservazionistico. Le AAPP attualmente presenti nel territorio sono le seguenti:

- SIC IT3120015 Tre Cime Monte Bondone;
- SIC IT3120050 Torbiera delle Viote ;
- SIC IT3120051 Stagni della Vela – Soprasasso (Zona speciale di conservazione);
- SIC IT3120105 Burrone di Ravina (Zona speciale di conservazione);

- Riserva locale Palù.

Oltre a queste AAPP va ricordata la presenza della Foresta demaniale estesa complessivamente su 751 ettari. Marginali al Bondone, ma ad esso vicini tanto da essere motivo di interazione nel prossimo allargamento della Rete, si trovano altri biotopi con valenze legate ad emergenze naturali o ambientali, posti anche al di fuori del Comune di Trento. Tra essi vanno ricordati le Riserve naturali provinciali nonchè siti Natura 2000 Foci dell'Avisio e Pra dall'Albi-Cei, Doss Trento, Laghi e Abisso di Lamar e Terlago e le Riserve locali Valle Scanderlotti e Prada.

Gestione

In data 10 ottobre 2008 la Provincia Autonoma di Trento ed il Comune di Trento hanno sottoscritto l'Accordo di Programma, ai sensi dell'art. 35 comma 6 della l.p. 2007/11, finalizzato all'attivazione della "Rete di Riserve del Monte Bondone - Soprasasso del Comune di Trento". L'Accordo di Programma ha l'obiettivo di gestire in modo unitario e coordinato le AAPP presenti sul territorio del Monte Bondone e del Soprasasso appartenenti amministrativamente al Comune di Trento. Secondo lo stesso Accordo, la gestione dovrà essere finalizzata alla conservazione attiva delle stesse AAPP, alla tutela e al miglioramento dello stato di conservazione delle emergenze ambientali che ne hanno giustificato l'istituzione e alla loro valorizzazione in chiave educativa e ricreativa.

L'Accordo di Programma prevede che la gestione della RR sia assicurata dal Comune di Trento attraverso l'Azienda forestale Trento-Sopramonte coadiuvata in tale funzione da un apposito Comitato Tecnico-Scientifico. Non è stato previsto il coinvolgimento di altri Enti, né la creazione di specifici organi gestionali e di coordinamento. Appare quindi chiaro che nell'attuale accordo di programma non sono coinvolti altri soggetti. Peraltro le Associazioni ambientaliste, dei cacciatori e pescatori, il rappresentante delle Circoscrizioni interessate, l'Azienda di promozione turistica, gli istituti scientifici del territorio oltre che i Servizi provinciali di merito sono presenti nel Comitato tecnico scientifico sopra citato. Gli interventi/attività realizzati negli scorsi anni hanno goduto della condivisione dei portatori di interesse presenti sul territorio oltre che delle ASUC. Più complesso è il rapporto con l'imprenditorialità già presente sul Bondone: il coinvolgimento di tali attori avverrà in un primo momento in concomitanza con le attività previste dal progetto finanziato dal FESR e comunque sarà uno degli obiettivi della nuova RR allargata.

Stato della pianificazione

Nel 2013 è stato completato il Piano di gestione della RR, che contiene un quadro conoscitivo relativo alle caratteristiche del sito, l'analisi e valutazione delle esigenze ecologiche di habitat e specie, gli obiettivi e la strategia gestionale. Il lavoro è stato condiviso con le Circoscrizioni territoriali di riferimento. L'iter di approvazione è attualmente sospeso: dallo scorso anno infatti, in accordo con la Provincia e per volontà delle Amministrazioni coinvolte, è stato intrapreso il percorso di allargamento della RR ai Comuni di Cimone, Garniga Terme, Villa Lagarina e Terlago. Conseguentemente tale Piano di gestione verrà integrato con le valutazioni relative alla nuova entità territoriale.

Per quanto riguarda l'allargamento della Rete è stata predisposta la documentazione propedeutica alla firma del nuovo Accordo di programma e si è in attesa della formale approvazione da parte della Provincia e la successiva adozione da parte dei Consigli comunali degli Enti territoriali interessati cui seguirà la firma dell'Accordo.

Iniziative turistiche

Il difficile rapporto con gli operatori turistici è collegato anche al contesto socio-economiche in cui si trovano i territori della RR. Infatti il Monte Bondone è stato caratterizzato, soprattutto in questi ultimi anni, da un rilancio in chiave turistica invernale che comporta necessariamente una forte pressione antropica. Inoltre poiché ad oggi, considerata la particolarità dei territori in oggetto, non è ancora stato definito un progetto turistico complessivo dell'area, risulta fondamentale programmare attività di tutela su quei territori che presentano alti valori naturalistici e che ad oggi non sono ancora stati coinvolti in progetti turistici. È chiaro che la valorizzazione di ambienti naturalistici così delicati dovrà necessariamente avvenire con strumenti adeguati e diversi rispetto al resto del territorio.

Nell'ambito della valorizzazione turistica sostenibile delle risorse nel 2013, il Comune di Trento ha presentato, in collaborazione con l'Azienda Forestale, nell'ambito del FESR il "progetto per l'accrescimento identitario e la valorizzazione del paesaggio della RR del Monte Bondone - Soprasasso ai fini turistici" finanziato per un importo pari ad Euro 200.000,00. Tale progetto consiste nella realizzazione di itinerari sentieristici, di interventi a favore della fauna, di azioni di sensibilizzazione e comunicazione oltre che di un sistema web informatico/

fotografico per migliorare la fruizione turistica della Rete. La conclusione del progetto è prevista per luglio 2014.

Punti di forza e debolezza

I maggiori punti di forza derivano dai territori della RR i quali possiedono caratteristiche specifiche individuabili come valori naturalistici di particolare interesse anche al di fuori dei già numerosi siti Natura 2000 presenti. Godono della **vicinanza alla città** e conseguentemente la loro fruizione risulta facilitata. La valorizzazione in chiave turistica dei territori della Rete contribuirà alla formazione di **un'offerta turistica integrata e destagionalizzata del Monte Bondone**.

I principali punti di debolezza risiedono nel fatto che la RR è una realtà ancora poco conosciuta e non è ancora stato possibile far comprendere le sue potenzialità, in particolare per quanto attiene alla valorizzazione turistica dei territori che ne fanno parte, a causa della mancanza di una struttura "organizzativa" adeguata e di professionalità dedicate. Tali motivazioni di fatto non hanno permesso una reale attivazione della Rete. Inoltre i territori della RR "soffrono" delle pressioni generate dalla vicinanza di ambiti caratterizzati da un forte sfruttamento turistico in particolare nella stagione invernale.

Il rischio maggiore per il futuro è che tutto il progetto RR non venga colto come opportunità di riappropriarsi della gestione, oltre che della valorizzazione in chiave turistica dei territori, da parte di coloro che sugli stessi operano e vivono. Altro fattore di criticità potrebbe essere rappresentato dalla mancanza di disponibilità di risorse finanziarie da impiegare nel progetto RR.

Se l'allargamento delle RR e il conseguente nuovo Accordo di programma permetteranno una effettiva attivazione del progetto e coinvolgimento di altri Comuni/Enti potrà essere stimolante anche per il Comune di Trento per "ripensare" la politica turistica dell'intero Bondone.

La Rete di Riserve del Monte Baldo – Parco Naturale Locale (PNL)

Il Parco Naturale Locale del Monte Baldo nasce il 14 giugno 2013 con la sottoscrizione dell'Accordo di Programma tra i sindaci dei Comuni di Ala, Avio, Brentonico (Comune capofila ai sensi dell'Art. 12 del medesimo Accordo), Mori, Nago- Torbole, i presidenti delle Comunità di Valle dell'Alto Garda e Ledro e della Vallagarina, il presidente della PaT.

Le riserve

Il Parco Naturale Locale del Monte Baldo occupa un'area complessiva di 4.650 ettari. Partendo dal SIC di Manzano e del Lago di Loppio (l'estremo lembo nord del Baldo), risale il crinale del Baldo abbracciando il Doss'Alto di Nago, il Monte Varagna, Malga Campei, Malga Campo e la riserva naturale provinciale di Bes-Corna Piana, fino alla sommità del Monte Altissimo (SIC del Monte Altissimo di Brentonico). Ridiscende quindi fino a Bocca di Navene, lungo la valle dell'Aviana verso sud; percorre la valle del Sorna sino a Chizzola e, dall'altra, interessa tutto il crinale di S. Valentino, Corno della Paura, Bocca D'Ardole, Colme della Polsa, Colme del Vignola, Castel Saiori fino al SIC di Talpina.

Il Parco Naturale Locale del Monte Baldo è caratterizzato da un elevato livello di biodiversità (dal 1500 sono note e apprezzate le peculiarità botaniche), che si manifesta in una straordinaria varietà di habitat, specie animali e vegetali, e che si affianca a una notevole rappresentatività di carattere fisico. Il Parco infatti comprende un ventaglio di AAPP che si estendono da poche centinaia di metri sul livello del mare fino alla cresta sommitale del Baldo a più di 2100 metri di quota.

Gestione

L'Accordo di programma per l'attivazione del Parco Naturale Locale del Monte Baldo individua come Organi gestionali del Parco: la Conferenza del Parco, Organo decisionale, costituita dai Sindaci dei cinque Comuni e dai Presidenti delle due Comunità di Valle (o loro delegati); il suo rappresentante è il Presidente, sindaco del comune di Brentonico; il Forum territoriale, assemblea pubblica cui partecipano le associazioni territoriali e tutti coloro i quali desiderino condividere i loro interessi al fine di suggerire nuove istanze alla Conferenza del Parco. Gli Organi del Parco sono affiancati da un Comitato Tecnico, costituito da 4 esperti della PaT e da altri 4 membri scelti dalla Conferenza del Parco. Il Comitato Tecnico affianca gli Organi del Parco, formulando pareri e valutazioni sulle attività implementate nell'ambito delle iniziative del Parco, proponendo e monitorando le attività legate allo sviluppo.

Gli *stakeholder* coinvolti nella gestione del PNL sono i soggetti che, nell'ambito del percorso partecipato implementato sul Parco Naturale Locale del Monte Baldo con riferimento all'azione C19 del progetto LIFE + T.E.N., hanno firmato con lo stes-

so Parco i "Patti di collaborazione", ovvero degli impegni ad essere rispettivamente soggetti capofila o soggetti partner delle 10 azioni per lo sviluppo sostenibile emerse al termine del percorso. I soggetti sono: PaT, Associazione Baldensis, Comunità di Valle della Vallagarina e dell'Alto Garda e Ledro, Comitato Mostra Mercato Val di Gresta, Consorzio Brentonico il Fiore del Baldo, Unione Allevatori Vallagarina, Consorzio di Miglioramento fondiario di Brentonico, Fondazione Museo Civico di Rovereto, Associazione pescatori e cacciatori, SAT, Associazione Un territorio due Fronti, SMT Scuola di Management del Turismo di tsm- Trentino School of Management, Cantina Mori Colli Zugna.

Stato della Pianificazione

La prima adozione del progetto di Piano di gestione è stata formalizzata con deliberazione della Giunta Provinciale n. 634 dd. 12.04.2013. Il Progetto di Piano di Gestione è attualmente in attesa di aggiornamento con i contenuti derivanti dalle azioni C2 e C19 del progetto LIFE + T.E.N.

Iniziative turistiche

Il contesto turistico è fortemente stagionalizzato e concentrato soprattutto nelle stagioni estive e invernali e legate all'escursionismo di montagna nell'Altopiano e lacuale nel comune di Nago- Torbole[12].

Nell'ambito delle iniziative turistiche proposte dal Parco, sono calendarizzate per il 2014 escursioni guidate gratuite e serate informative, al fine di diffonderne la conoscenza e promuovere il rispetto tra cittadini e ospiti delle specie e degli habitat del Parco. Tali eventi saranno distribuiti durante tutto il corso dell'anno, nell'ottica di destagionalizzazione dell'offerta turistica cui mira fortemente il Parco. Sarà altresì proposta la tradizionale giornata "Baldo senz'auto", la prima domenica d'agosto, durante la quale un tratto della SP3, la più trafficata in montagna, verrà chiusa al traffico e saranno offerti bus navetta gratuiti per accedere ai punti di partenza dei percorsi del Parco, con possibilità di beneficiare di visite guidate gratuite. Nell'ambito del percorso partecipato dell'azione C19 del progetto LIFE + T.E.N., particolare attenzione è stata posta all'offerta turistica, in termini di destagionalizzazione, di valorizzazione delle attività tradizionali e dei prodotti biologici, in un'ottica di fruizione del territorio consapevole.

12 Per approfondimenti: Report Turismo Monte Baldo.

Punti di forza e di debolezza

Il Parco Naturale Locale del Monte Baldo nasce come evoluzione della RR del Comune di Brentonico ed è legato all'istituzione del Parco, che ha portato a un entusiasmo per i primi eventi legati alla costituzione e alla creazione dei futuri progetti del Parco (azione C19 del progetto LIFE + T.E.N.)

La comunità baldense da secoli è conscia delle potenzialità del territorio in cui risiede: da decenni palesa la necessità dell'istituzione del Parco. Le aspettative in questo senso sono importanti, spesso però non sono accompagnate da reale spirito d'iniziativa; la tendenza è, da un lato, attendere passivamente gli esisti dell'istituzione del Parco e dall'altro, attendersi strumenti e possibilità specifici dei Parchi naturali Provinciali, che possiedono strumenti ben diversi da quelli di un Parco Locale.

La Rete di Riserve Sarca – Basso Corso

La RR del Basso Sarca si estende nel basso corso del Fiume Sarca interessando i Comuni Arco, Calavino, Cavedine, Dro, Lasino, Nago Torbole, Padergnone, Riva del Garda, Vezzano. La Rete del basso Sarca nasce con la prospettiva di condurre all'istituzione di un parco fluviale della Sarca che si estenda dalle sorgenti fino al Garda. Seguendo l'accordo di programma che la istituisce la RR ha l'obiettivo di promuovere un nuovo approccio al fiume, ai laghi e alle AAPP che mira a:

- ricercare un'ottimale integrazione tra le esigenze di conservazione, valorizzazione e riqualificazione degli ambienti naturali con lo sviluppo delle attività umane ed economiche;
- mantenere uno stato di conservazione soddisfacente per le specie e gli habitat dei siti Natura 2000;
- migliorare la capacità ecologica del fiume Sarca;
- promuovere la mitigazione e compensazione degli impatti idro-morfologici dei corsi d'acqua e dei laghi;
- perseguire il miglioramento della qualità chimico-fisica delle acque;
- migliorare il grado di fruibilità e accessibilità alle AAPP;
- recuperare e sviluppare i legami delle comunità locali con il fiume e le AAPP anche attraverso percorsi informativi e formativi; promuovere e qualificare l'offerta turistica sostenibile riconoscendo nel territorio il primo fattore di attrattiva

Le riserve

Attualmente la RR del basso Sarca è composta da:

- le aree di protezione fluviale del Fiume Sarca (dalla forra del Limarò alla foce del Lago di Garda),
- la riserva provinciale del lago di Toblino (SIC IT3120055),
- i laghi di Cavedine e Santa Massenza con le loro aree di protezione lacustre,
- le riserve provinciali delle Marocche (SIC IT3120074),
- la riserva provinciale del Monte Brione (SIC IT3120075),
- il SIC IT3120115del Monte Brento,
- il SIC IT3120074 Bus del Diaol,
- le riserve locali Ischia di Sopra, le Gere e Val di Gola,
- l'area di Bosco Caproni.

E' previsto il suo ampliamento con l'inclusione delle rogge di Ranzo e di Calavino, del Rimone e di altre porzioni di territorio funzionali al miglioramento delle connessioni ecologiche.

Gestione

La RR nasce dall'accordo di programma firmato nel settembre 2012 dagli enti promotori che sono i Comuni di Arco, Calavino, Cavedine, Dro, Lasino, Nago Torbole, Padergnone, Riva del Garda, Vezzano, le Comunità di Valle dell'Alto Garda e Ledro e della Valle dei Laghi, il BIM Sarca Mincio Garda (ente capofila) e la Provincia Autonoma di Trento. Esso prevede che il piano di gestione venga definito in maniera unitaria includendo anche la RR del Sarca – medio e alto corso. In coerenza con l'intento prioritario di promuovere una gestione attiva e responsabile del territorio da parte delle comunità locali, l'Accordo di Programma della RR del basso Sarca prevede che la gestione della Rete sia affidata a tre organismi– la Conferenza della Rete, il Gruppo di Lavoro ed il Laboratorio Partecipativo Territoriale – che hanno il compito di lavorare assieme per perseguire gli obiettivi descritti e realizzare le azioni e gli interventi previsti per il primo triennio. Il Presidente della Rete del basso Sarca è l'ing. Gianfranco Pederzolli, quale rappresentante dell'ente capofila. Per supportare e facilitare lo svolgimento delle molteplici attività della Rete, è prevista la figura di un coordinatore che lavora trasversalmente con i tre organismi, con tutti gli enti, le istituzioni e gli attori locali coinvolti. Molti degli interventi previsti hanno necessità di un approfondimento progettuale, per il quale è garantito il coinvolgimento dei servizi provinciali competenti e delle strutture tecniche comunali ed è auspicato il diretto coinvolgimento di tutti gli attori locali interessati, al fine di ricercare soluzioni efficaci e ampiamente condivise.

Per realizzare un'efficace gestione attiva della Rete del basso Sarca, l'Accordo di Programma prevede l'istituzione del Laboratorio Partecipativo Territoriale attraverso cui garantire la partecipazione delle associazioni e gruppi locali, degli enti e delle istituzioni, delle diverse realtà economiche ed imprenditoriali, delle ApT e dei singoli cittadini interessati. Il Laboratorio non prevede una selezione dei partecipanti sulla base di criteri di rappresentatività, bensì promuove una partecipazione inclusiva volta alla valorizzazione delle idee e alla ricerca di soluzioni condivise anche tra i diversi interessi: la sintesi e validazione finale delle proposte elaborate resta in capo alla Conferenza mentre sono demandate al Gruppo di Lavoro le necessarie verifiche di fattibilità tecnica, amministrativa ed economica. La Conferenza si impegna a presentare al Laboratorio le proprie decisioni, argomentandone le ragioni laddove queste si discostino dalle proposte strutturate tramite il lavoro del Laboratorio. Il Laboratorio ha inoltre la facoltà di individuare un proprio rappresentante che partecipa agli incontri del Gruppo di Lavoro. Le iscrizioni al Laboratorio restano sempre aperte, gli incontri sono pubblici. Sono membri formali del Gruppo di lavoro le ApT INgarda e Trento Monte Bondone Valle dei Laghi.

Stato di pianificazione

Sono in corso di attuazione le azioni prioritarie previste dall'Accordo di programma, programmate secondo un cronoprogramma triennale (in corso secondo anno). In luglio 2014 si avvia il percorso di redazione del Piano di Gestione unitario tra Rete alto Sarca e Rete basso Sarca, che ci si auspica porterà all'istituzione del Parco Fluviale della Sarca. In questa fase sarà valutato l'ampliamento della rete basso Sarca, con l'inclusione del comune di Drena.

Iniziative turistiche

Nel corso della sua attività, la RR ha pianificato e attuato le seguenti attività:

- Giornata Riflette Toblino - iniziativa con mostre di artisti locali, assaggi dei prodotti tipici delle aziende agricole locali, conferenza storico/culturale, proiezione di video e fotografie, pas-

seggiata naturalistica e pulizia del Biotopo in collaborazione con Canoa Club (Trento e Storo Ledro);

- Maniflu 2014 – manifesto di iniziative coordinate del Parco Fluviale con serate informative e uscite nel territorio (periodo maggio/novembre) realizzato in collaborazione con APPA e le associazioni locali, selezionate tramite avviso pubblico e workshop di co-progettazione;
- Montagna Film Festival 2014– tavola rotonda Valle dei Laghi, Valle del Sarca, due territori un'unica valorizzazione;
- Info Point – 10 Porte Parco distribuite lungo tutto il territorio;
- Itinerari Tematici - Realizzazione di tre nuovi itinerari tematici, usi dell'Acqua, memoria, paesaggio del fiume, attrezzati con cartellonistica specifica, che si vanno ad aggiungere ad una grande offerta di percorsi naturalistici, paesaggistici, storico culturali tutti a carattere ciclopedonale, e valorizzati da una nuova cartellonistica. Realizzato il percorso di vista del biotopo di Toblino (strutture informative dedicate), in corso di realizzazione il percorso di visita del Biotopo del Monte Brione (strutture informative dedicate)
- Sinergie con l'agricoltura: già avviate visite e uscite gratuite che uniscono percorsi di visita alle AAPP con coinvolgimento delle aziende agricole bio o biodinamiche;
- Corso di formazione sulla gestione sostenibile della vegetazione fluviale rivolto alle aziende agricole locali, in collaborazione con la Fondazione Mach, finanziato tramite PSR
- WEB APP – in corso di realizzazione una web app del Parco Fluviale, per la promozione dei percorsi ed itinerari (entro estate 2014)
- SITO WEB – in corso di apertura (entro 2014)

Punti di forza e di debolezza

Per quanto riguarda la RR e il raggiungimento dei suoi obiettivi sono stati identificati i seguenti punti di forza:

- Il Garda Trentino, un territorio ricco di offerte e infrastrutture turistiche, connotato per il turismo all'aria aperta
- Valle dei laghi, un'offerta turistica ancora marginale e quindi con opportunità di integrare meglio i valori multipli del territorio;
- una positiva collaborazione con APT Trento, Monte Bondone, Valle dei Laghi che si è sviluppata nell'ultimo anno;
- la presenza del distretto agricolo del basso Sarca e del biodistretto della valle dei Laghi, rappresentano due realtà con le quali sviluppare rapporti di collaborazione anche ai fini turistici;
- la presenza di scuole superiori a indirizzo turistico costituiscono un'opportunità da coinvolgere nel parco fluviale con stage o incontri formativi mirati per far conoscere meglio il territorio di riferimento;
- il nascente Parco Fluviale della Sarca che unisce la RR alto Sarca e la RR basso Sarca, ha un potenziale comunicativo e di riconoscibilità immediata molto più forte delle RR disgiunte;
- la composizione mista del gruppo di lavoro (referenti misti: politico-tecnico-turistico-associazioni locali) consente il confronto unitario congiunto tra voci che normalmente si confrontano su tavoli separati. Nonostante ciò in futuro ci sarà la necessità di rafforzare il ruolo e la funzione del gruppo da rafforzare.

Mentre i punti di debolezza e potenziali criticità riguardano:

- la connotazione del turismo fortemente caratterizzato sull'immagine sportiva (zona del Garda);
- nel basso Sarca, zona Garda, forte pressione antropica e forti interessi economici che operano su tavoli nei quali il parco fluviale non è coinvolto;
- la gestione dell'ambiente naturale non sempre attenta alle esigenze ambientali a favore di quelle fruitive (anche a scapito di quelle ambientali);
- la scarsa offerta turistica in Valle dei Laghi e ancora non connotata, pochi gli operatori presenti (ricettivo ecc);
- l'altissima concentrazione turistica mesi primavera/estate e quindi forte stagionalità;
- collaborazione con INGARDA sembra soffrire di un presunto antagonismo tra progetto di parco fluviale e progetto OUT DOOR promosso da INGARDA, quindi non si rileva ancora una efficace i integrazione tra le due realtà, forse nel timore che il Parco Fluviale ponga "limiti" all'offerta attuale;
- l'alta presenza di ricettivo e ristorativo di diverse tipologie, non tutti collegati alle ApT, crea

difficoltà nell'individuare attori da coinvolgere in un progetto integrato turismo/natura;

- le offerte turistiche nuove (es: adventure park) con impatto significativo sul paesaggio (es forra del Limarò) che nascono senza alcun confronto preventivo con la RR, e i servizi provinciali deputati al rilascio di eventuali autorizzazioni, non promuovono una efficace e reciproca collaborazione e/o verifica con la rete.

La Rete di Riserve Sarca – Medio Alto corso

La RR Della Sarca – Medio Alto Corso, si estende lungo l'alto e medio corso del fiume Sarca interessando i territori dei Comuni di Bleggio Superiore, Bocenago, Bolbeno, Bondo, Breguzzo, Caderzone Terme, Comano Terme, Carisolo, Darè, Dorsino, Fiavè, Giustino, Massimeno, Montagne, Pelugo, Pinzolo, Preore, Ragoli, Roncone, San Lorenzo in Banale, Spiazzo, Stenico, Strembo, Vigo Rendena, Villa Rendena, Tione di Trento, Zuclo e vede partecipi, oltre alla Provincia Autonoma di Trento, la Comunità di Valle delle Giudicarie ed il Consorzio dei Comuni del B.I.M. Sarca Mincio Garda (Ente Capofila).

Le riserve

Le riserve che si incontrano all'interno del territorio della RR della Sarca – medio e alto corso sono state istituite nel corso degli anni per volere della Provincia Autonoma di Trento (cosiddetti biotopi diventati poi riserve) e come attuazione delle direttive europee Habitat e Uccelli (SIC e ZPS).

Ad oggi le Riserve che costituiscono la RR (che ricade interamente al di fuori del perimetro del Parco Naturale Adamello Brenta), sono:

- Aree di Protezione Fluviale del Fiume Sarca dei Comuni interessati a monte dello storico ponte di Balandino
- Riserva Locale "Caderzone"
- Riserva Locale "Ches"
- Riserva Locale "Iscla"
- SIC IT3120109 "Valle Flanginech"
- SIC IT3120152 "Tione - Villa Rendena"
- SIC IT3120159 "Le Sole" (entro cui ricadono le Riserve Locali "Sole A e B") e a cui si affiancano le Riserve Locali "Blano A e B" poste immediatamente a monte
- SIC IT3120068 e riserva provinciale "Fiavè"
- SIC IT3120069 "Torbiera"
- Serie di Riserve Locali tra loro quasi attigue: "Zuclo", "Saone", "Selecce-Molina", "San Faustino", "Saone-Pez"
- Riserva Locale "Caiane"
- Provinciale "Lomasona", a cui si affianca la riserva locale "Lomasona e Pozza del Prete" posta poco più a monte.

Gestione

Nell'ottobre 2013 la Giunta Provinciale ha approvato l'Accordo di Programma sottoscritto dalla stessa Provincia Autonoma di Trento, dal Consorzio dei Comuni del B.I.M. Sarca Mincio Garda - designato quale Ente Capofila - dalla Comunità di Valle delle Giudicarie, dalle ASUC di Dasindo, di Fiavè, di Saone e di Verdisina e dai 26 Comuni di Carisolo, Pinzolo, Giustino, Massimeno, Caderzone Terme, Strembo, Bocenago, Spiazzo, Vigo Rendena, Darè, Villa Rendena, Tione di Trento, Montagne, Preore, Ragoli, Zuclo, Bolbeno, Bleggio Superiore, Comano Terme, Dorsino, Fiavè, Stenico, San Lorenzo in Banale, Bondo, Breguzzo e Roncone.

Il Comune di Pelugo, benché risulti tra i firmatari del Protocollo di intesa del 26 giugno 2012, non partecipa all' Accordo di Programma.

Gli organi di gestione della RR sono:

- il Presidente della RR (individuato nel Presidente dell'Ente Capofila);
- la Conferenza della RR (composta dal Presidente della Rete; il Sindaco di ciascun Comune aderente alla Rete delle riserve o un suo delegato nella figura di assessore; il Presidente della Comunità delle Giudicarie o un suo delegato nella figura di assessore; l'Assessore all'ambiente della Provincia Autonoma di Trento o suo delegato);
- il Gruppo di lavoro della RR;
- il Laboratorio Partecipativo Territoriale.

Ad aprile 2014 gli organi sono stati costituiti ma non ancora convocati. Essi saranno affiancati dallo staff tra cui sarà nominato un Coordinatore della RR che svolgerà attività di gestione, coordinamento e supporto a tutti gli organi della rete.

Stato della pianificazione

La RR della Sarca – medio e alto corso prevede una durata fino al 31.12.2015 rinnovabile ogni 3 anni. E' prevista la predisposizione di un Piano Unico di Gestione con la RR del Sarca - basso corso entro il 30 aprile 2015 per creare il Parco Fluviale del Sar-

ca. Con tale prospettiva si prevede quindi una gestione unica di tutta l'asta del fiume, dalla sorgente in Adamello alla foce del Lago di Garda.

Iniziative Turistiche

Per quanto riguarda le iniziative turistiche, l'Accordo di Programma della RR della Sarca - alto e medio corso, prevede, negli obiettivi generali, la promozione della Rete in un'ottica di valorizzazione del turismo sostenibile inteso come "qualsiasi forma di sviluppo, pianificazione o attività turistica che rispetti e preservi nel lungo periodo le risorse naturali, culturali e sociali e contribuisca in modo equo e positivo allo sviluppo economico e alla piena realizzazione delle persone che vivono, lavorano o soggiornano nelle AAPP" (Carta europea per il turismo sostenibile nelle aree protette - EUROPARC, 1994). Sono inoltre in programma attività didattiche-formative ed informative con la collaborazione di APPA (Agenzia Provinciale Protezione Ambiente) e del Parco Naturale Adamello Brenta.

Punti di forza e debolezza

Il fatto di avere coinvolto i Sindaci di ben 26 Comuni per la realizzazione di un progetto di valorizzazione e tutela ambientale come quello della RR può essere già considerato un grande successo. Data la relativa novità della nascita della RR della Sarca - medio e alto corso, un punto su cui lavorare in futuro è sicuramente la **sensibilizzazione e il coinvolgimento della popolazione e delle associazioni locali.**

La Rete di Riserve delle Alpi Ledrensi

La RR delle Alpi Ledrensi, individuata nel comparto sudoccidentale del Trentino, coinvolge il territorio rappresentato amministrativamente dai Comuni di Ledro, Storo, Bondone, Riva del Garda e Tenno. Si sviluppa principalmente nella Valle di Ledro (60% del territorio), quindi nel Comune di Storo (23%). Negli altri tre Comuni si propone con meno del 10%.

Il contesto territoriale analizzato vede la presenza dell'uomo fin dalla preistoria. La zona di Tremalzo (Ledro) risulta sicuramente frequentata stagionalmente da gruppi di cacciatori-raccoglitori mesolitici già 10.000 anni fa e rappresenta di fatto il più antico sito archeologico del Trentino sud-occidentale. Così come le montagne, anche i fondovalle sono abitati durante le epoche prestoriche, una presenza testimoniata dall'importante sito palafitticolo del Lago di Ledro, nonché dai siti "minori" localizzati nelle valli adiacenti, sia sul versante gardesano (sito neolitico di Riva del Garda – Monte Brione) sia su quello giudicariese (circondario di Storo, Roncone, Breguzzo). Localizzazioni collegate fra loro da una fitta rete di strade e sentieri: Trat, Lavino, Nota, Guil a sud-est, Ussol, Giovo, Stigolo a nord-ovest, alcuni dismessi solo in epoche recenti in seguito alla realizzazione di strade carrozzabili (Ampola e Ponale). Uno stretto rapporto fra territorio e attività quotidiane che ha inizio già in epoca preistorica con le attività di caccia e raccolta, che nel tempo evolvono in agricoltura e allevamento. Un'interazione con la natura che si perpetua da secoli e si esprime tuttora in attività zootecniche e silvo-agricole che hanno significative ricadute sull'economia e sul paesaggio e che possono aprirsi ad essere reintrepretate nell'ottica dello sviluppo sostenibile.

Le riserve

Sul territorio dei Comuni di Ledro, Riva Del Garda, Bondone, Tenno e Storo sono presenti le seguenti aree protette:

- SIC IT3120093 Crinale Pichea – Rocchetta;
- SIC IT3120096 Bocca di Caset;
- SIC IT3120127 Monti Tremalzo e Tombea;
- SIC IT120076 Lago d'Ampola
- ZPS IT3120093 Crinale Pichea – Rocchetta;
- ZPS IT3120096 Bocca di Caset;
- ZPS IT3120094 Alpe di Storo e Bondone
- Riserva provinciale Lago d'Ampola e Riserva locale Laghetti

Sono tuttavia coinvolti nel percorso anche tutti i luoghi di pertinenza della RR con lo scopo di legare maggiormente il siti Natura 2000 di riferimento con il territorio nel quale è contenuto.

Gestione

La RR è organizzata nelle seguenti strutture: Conferenza della Rete, Presidente della Rete e Forum Territoriale. Detti organi sono affiancati da un Comitato Tecnico e da un Coordinatore Tecnico che svolgono attività di gestione, coordinamento e supporto alle strutture della Rete.

L'incarico per la stesura per il progetto di attuazione è stato affidato tramite Convenzione tra Comune di Ledro (capofila) e MUSE che, nel periodo marzo-novembre 2012 con la collaborazione dello Studio PAN ha steso il progetto generale.

La Conferenza di RR nella seduta di data 6 dicembre 2013 ha valutato positivamente l'affidamento

dell'incarico del Coordinamento Tecnico al Museo delle Scienze – MUSE mediante un accordo di carattere pubblicistico, essendo il Museo un Ente pubblico non economico.

Nell'ambito dell'Accordo istituzionale di collaborazione tra Comune e MUSE finalizzato a dare esecuzione al Progetto di attuazione delle RR, si è individuato all'interno dell'organico del MUSE la figura del coordinatore tecnico della RR delle Alpi Ledrensi. Il Referente del Muse si avvarrà, per l'esplicazione delle proprie attività, degli organi tecnici e delle strutture amministrative del MUSE, che contribuiscono a dar vita al team del Coordinamento tecnico della RR.

Nell'ottica di un coinvolgimento totale del territorio ha preso avvio il Forum Partecipato che ha portato, in 5 mesi di lavoro (con il supporto di un'agenzia di consulenza specializzata) all'individuazione condivisa di alcune azioni riguardanti turismo ed agricoltura che troveranno realizzazione all'interno dei lavori della Rete anche con un finanziamento aggiuntivo da parte della Provincia di Trento. Il Forum, svoltosi nel Comune di Ledro e in quello di Storo ha coinvolto quasi duecento persone (tra cui anche rappresentanti di associazioni di categoria, associazioni locali, privati cittadini e rappresentanti delle istituzioni) ed è stato un efficace "esercizio di futuro". Si auspica che il percorso del forum possa continuare anche nell'ottica di mantenere costantemente informato il territorio e la comunità sulle attività in corso e sulle progettazioni in itinere.

Stato della pianificazione

La RR prevede una durata di 3 anni per dare attuazione a quelli che sono i diversi punti dell'accordo di programma e contestualmente alle azioni proposte dal Forum Partecipato. Altrettanto importante sarà il rapporto con le altre RR al fine di comprendere elementi di forza e possibilità di intraprendere percorsi simili e/o condivisi.

Iniziative turistiche

Nell'ambito del percorso partecipato dell'azione C19 del progetto LIFE + T.E.N., si è teso a costruire un piano d'azione per migliorare la sostenibilità del turismo ledrense con attenzione all'offerta turistica, in termini di destagionalizzazione, di valorizzazione delle attività tradizionali e dei prodotti biologici, in un'ottica di fruizione consapevole del territorio. Nello specifico le azioni per lo sviluppo sostenibile per le Alpi Ledrensi che verranno implementate nel prossimo periodo includono la valorizzazione del turismo invernale, la promozione dell'adesione per le strutture ricettive a strumenti di gestione ambientale come l'Ecolabel europeo oltre che alleanze tra malghe e strutture ricettive, la valorizzazione della vecchia strada del Ponale nonché la mappatura dei sentieri esistenti per fornire un'ampia offerta legata alla "filosofia del camminare". Inoltre, tra le azioni si persegue anche la nascita di un distretto biologico, la promozione di mobilità intermodale anche per biciclette e la valorizzazione dei prodotti di pino mugo.

Punti di forza e debolezza

I principali punti di forza sono identificati primariamente nel territorio stesso e nelle sue relazioni ambientali e sociali. In particolare sono elencati i seguenti punti di forza:

- il territorio della RR può contare su un patrimonio naturale e culturale estremamente vario e presenta una storica propensione a un rapporto equilibrato tra uomo-ambiente, come dimostra anche la candidatura all'UNESCO per essere riconosciuti come Riserva della Biosfera.
- la presenza sul territorio di associazioni di categoria (consorzi turistici/APT, associazione allevatori, associazioni culturali/sportive) motivate e inclini a collaborare per creare un progetto di sviluppo locale integrato e sostenibile. Questo contesto inoltre può contare sul sostegno di un'amministrazione molto motivata (quella dell'ente capofila) che porta avanti il progetto della RR e stimola quindi gli altri attori in maniera positiva;
- Il territorio della RR Alpi Ledrensi è ricco di strutture ed è votato al turismo outdoor;
- la presenza di corridoi di comunicazione turistica tra i territori, percorribili attraverso diverse "esperienze" (trekking/mountain bike per collegare Ledro e Riva o Ledro e Tenno e canyoning/mountain bike per collegare Ledro e Storo);
- la presenza di una Rete Museale Ledrense molto attiva sul territorio e che cerca di coinvolgere anche i territori limitrofi (Bondone con i carbonai, Riva con la Ponale);
- la presenza di associazioni di volontariato che offrono decine di manifestazioni nella media/alta stagione;
- la vitalità culturale e sociale del territorio;
- la presenza di 3 laghi (Garda, Ledro e Tenno) che offrono spazi ideali per la balneazione;

- la tendenza alla destagionalizzazione sempre più marcata;
- la presenza di numerose malghe che potrebbero aumentare l'appeal turistico anche nell'ottica di un collegamento tra strutture ricettive a fondovalle e alte quote.

I punti di debolezza che si stanno affrontando sul territorio riguardano invece

- l'emergere della contrarietà al percorso della RR manifestata principalmente dalle sezioni di caccia locali, intimorite dalla possibilità di vincoli che impediscano la frequentazione dei boschi, dei prati e delle zone di caccia;
- la mancanza di una forte stagione invernale;
- mancanza di collegamenti veloci (anche a livello di trasporto pubblico) tra i settori giudicariesi (Storo e Bondone), Ledro e la zona gardesana;
- l'ancora troppo bassa la collaborazione tra diverse realtà e associazioni di categoria.

La Rete di Riserve Fiemme- Destra Avisio

La RR Fiemme-Destra Avisio ha preso vita il 15 ottobre 2013 con la sottoscrizione del relativo Accordo di Programma istitutivo da parte di tutti i soggetti istituzionali partecipanti ossia nove Comuni della Val di Fiemme (Carano, Castello-Molina di Fiemme, Cavalese, Daiano, Panchià, Predazzo, Tesero, Varena, Ziano di Fiemme); due Comuni della Val di Fassa (Moena e Vigo di Fassa); la Provincia Autonoma di Trento, la Comunità territoriale della Val di Fiemme; il Consorzio dei Comuni BIM Adige-Trento; la Magnifica Comunità di Fiemme e la Regola Feudale di Predazzo. Quale soggetto responsabile (capofila) è stata individuata la Comunità territoriale della Val di Fiemme.

Obiettivo fondamentale dell'Accordo e quindi della RR è la gestione unitaria e coordinata delle AAPP presenti in destra orografica del torrente Avisio in Val di Fiemme. Questo al fine della conservazione attiva delle aree medesime ma anche della loro valorizzazione e riqualificazione in chiave educativa e turistico-ricreativa. L'Accordo prevede peraltro che detto obiettivo dovrà essere raggiunto integrando le esigenze di tutela ambientale con quelle di sviluppo delle attività umane ed economiche tradizionali come la selvicoltura, l'allevamento zootecnico, il pascolo, l'agricoltura di montagna, la fienagione, la caccia, la pesca, la raccolta dei funghi e dei frutti del sottobosco, ecc..

Le riserve

La RR Fiemme-Destra Avisio si caratterizza per la presenza di numerosi ambienti che esprimono significative valenze naturalistiche e paesaggistiche (torbiere, aree umide, ecosistemi forestali e cembrete su substrati calcareo-dolomitici, ambienti aridi, ecosistema fluviale del torrente Avisio).

Essa è composta in tutto da 25 riserve (6 S.I.C/Z.S.C., 18 riserve locali e l'area di protezione fluviale del torrente Avisio) per una superficie complessiva di 4.089 ettari, tutti ricadenti entro il territorio amministrativo degli undici Comuni aderenti.

Quasi un terzo dell'intera superficie protetta, componente la rete di Fiemme, è di proprietà della Magnifica Comunità di Fiemme, l'ente storico valligiano la cui fondazione documentata risale almeno all'anno 1111.

Costituiscono la RR i seguenti siti:

- Siti di Interesse Comunitario, Zone Speciali di Conservazione e Riserve naturali provinciali:
  - IT3120020 "Palù Longa";
  - IT3120169 "Torbiere del Lavazé" (ex SIC: IT3120025 "Selva di Ega" e IT3120026 "Becco della Palua")
- Siti di Interesse Comunitario e Zone Speciali di Conservazione:
  - IT3120106 "Nodo di Latemar" (condiviso con i Comuni ladini di Fassa, Moena e Vigo di Fassa);
  - IT3120113 "Molina-Castello";
  - IT3120118 "Lago (Val di Fiemme)";
  - IT3120128 "Alta Val di Stava"
- Riserve locali (cod. P.A.T., P.U.P. 2008):
  - 13 - Brozin;
  - 14 - Brozin Maso Faoro;
  - 16 - Bus Torba;
  - 48 - Fraul (A);
  - 49 - Fraul (B);
  - 65 - Lago (Daiano);
  - 66 - Lago (Tesero);
  - 95 - Maso Cela;
  - 122 - Palù della Brega;
  - 126 - Palù delle Val;

- 146 - Palude;
- 150 - Panchià;
- 168 - Praboccolo (A);
- 169 - Praboccolo (B);
- 182 - Roncosogno;
- 202 - Stramentizzo;
- 206 - Val dei Pignari;
- 221 – Ziano.

Il complesso delle aree di protezione fluviale del tratto mediano del torrente Avisio nonché gli ambiti fluviali di interesse ecologico individuati e disciplinati dal PGUAP (nel caso di Fiemme, sovrapposte alle aree di protezione fluviale).

Gestione

La RR ha iniziato da poco, in virtù di un Accodo di programma, il proprio percorso operativo. Per tale ragione non dispone ancora di un proprio Piano di Gestione unitario.

La gestione della RR Fiemme-Destra Avisio è assicurata da un modello gestionale tendenzialmente snello e caratterizzato da limitati costi di funzionamento.

L'architettura dell'organigramma gestionale recepisce inoltre pienamente lo spirito della L.P. 23 maggio 2007, n. 11, la quale auspica processi partecipativi dal basso per l'istituzione e la gestione delle AAPP provinciali.

Sono strutture organizzative della RR Fiemme-Destra Avisio:

a. la Conferenza della Rete;
b. il Presidente della Rete;
c. il Forum Territoriale.

Esse sono affiancate da un Comitato Tecnico e da un Coordinatore della Rete che svolgono attività di gestione, coordinamento e supporto a tutte le strutture organizzative della Rete. Il ruolo di coordinatore è stato affidato alla Magnifica Comunità di Fiemme.

Per la partecipazione alle strutture organizzative della rete non è previsto alcun compenso.

Alla Conferenza della Rete partecipano tutti i soggetti istituzionali sottoscrittori dell'Accordo di programma.

Nel Comitato Tecnico sono in parte già coinvolte le sensibilità del mondo economico legate al comparto turistico ed è rappresentata l'A.P.T. della Val di Fiemme.

Tutte le altre tipologie di *stakeholder* (agricoltori-allevatori, cacciatori, pescatori, associazioni ambientaliste, consorzi forestali, istituti di istruzione, operatori del settore turistico nonché le altre realtà dell'associazionismo sociale-culturale avente interesse al tema turistico-ambientale) partecipano invece al Forum Territoriale (in fase di costituzione). L'adesione preliminare di tutte le suddette categorie ai percorsi di partecipazione finora attivati fa presumere che tutti gli *stakeholder* potranno venir positivamente coinvolti nella vita della RR Fiemme-Destra Avisio.

Stato della pianificazione

Nella mancanza del Piano di gestione unitario le linee di indirizzo cui dovrà ispirarsi la gestione della RR nel primo periodo della sua attivazione sono contenute nelle misure generali e specifiche di conservazione degli habitat e delle specie individuate dalla normativa provinciale (All. A e B alla Deliberazione della Giunta provinciale n° 259 di data 17 febbraio 2011), integrate dalle indicazioni gestionali contenute nel Progetto di attuazione approvato.

L'Accordo di programma sottoscritto contiene uno specifico progetto finanziario triennale di azioni da attivare ed opere da realizzare. Tra queste, quale azione strategica (F3), è stata appunto individuata la redazione del Piano di Gestione unitario.

Iniziative turistiche

La RR Fiemme-Destra Avisio non ha ancora attivato alcuna iniziativa.

Diverse azioni/iniziative saranno peraltro attivate nel corso del triennio. Alcune visite guidate alle riserve appartenenti alla Rete saranno programmate, in collaborazione con l'APPA e ApT Val di Fiemme, già a partire dall'estate 2012.

Punti di forza e di debolezza

Considerata la relativa novità rappresentata dalla RR, ad oggi, non è ancora possibile individuare in maniera sistematica i punti di forza e di debolezza di questo sistema. Un sicuro punto di forza del territorio e della Rete è la presenza storica della Magnifica Comunità di Fiemme: un fulcro sociale/istituzionale nel quale, indipendentemente da possibili situazioni contingenti, si riconosce ancor oggi l'intera comunità valligiana.

Ulteriore punto di forza può ritenersi l'ampia variabilità e la ricchezza di ambienti naturali nonché il livello di assoluto pregio di alcuni siti in particolare

(SIC/ZSC "Alta Val di Stava" su tutti).

Per quanto riguarda i punti di debolezza essi potrebbero essere riflessi in alcune lacune conoscitive inerenti la situazione di molti siti nonché una certa perifericità di alcuni siti minori.

Per il futuro un ipotetico rischio, che potrebbe interessare tutte le RR, è rappresentato dalla possibilità che il nuovo strumento organizzativo RR sia vissuto e/o si dimostri poco concreto, almeno nel breve periodo. Processi partecipativi troppo complessi e/o reiterati potrebbero comportare la formazione di aspettative significative negli *stakeholder* e di conseguenza potrebbe perdersi in fretta il sostegno del territorio, in particolare in assenza di risultati rilevanti nel breve periodo.

La continua riduzione delle risorse disponibili e la contestuale competizione tra i vari settori dell'intervento pubblico al fine di rivendicare l'assegnazione delle poche risorse disponibili, potrà mettere in discussione, almeno nel medio periodo, la forza del sostegno pubblico nei confronti di alcuni modelli organizzativi minori quali le RR. Il reale rischio che si profila è che al venir meno delle risorse pubbliche possa venir meno anche l'impegno/l'entusiasmo del territorio il quale dovrebbe invece, nel caso, mettersi ancor più in gioco, trovando motivazioni e risorse proprie importanti a sostegno degli obiettivi della rete.

Ulteriore criticità è la "condivisone" tra Fiemme e Fassa del sito "Nodo di Latemar". Criticità che potrebbe anche trasformarsi in elemento di forza (in termini di sinergie con i territori limitrofi e l'area del "Site 7 Dolomiti-UNESCO") in caso di positiva soluzione del latente "conflitto" tra i due territori.

Tra le principali opportunità: la positiva adesione al progetto preliminare di tutte le categorie di *stakeholder* e l'ottima partecipazione numerica agli incontri fin qui organizzati; la sostanziale assenza di conflitti preventivi rispetto all'idea di costituzione della Rete; la forza dell'associazionismo e del volontariato in Val di Fiemme, già messo positivamente alla prova in occasione di importanti eventi/obiettivi (specie del settore sportivo).

Fotografia 05. Gregge di capre nel Parco Naturale Adamello Brenta, Foto di A. Scalfi Archivio PNAB

Best practice: Oasi WWF Valtrigona

L'Oasi WWF di Valtrigona rappresenta un caso molto particolare di gestione di area protetta in quanto è l'unica in Trentino gestita da privati. L'Oasi di Valtrigona è un'area naturale protetta che si trova in località Malga Valtrigona, nel comune di Telve di Sopra. La Valtrigona è una laterale destra della Val Calamento, che si estende tra i 1.600 e i 2.200 metri di altezza all'interno della catena del Lagorai è raggiungibile solo a piedi e copre una superficie di 236 ettari. L'Oasi si trova all'interno di una Zona di Protezione Speciale (ZPS IT3120160).

Gestione

L'area protetta è affidata in gestione al WWF Italia, ed è una delle poche Oasi del WWF in area alpina. La sua storia inizia nel 1996 quando il WWF acquista 104 ettari della Valtrigona ed istituisce un'area protetta gestita dall'ente che viene inaugurata il 13 luglio 1997. Nel 1998 grazie a diverse donazioni e sponsorizzazioni vengono acquistati altri ettari raggiungendo l'estensione attuale di 234. Nel 2010 l'Oasi Valtrigona diventa Riserva Locale Privata nell'ambito della rete delle AAPP della provincia. Gli obiettivi della sua gestione riguardano la tutela dell'ambiente, la ricerca scientifica e l'attività didattica. La gestione dell'area protetta è affidata al personale gestore che da tempo cerca fondi per garantire l'espletamento di tutte le funzioni. Infatti, sono state create diverse collaborazioni sia con naturalisti che con l'APPA che con l'ApT per permettere di sviluppare rispettivamente materiale didattico e informativo, attività didattiche rivolte alle scuole e materiale di promozione turistica in diverse lingue. Anche il MUSE ha collaborato con l'Oasi creando un orto botanico all'interno dell'oasi. Con l'Ecomuseo del Lagorai c'è una collaborazione di mutua promozione e informazione e con i cacciatori si è sviluppato un rapporto di mutuo rispetto. Così come con la SAT esiste un rapporto di mutuo costruttivo, ed è stata coinvolta quando si è deciso di limitare le attività di scialpinismo all'interno dell'Oasi.

Il finanziamento della gestione dell'Oasi è affidato al sistema di auto-finanziamento del personale dell'Oasi, che si concretizza in donazioni e sponsorizzazioni (la Lizard è un partner dell'Oasi da molti anni ma anche la Cassa di Risparmio di Trento e Rovereto), che però non sono stabili ma legati a singoli progetti. Inoltre anche la vendita di gadget riesce a contribuire alla raccolta fondi.

Iniziative turistiche

Per quando riguarda lo sviluppo di attività turistiche Malga Valtrigona ospita il Centro Visitatori dell'Oasi e le strutture di appoggio logistico per il personale che collabora nella gestione dell'Oasi. E' importante sottolineare che non esistono strade forestali per raggiungere la Malga. È stato inoltre sviluppato il sentiero Natura intorno alla Malga caratterizzato da un'estensiva segnaletica informativa. Inoltre, il materiale informativo viene sempre stampato in diverse lingue in modo da raggiungere tutti i possibili visitatori dell'Oasi. La fruizione turistica è molto legata alla didattica e si richiede al turista ed escursionista un atteggiamento adeguato. Il pernottamento nella malga è possibile, ma è comunque limitato per non creare una pressione eccessiva all'ecosistema visto che il sistema di scarico non è collegato alla rete fognaria ma a un sistema di fitodepurazione esterno alla malga.

Punti di forza e di debolezza:

La gestione solida e affermata è di sicuro un punto di forza dell'Oasi che può contare sull'appoggio della comunità locale e su numerosi partner con cui il personale dell'oasi ha sviluppato negli anni rapporti di fiducia reciproca. Nonostante ciò la precarietà dei finanziamenti rappresenta una debolezza per la sua gestione perché non permette una pianificazione a lungo termine.

Integrazione tra agricoltura, biodiversità e turismo

Uno degli obiettivi della strategia TurNat è valorizzare il patrimonio culturale e naturale favorendo **sinergie innovative tra turismo, agricoltura e tutela della biodiversità**. Ormai il concetto stesso di sostenibilità sottintende che l'efficacia delle politiche ambientali è dato dal grado d'integrazione che riesce a raggiungere con altri settori. Questo approccio è complementare anche a un altro obiettivo di TurNat ossia quello della riduzione del conflitto sull'uso delle risorse. Quindi agricoltura, turismo e tutela della natura non sono settori conflittuali bensì complementari se fatti in un certo modo. Per capire meglio quali e come si possono costruire sinergie innovative tra questi settori, la fase di co-progettazione di TurNat ha previsto un intervento formativo di esperti trentini del settore che hanno discusso diversi aspetti di questo tema.

Per diversi motivi è rilevante affrontare il **tema dell'agricoltura** nella strategia TurNat. Il primo è che tutti **i paesaggi trentini compresi quelle delle AAPP hanno un'importante dimensione antropica** di cui il sistema delle malghe sono l'emblema. Inoltre, la strategia TurNat è rivolta non solo ai tre parchi del Trentino ma anche alle RR le quali sono aree situate più a bassa quota rispetto ai primi. Di conseguenza, il tema dell'agricoltura e delle possibili e necessarie sinergie con la gestione delle AAPP stesse, del turismo sostenibile e dello sviluppo locale è centrale. Per affrontarlo adeguatamente questo capitolo offre una panoramica generale

sull'agricoltura di montagna cercando di declinarla nel contesto trentino trattando i temi dell'agricoltura sostenibile e biologica, della *agridiversità*, della multifunzionalità dell'agricoltura, e così dell'agriturismo, e della valorizzazione delle produzioni locali e tipici.

L'agricoltura di montagna

Su scala europea il 60% della Superficie Agricola Utilizzabile (SAU) è costituito da seminativi: i prati permanenti e pascoli ne occupano il 34%, mentre la superficie a coltivazioni legnose agrarie rappresenta il 6% della SAU (PaT, 2012). Se consideriamo l'Italia nel suo complesso e la macro-regione Nord-Est, la percentuale di SAU utilizzata a seminativi e prati-pascoli rispecchia il trend europeo, mentre c'è una maggiore incidenza per le coltivazioni legnose. In Trentino le percentuali calano drasticamente: solo il 2% è costituito da seminativi, mentre i prati-pascoli rappresentano la destinazione d'uso principale con l'81%. Resta relativamente alta la percentuale dedicata alle colture legnose agrarie. Quindi, è evidente che **la gestione dei prati e dei pascoli e quella forestale** sono due elementi peculiari del sistema agricolo trentino.

Essendo il Trentino un territorio di montagna, la sua produzione agricola riflette molti problemi e dinamiche Comuni ai territori alpini e più in generale montani. Infatti, la produzione agricola nelle aree montane è resa più difficile dagli ostacoli naturali e orografici comportando un maggiore carico di lavoro, meno possibilità per utilizzare mezzi meccanici e maggiore necessità di avere a disposizione macchinari speciali, accessibilità limitata e scarse possibilità per estendere la superficie di produzione. Per esempio, uno studio di Tamme et al. (2002) ha stimato che in Austria la produttività agricola e il relativo reddito in area alpina sono fino a un quarto più bassi di quelli fuori da tale area. Queste difficoltà permettono alle aziende agricole alpine di essere classificate come aziende locate in aree meno vantaggiate e quindi vengono sussidiate attraverso pagamenti compensativi in modo da assicurare la capacità dell'agricoltura di montagna di competere con la produttività agricola in regioni più avvantaggiate. I pagamenti di compensazione concessi sono pesati su criteri come la ripidità e l'altitudine dei terreni, la loro accessibilità e il clima.

L'agricoltura di montagna è associata frequentemente a un alto livello di compatibilità ambientale e un alto livello di qualità nei prodotti (Ruffini e Streifeneder, 2008). Ciò è ancora più vero se si tratta di pratiche agricole svolte in prossimità di AAPP. Se però l'agricoltura beneficia dell'ambiente naturale e salutare della montagna, la qualità dei prodotti e la loro compatibilità ambientale e paesaggistica dipendono dalle scelte dell'agricoltore.

Nelle Alpi, così come in Trentino, l'equilibrio naturale si fonda su un'altissima sensibilità ecologica e quindi sulla gestione equilibrata di tutti gli elementi che convivono negli spazi montuosi, come agricoltura, società, turismo e biodiversità. Trovare un equilibro tra l'integrazione di questi elementi è fondamentale per assicurare oltre alla coesione sociale, la qualità della vita in montagna, la competitività della sua economia e la conservazione del suo patrimonio ambientale e storico-culturale, nonché la qualità dell'esperienza turistica. L'equilibrio va perseguito adottando soluzioni innovative e sostenibili che garantiscano la bellezza caratteristica dei paesaggi e la qualità della vita delle comunità locale.

Uno dei problemi legati all'agricoltura dell'arco alpino è il **fenomeno della polarizzazione dello sviluppo agricolo e quindi paesaggistico**. Infatti, anche in Trentino negli ultimi 30 anni i cambiamenti socio-economici hanno portato allo sviluppo delle terre coltivate verso due direzioni opposte. Da una parte, la coltivazione intensiva delle aree più favorevoli e dall'altra, all'abbandono delle pratiche agricole nei terreni più marginali e più difficilmente coltivabili in maniera meccanica (MacDonald et al., 2000). Queste ultime aree sono così spesso soggette a processi naturali di avanzamento della superficie boschiva e forestale (Ruffini e Streifeneder, 2008). Nell'intero arco alpino dal 1980 al 2000 si è registrato un calo del 35% di imprese agricole mentre considerando solo le Alpi italiane si arriva al 44 % in meno (Ruffini e Streifeneder, 2008). Il fatto che il tasso di imprese agricole sia calato più significativamente della SAU (Superfici Agricole Utilizzate) è da imputare al fatto che il terreno abbandonato dall'impresa non più operativa è poi acquistato e utilizzato dalle rimanenti aziende agricole. Infatti, se le aziende con meno di cinque ettari sono dal 1990 in costante declino, le aziende con più di 20 ettari sono in netto aumento. Questo succede perché imprese agricole più grandi riescono ad affrontare meglio la pressione competitiva rispondendo con economie di scala (Ruffini e Streifeneder, 2008).

In Trentino questi trend si riflettono anche nel decennio successivo. Come dimostrano i dati raccolti dall'ultimo censimento sull'agricoltura (Dati ISTAT 2010) confrontati con i dati raccolti nel 2000, il nu-

mero di aziende agricole è diminuito (- 42 %) ma la superficie media dell'azienda è cresciuta del 60 % (con una superficie media di 8,3 ettari nel 2010) rispetto al 2000. La SAU invece è sì diminuita ma con un tasso molto inferiore (- 6%) rispetto al numero totale di aziende agricole. Interessante confrontare la superficie media delle aziende agricole trentine che nel 2010 è pari a 8,3 ettari, con la media nazionale (7,9) e con il dato medio dei paesi dell'EU27 che corrisponde a 14 ettari.

L'agricoltura intensiva combinata con gli usi di nutrienti, pesticidi e di utensili meccanici ha conseguenze importanti in termini ecologici. Molto spesso i problemi ambientali si sovrappongono a quelli paesaggistici quando l'agricoltura intensiva combacia con quella specializzata portando a un paesaggio crescentemente monotono. L'intensificazione delle pratiche agricole e l'associato declino degli ambienti semi-naturali hanno importanti ricadute ecologiche e sono le maggiori cause della perdita di biodiversità agricola negli ultimi 60 anni in Europa (Marini et al., 2011; MacDonald, 2000).

Il **ricambio generazionale** è un'altra questione centrale rispetto all'abbandono delle pratiche agricole in montagna. Si manifesta anche la contrazione della manodopera famigliare, e in Trentino si registra che il 35% dell'intera manodopera è extra-famigliare.

Sicuramente i cambiamenti che hanno interessato le Alpi negli scorsi decenni continueranno ad influenzare l'agricoltura alpina, così come le decisioni prese a livello europeo nella Politica Agricola Comunitaria (PAC), negli ultimi decenni. In particolare, la PAC ha giocato un ruolo cruciale nello stimolare l'aumento di produttività che ha portato all'intensificazione e alla specializzazione delle aziende agricole (Tappeiner et al., 2003; Marini et al., 2011). Rimane comunque da dire che parallelamente a questo fenomeno, la PAC ha anche contribuito al mantenimento della gestione estensiva di certi paesaggi vulnerabili e habitat semi-naturali proponendo schemi agro-ambientali e pagamenti diretti per agricoltori che soddisfino determinati requisiti.

Agricoltura in alta montagna

Similmente a molti territori alpini, il Trentino ha una storica tradizione di pastorizia in alta montagna che ha dato vita nei secoli al sistema delle malghe le quali continuano a contribuire al mantenimento di un paesaggio culturale di alto interesse naturalistico prevenendo l'abbandono dei pascoli e l'avanzamento dei boschi oltre che fornire supporto alle attività agricole tramite la pastorizia estiva (Soane et al., 2012). Inoltre dal punto di vista naturalistico, le pratiche agricole tradizionali come quelle delle malghe sono solitamente associate a un alto livello di biodiversità (Marini et al., 2011; Soane et al., 2012)

Il sistema della malga o dell'alpeggio in Trentino è un patrimonio legato ai concetti di beni comuni, infatti solitamente la malga nasce come proprietà di una comunità locale dove vengono portate in estate le vacche al pascolo. Tuttora la maggior parte delle malghe trentine sono di proprietà pubblica (del comune) o collettiva (ASUC o altri soggetti di gestione di *usi civici* come le Consortele della Val Di Rabbi, le Regole di Spinale e Manez, la Magnifica Comunità di Fiemme). Il sistema malga è caratterizzato da prati e pascoli e da un edificio adibito a rifugio e alle attività di caseificazione. Viene quindi gestita dal *malgaro* per conto di una comunità e secondo le regole date da questa. Le circa 500 malghe trentine (di cui attive circa 300) sono situate ad altitudini elevate (tra i 1000 e 2500 m.s.l.m.) e si estendono sull'intero territorio del Trentino coprendo una superficie di pascolo totale di circa 38.000 ettari. Di queste 300 malghe attive, due terzi ospitano vacche da latte e 90 esercitano attività di caseificazione. Il sistema delle malghe trentine è importantissimo sia per questioni legate al mantenimento del paesaggio in alta montagna sia per il mantenimento di ambienti semi-naturali ma anche per la conservazione delle pratiche tradizionali e quindi dell'identità di un territorio.

Accanto alla pastorizia un altro settore è rilevante per l'agricoltura di alta montagna: **l'apicoltura**. Il patrimonio apistico trentino è curato in gran parte da hobbisti e semiprofessionisti, in aziende di piccole dimensioni, non specializzate e diffuse sul territorio. Come riprende il rapporto sull'agricoltura trentina della PaT (2012) attualmente in Trentino si producono principalmente cinque tipi di miele: acacia, castagno, rododendro, melata e millefiori. Tra i principali punti di forza del settore va sottolineato il forte legame con il territorio e l'eterogeneità ambientale del Trentino che consente un'ampia diversificazione del prodotto miele. Inoltre, l'attività apistica ben si presta ad un'agricoltura multifunzionale (es. agricoltura sociale e attività ambientali ed educative) e rappresenta una buona opportunità per le aree marginali, dove può costituire un'integrazione di reddito grazie a prodotti di pregio ad alta remunerazione. Dall'altra parte invece, la limi-

tata dimensione aziendale e la presenza di numerosi hobbisti influenzano negativamente le capacità organizzative del settore, i costi di produzione e la possibilità di adeguamento delle strutture di trasformazione.

Un altro settore interessante per l'agricoltura in alta montagna è quello delle **erbe officinali** il quale beneficia della ricchezza di varietà floristiche presenti sul territorio trentino. Per la particolare evoluzione che queste pratiche hanno avuto in Trentino negli ultimi 10 anni sarà affrontato nel paragrafo "Sinergie tra agricoltura e turismo" come caso di eccellenza per l'integrazione tra agricoltura e turismo.

Agricoltura di mezza montagna

Con le RR, l'approccio in Trentino tra AAPP e agricoltura va aggiornato, perché abbassandosi l'altimetria cambiano anche i tipi di attività agricole. Quindi, se con i Parchi l'area considerata era praticamente di alta montagna, includendo la zootecnia estensiva, la caseificazione, l'apicoltura e le erbe officinali, le aree all'interno e circostanti le RR bisogna anche tenere in considerazione attività agricole di fondo valle più intensive come la frutticoltura e la viticoltura che in Trentino sono i due settori agricoli più diffusi e sono anche i settori che per la maggior parte sono gestiti da sistemi cooperativi che interessano più del 90% della produzione del settore frutticolo e l'85% del settore viticolo. Accanto a queste, esistono anche altre interessanti produzioni di nicchia che, sebbene con produzioni minori, permettono una diversificazione aziendale e un ampliamento dell'offerta. In particolare nel settore zootecnico si annoverano allevamenti di caprini e ovini, itticoltura, apicoltura ed elicicoltura. Nel settore vegetale si coltivano ciliegio, actinidia, susine, orticoltura, castanicoltura, olivicoltura, piante officinali, mais da polenta.

L'agricoltura così come la selvicoltura utilizza il terreno senza comprometterlo irreparabilmente e se paragonata ad altre forme di uso del suolo determina il paesaggio in maniera meno pesante e per la possibilità di generare risultati che vadano oltre alla mera produzione di beni di consumo (Ruffini e Streifeneder, 2008; Renting et al., 2009; Plotter e Tilzey, 2007). Come testimonia l'analisi SWOT redatta per il PSR 2014-2020, le foreste del Trentino sono caratterizzate da un elevato livello di multifunzionalità: produzione, funzione paesaggistico-ricreativa, stabilizzazione dei versanti, protezione, mantenimento della biodiversità. L'elevato grado di naturalità dei boschi è garantito da consolidate pratiche di gestione naturalistica e da tecniche di utilizzazione forestale rispettose dell'ambiente in un contesto di gestione forestale sostenibile.

Il paragrafo successivo approfondirà l'importanza della **multi-funzionalità in agricoltura**.

La multifunzionalità in agricoltura

Gli studi decennali del sociologo rurale olandese Van der Ploeg (2000) hanno dimostrato che non esiste un unico modello efficace per la gestione delle imprese agricole e soprattutto il modello intensivo basato sull'investimento in alte tecnologie per massimizzare il rapporto tra input di lavoro e output di produzione non è necessariamente un modello vincente. **Altri tipi di agricoltura** (più vicine alla dimensione umana e ambientale) possono essere economicamente vincenti soprattutto perché più flessibili. Van der Ploeg in contrasto al modello industriale ed intensivo vede svilupparsi negli ultimi decenni in Europa un altro fenomeno opposto alla minimizzazione degli input per la massimizzazione degli output, ossia il fenomeno che lui chiama *ricontadinizzazione* – riemersione del modello contadino. Tale modello è meno dipendente da fabbisogni e cambiamenti esterni del mercato perché più flessibile e multi-funzionale nella gestione delle risorse interne. Dalle riflessioni di Van der Ploeg e da altri testi sull'agricoltura in montagna e nelle aree protette, emerge fortemente la necessità di rendere sempre più flessibile e multi-funzionale l'agricoltura soprattutto integrandola con altri settori come è esemplificato dalla Figura 26.

Come ci ricorda il rapporto sull'agricoltura trentina 2012, è importante considerare come il peso delle attività extra-agricole stia cambiando: è ciò che viene definito come processo di diversificazione delle attività aziendali. Queste attività possono essere classificate in attività di supporto all'agricoltura e attività secondarie. Nel primo caso si tratta di attività di manutenzione del terreno per il suo mantenimento in buone condizioni agricole ed ecologiche. Nel secondo caso si tratta di attività agrituristiche e trasformazione dei prodotti agricoli. Le 'attività secondarie' includono sia le attività agrituristiche e di trasformazione operate all'interno delle aziende agricole; sia le attività secondarie costituite dalla produzione di prodotti agricoli effettuata da branche economiche diverse dall'agricoltura (soprattutto commercio e trasformazione) come attività secondaria.

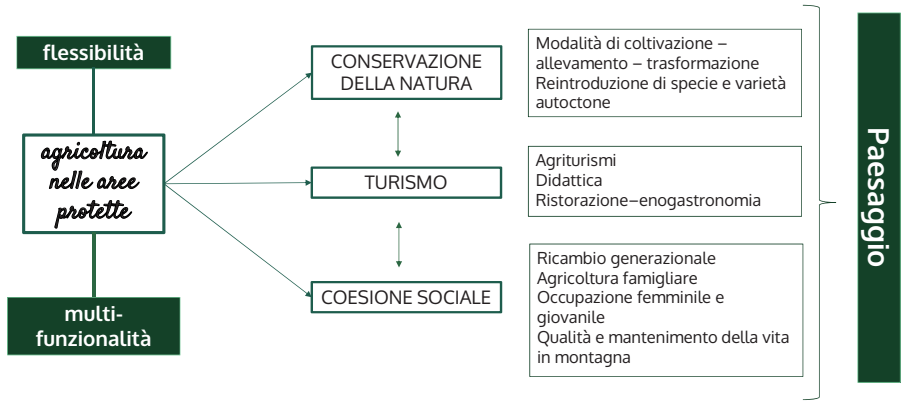


Figura 26. La mappa concettuale dell'agricoltura nelle Aree Protette (Elaborazione propria)

Una considerazione generale che emerge dall'analisi SWOT del PSR, rispetto alle potenzialità multi-funzionali dell'agricoltura è che molti agricoltori mancano di consapevolezza e di adeguate informazioni riguardo agli effetti negativi di alcune pratiche agricole sull'ambiente, sul paesaggio, sulla biodiversità della rete Natura 2000. Emerge anche che oltre alle ricadute ambientali mancano anche informazione e formazione su conoscenze economiche e finanziarie nonché orientate al marketing e all'innovazione e al rapporto con i consumatori.

Sinergie tra conservazione e agricoltura

È sempre più diffuso in ambito accademico e pratico il riconoscimento da un lato dell'importanza dell'agricoltura condotta in forme sostenibili come **fattore di arricchimento e di diversità biologica** e dall'altro dei parchi come entità utili a garantire la conservazione dell'ambiente naturale, dei prodotti tipici, delle attività più tradizionali e la permanenza umana nel territorio rurale (Federparchi, 1999).

Secondo Federparchi costituire un'alleanza fra area protetta e agricoltura significa: "conservare paesaggio e biodiversità, ritornare ad antichi valori, dare un contribuito alla diffusione di tutti quei prodotti biologici che i consumatori apprezzano e che le istituzioni hanno riconosciuto con dei regolamenti comunitari". Le AAPP possono e devono diventare luoghi di eccellenza dove sperimentare nuove e più avanzate forme di politica agro-ambientale con particolare riguardo alla diminuzione degli input, alla tipicizzazione dei prodotti ed alla stessa conservazione del paesaggio, nonché per garantire la permanenza in montagna e l'ammodernamento strutturale delle aziende agricole.

Con l'apertura dell'approccio adottato nella gestione delle AAPP, si presuppone che con una gestione della conservazione che attiva relazioni e iniziative in armonia con altri settori come il turismo, anche le attività agricole, se effettuate secondo certe modalità possano diventare partner fondamentali. Coinvolgendo attivamente nella gestione dei siti Natura 2000 i diversi utilizzatori, è possibile garantire il mantenimento degli habitat semi-naturali e delle specie vulnerabili che dipendono da una gestione efficace. Infatti, la salvaguardia di habitat di pregio dipende dall'agricoltura estensiva, mentre le pratiche agricole possono incidere negativamente sulle risorse naturali. Per dare sostanza a questi approcci alcune politiche incluse nella PAC propongono i pagamenti legati alle prestazioni agro-ambientali facendo beneficiare gli agricoltori di un ulteriore sostegno finanziario per l'impiego di attività agricole non nocive per la flora e la fauna selvatica.

La presenza di molte AAPP, spesso connesse con ecosistemi agricoli e silvocolturali, costituisce un'efficace rete ecologica e può quindi rappresentare "un importante volano culturale per la promozione del turismo sostenibile e per l'attuazione di appropriate azioni di sensibilizzazione ambientale", come recita l'analisi SWOT provinciale redatta per il PSR 2014-2020.

L'agricoltura biologica

Come è emerso nel seminario del TLT che ha potuto godere di un significativo contributo della Fondazione Mach, il **turismo sostenibile nelle AAPP per essere coerente dovrebbe fare riferimento alla produzione biologica**. Il concetto di agricoltura sostenibile viene spesso usato per descrivere l'agricoltura tradizionale economicamente sostenibile sia quando essa integra alcuni metodi biologici alle tecniche convenzionali sia per descrivere *tout court* l'agricoltura intensiva ad alta tecnologia che si pone obiettivi di produzione di cibo per la popolazione mondiale in costante crescita. L'agricoltura maggiormente sostenibile è rappresentata dalla produzione biologica perché considera anche i costi ambientali e sociali e aumenta la biodiversità. Di fatto, l'agricoltura trentina si è sviluppata negli ultimi decenni lungo due principali colture: i vigneti e i meleti. Nonostante l'ampiezza di questi settori, In Trentino trend positivi molto marcati si registra-

no nel comparto delle produzioni biologiche, sia in termini di numero di aziende che di SAU, con una crescita esponenziale per tutte le tipologie produttive, sia vegetali che animali.

Nonostante la crisi generalizzata dei consumi, il mercato delle produzioni biologiche si è dimostrato dinamico ed in progressiva crescita. In Italia tale comparto vale complessivamente 1,7 miliardi di euro considerando il solo mercato interno, ma sale a circa 3,1 miliardi di euro se si includono le esportazioni; conta poco meno di 50.000 operatori ed interessa oltre 1 milione e 100 mila ettari coltivati.

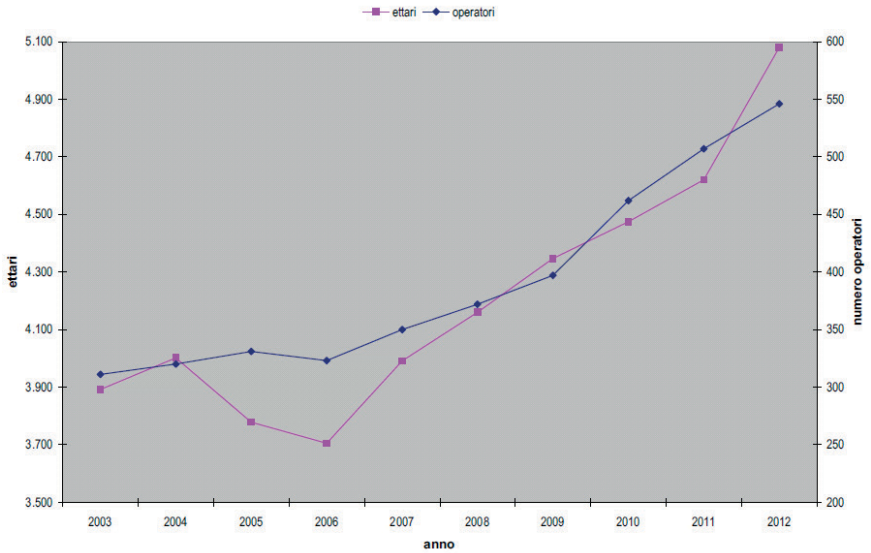


Figura 27. Trend delle produzioni biologiche in Trentino (PAT, 2013)

Anche in Trentino è confermato il trend di crescita, dopo la flessione degli anni 2005/2006, sia in termini di numero di operatori che di superficie coltivata (come è visualizzabile nella Figura 27). Gli operatori biologici iscritti negli elenchi della Provincia di Trento al 31 dicembre 2012 ammontavano a 546 unità, mentre la superficie agricola utilizzata (SAU) a 5.080 ettari, pari al 3,7 % della SAU totale provinciale (Censimento 2010). Tra le aziende iscritte all'elenco provinciale degli operatori biologici, 144 sono aziende agricole, 168 in conversione, 134 miste (superfici biologiche e convenzionale), 99 di trasformazione e 1 con attività di importazione (extra UE).

Come è emerso nel seminario del TLT, uno dei problemi che si è riscontrato negli ultimi anni riguardo all'agricoltura biologica è che vi è un abbandono della certificazione da parte di alcuni agricoltori perché i loro prodotti sono "contaminati" da agenti chimici che vengono usati nelle produzioni limitrofe convenzionali e per questo, piuttosto che ingannare il consumatore, molti rinunciano a produrre in biologico. Un'idea per sviluppare incrementalmente l'agricoltura biologica sarebbe quella di istituire un **biodistretto**[13], come avvenuto nel Cilento o nel comune di Greve in Chianti. Nel distretto, tutti gli attori sottoscrivono un impegno comune a proteggere l'ambiente in coerenza con principi biologici e di sostenibilità ambientale e quindi in esso si alimenta la qualità dell'esperienza sia per i turisti che per chi ci vive.

Per il momento la Val di Gresta rappresenta l'orto biologico del Trentino, in quanto quasi tutta l'area produttiva della valle è coltivata ad ortaggi ed è condotta secondo questo metodo di produzione. Attualmente la superficie dedicata alle produzioni orticole ammonta a 184 ettari ricadenti per la maggior parte nell'area che fa riferimento al Consorzio ortofrutticolo Val di Gresta, la principale struttura cooperativa che opera nel settore. In Trentino, la Val di Gresta, è una delle aree dove il biologico è maggiormente sviluppato; ad oggi il livello di prodotti biologici è circa all'85%-sul totale e questa area circoscritta potrebbe essere una zona pilota per un progetto di sviluppo locale intersettoriale che potrebbe concretizzarsi in un'idea di biodistretto.

Per quanto riguarda il **comparto zootecnico** la maggiore produzione biologica è quella del latte, concentrata nella Val Rendena che da anni è interessata da iniziative per la promozione di prodotti lattiero caseari certificati. Parallelamente si assiste ad un crescente interesse da parte degli allevatori di bovini da carne e del settore ovi-caprino. Le superfici certificate secondo il metodo biologico coltivate a prato stabile o utilizzate a pascolo in totale assommano a 4.082 ettari. Le attività zootecniche, come è già stato notato sono fondamentali per il mantenimento delle superfici a prato e a pascolo. In Trentino si calcolano circa 55.000 ettari tra prati (il 18%) e pascoli per alpeggio. Per legge

13 Modello di sviluppo eco-sostenibile caratterizzato anche dal coinvolgimento delle comunità locali e dalla progettualità fortemente partecipativa. Il Bio-distretto promosso da AIAB è un'area geografica naturalmente vocata al biologico dove agricoltori, cittadini, operatori turistici, associazioni e pubbliche amministrazioni stringono un accordo per la gestione sostenibile delle risorse, partendo proprio dal modello biologico di produzione e consumo (filiera corta, gruppi di acquisto, mense pubbliche bio). Nel Bio-distretto la promozione dei prodotti biologici si coniuga indissolubilmente con la promozione del territorio e delle sue peculiarità al fine di raggiungere un pieno sviluppo delle proprie potenzialità economiche, sociali culturali. (Per maggiori informazioni: http://www.aiab.it/index.php?option=com_content&view=article&id=1096:bio-distretti&catid=1:ultime-news&Itemid=32)

è obbligatorio al fine di richiedere premi di sfalcio per prati sopra i 900 m.s.l.m. non utilizzare prodotti chimici. Quindi in questo caso si può assumere che tutte queste zone siano assimilabili a superfici biologiche, perché libere da additivi chimici, benché non siano certificate. In Provincia queste aree (che spesso sono prati ad alta ricchezza biologica e culturale) vanno dal 90% in Val di Fiemme (la più vasta) al 30% alla zona del Sarca (la più piccola). I prati trattati secondo questa metodologia hanno un alto livello di biodiversità e caratterizzano il paesaggio.

Comunque si evidenzia che la zootecnia biologica in Trentino non ha ancora preso piede, ci sono meno di 10 aziende certificate (la maggior parte in Val Rendena) e le difficoltà sono dovute ai grandi costi di reperire in loco e da produzioni biologiche tutto il fabbisogno alimentare del bestiame. Questo è dovuto a due principali motivi che rendono difficile produrre in azienda tutto il foraggio e il mangime:

- Gli appezzamenti delle imprese zootecniche sono ampi e divisi in particelle a volte difficili da raggiungere (a confronto con l'Alto-Adige dove invece gli appezzamenti circondano il maso)
- La maggior parte delle specie usate nella zootecnia trentina hanno bisogno di concentrati da integrare al foraggio e al mangime, che se prodotti biologicamente sono molto più costosi.

Nonostante ciò, per quanto riguarda la zootecnia di alta montagna si può dire che sebbene non siano certificati formalmente, almeno l'80 % dei formaggi di malga può essere considerato biologico.

Sempre secondo il rapporto agricoltura della PaT del 2012, con l'adozione del Regolamento CE 710/2009 che stabilisce i criteri con i quali deve essere gestita una azienda ittica con metodo biologico in Trentino, in collaborazione con l'Unità di Acquacoltura e Servizi Ambientali della Fondazione Mach, si è dato vita ad un progetto rivolto alla sensibilizzazione dei troticoltori verso l'acquacoltura biologica nell'ambito del quale sono stati selezionati alcuni impianti ittici che potrebbero convertire con relativa facilità la propria produzione da convenzionale a biologica. Allo stato attuale un solo impianto è ufficialmente riconosciuto BIO.

Si caratterizza per un notevole interesse per la produzione biologica il comparto delle **piante officinali**. Gli operatori del settore privilegiano le produzioni certificate in quanto sono in sintonia con le aspettative di salubrità e benessere che generalmente i consumatori ripongono in tali particolari produzioni. La superficie coltivata ad agricoltura biologica è pari a 8,43 ha. Il settore può avvalersi del marchio Trentinerbe sviluppato dalla Provincia Autonoma di Trento per valorizzare le produzioni trentine, qualificare i produttori e garantire il consumatore.

Infine, la seguente riflessione contenuta nel rapporto agricoltura della PaT del 2012 suggerisce obiettivi ai quali la strategia TurNat può contribuire.

"Per favorire lo sviluppo del mercato delle produzioni biologiche la Provincia negli ultimi anni ha realizzato mostre, eventi, incontri, convegni e manifestazioni fieristiche grazie alla disponibilità di fondi nazionali derivanti dal Piano di Azione Nazionale per l'agricoltura biologica e i prodotti biologici. Il prodotto biologico nella nostra provincia è ancora oggi di difficile reperibilità ed il settore necessita di strumenti innovativi e di ulteriori sforzi per il suo consolidamento e per il superamento di alcuni problemi strutturali.

La criticità principale del settore è rappresentata dalla frammentazione dell'offerta e dalla mancanza di strutture dedicate al coordinamento e all'organizzazione dei produttori che consentano un adeguato collocamento del prodotto. Importanti iniziative sono in atto presso varie Amministrazioni regionali per incrementare l'utilizzo dei prodotti biologici nella ristorazione collettiva e per favorire una corretta alimentazione, e anche la Provincia Autonoma di Trento ha elaborato appositi strumenti normativi (Lp n. 13/2009). Per ogni settore vi sono ampi margini di crescita sia in termini di numero di operatori che di superficie interessata."

Il tema della filiera corta è invece un argomento essenziale sia in un'ottica di riduzione degli impatti dei trasporti che in termini di valorizzazione dei prodotti e risorse di un territorio. Quindi lo sviluppo di filiere corte di prodotti sia provenienti dall' agricoltura che dalla selvicoltura è auspicabile. É importante notare come il caseificio sociale possa essere considerato un esempio di filiera corta, non molto diverso della produzione autonoma, dato che vi è una raccolta della materia prima in loco.

La reintroduzione e valorizzazione di specie autoctone

Oltre ai metodi di produzione e coltivazione, esiste anche un'altra dimensione che lega le AAPP all'agricoltura verso un obiettivo comune di **salvaguardia della biodiversità**: il recupero e la valorizzazione delle specie autoctone. Basti pensare che dagli inizi del 1900, la diversità genetica nel settore

agricolo si è ridotta del 70% ed oggi la popolazione mondiale si nutre con i prodotti di sole 30 piante. La scomparsa di una specie animale o vegetale si accompagna sempre alla scomparsa di un sapore o di una cultura. (Di Santo, Silveri, 2004).

La politica internazionale ha riconosciuto con urgenza il grandissimo problema di una tale perdita di biodiversità e ha anche affrontato la questione della ripartizione giusta ed equa dei benefici derivanti dall'uso delle risorse genetiche (Marino, 2012). Così per integrare la Convenzione sulla Biodiversità del 1992, negli anni si è arrivato alla firma di altri importanti trattati internazionali come il Protocollo di Cartagena del 2000, il Trattato internazionale sulle risorse genetiche vegetali per l'alimentazione e l'agricoltura (2004) e il più recente Protocollo di Nagoya sull' accesso equo e giusto ai benefici derivanti dalla biodiversità. Questo climax di riconoscimenti deriva dalla crescente presa di coscienza che la perdita delle risorse genetiche sia naturali che agricole rappresenti anche la perdita di un patrimonio culturale e storico legato alle colture e alle specie tipiche che sono associate a saperi e a sapori specifici di un territorio (Marino, 2012). Anche lo stato italiano ha approvato nel 2008 il Piano Nazionale Biodiversità di interesse Agricolo (PNBA) dove viene dato un forte peso alle ricadute locali delle azioni di tutela che gli enti locali dovranno assicurare. Per assicurare una relazione sistematica tra i soggetti attuatori e quelli scientifici e gli enti statali è stato creato il Comitato Permanente per le Risorse Genetiche coordinato dal Ministero delle politiche agricole.

Il PNBA cerca di dare una definizione del concetto di razze e varietà locale partendo dall'inglese *landraces* e le definisce come specie, razze, varietà, cultivar, popolazioni, ecotipi e cloni originari di un territorio regionale, oppure di origine esterna, purché introdotte da almeno 50 anni in esso ed integrate tradizionalmente nell'agricoltura e nell'allevamento di quel territorio. Al concetto di varietà locale viene associato un altro concetto quello di *bioterritorio*, partendo dal presupposto una varietà locale è tale solo se legata al territorio di origine (bioterritorio) inteso, quest'ultimo, come luogo nel quale essa, grazie all'azione di chi l'ha coltivata, hanno manifestato nel tempo il proprio adattamento. Come fa però notare lo stesso Marino (2012) "la possibilità reale di recupero e di reintroduzione nel bioterritorio di una varietà locale tradizionalmente riconosciuta, è strettamente legata alla valorizzazione delle produzioni da parte degli stessi coltivatori/allevatori custodi. Un sostegno finanziario da parte degli Enti locali all'impegno attuale e futuro di questi agricoltori potrà favorire la coltivazione e la conservazione delle varietà locali a rischio di estinzione, che normalmente non sono valorizzate all'interno dei circuiti commerciali correnti."

La PaT al contrario di altre regione come le Marche e Toscana non ha ancora deliberato una legislazione specifica sulla tutela delle risorse genetiche autoctone vegetali ed animali di interesse agrario. In Trentino, però si è comunque portato avanti il progetto Trentinerbe che sebbene fosse più mirato alla promo-commercializzazione di varietà officinali locali e selvatiche che alla loro ricerca e tutela, grazie al supporto tecnico della FEM ha ottenuto un grande successo sia per crescente numero di operatori che per la risposta della domanda. Trentinerbe verrà spiegato meglio nel paragrafo successivo dedicato alle sinergie con il turismo. Inoltre, il Dipartimento Agricoltura della PaT propone anche un elenco di prodotti tradizionali in cui vengono individuate anche delle specie vegetali locali come la susina di Dro e l'asparago di Zambana.

Sinergie tra agricoltura e turismo

Le sinergie tra agricoltura e turismo sono multidimensionali e possono essere sintetizzati oltre che nel tema del paesaggio e della sua valenza turistica, anche nel tema dell'accoglienza e didattica agrituristica e della valorizzazione dei prodotti locali declinata nella ristorazione piuttosto che nella vendita diretta dei prodotti.

In molte regioni alpine ma anche italiane, inoltre, il turismo ha stabilito un legame forte di collaborazione con l'agricoltura. Infatti, i cambiamenti all'interno del settore agricolo verso una maggiore flessibilità e multifunzionalità hanno incontrato le nuove tendenze e richieste provenienti dalla domanda.

La vacanza rurale

Il turismo rurale può essere definito sia come turismo che avviene in zone a bassa intensità demografica (in opposizione alle aree urbane considerate ad alta intensità demografica) che come turismo scelto in base a una motivazione specifica ossia legata alla ricerca di esperienze legate al territorio e ai suoi prodotti e valori storico-culturali.

La vacanza rurale come già notato nel capitolo sulla domanda, denota molti trend di crescita. Questo tipo di turismo legato alla ruralità sembra essere in costante crescita (Barone et al., 2003; Betta, 2013)

riflettendo le macro-tendenze della domanda come evidenziate nel capitolo. La domanda: cambia il modo di fare turismo e cambiano i mercati dove è evidente che esiste una crescente domanda di qualità di vita traducibile in sicurezza alimentare, vivibilità, salubrità del territorio e socialità. Al tema dello star bene si affianca anche la domanda per personalizzazione e autenticità. Questi trend sono confermati dalla crescita effettiva delle presenze e degli arrivi negli agriturismi trentini come già evidenziato sopra. Questo tipo di vacanza mette al centro le esperienze del turista a 360 gradi stimolando i sensi ma anche la fisicità dell'esperienza oltre la dimensione più sociale della vacanza. Il turista è in cerca di genuinità dei prodotti e delle attività inserite in un particolare territorio in contrasto all'industrializzazione e alla standardizzazione della vita urbana. Gli elementi costitutivi della vacanza rurale sono per antonomasia la ricettività e la didattica agrituristica, i prodotti locali declinati soprattutto nella enogastronomia e quindi nella ristorazione.

L'Agriturismo

L'agriturismo è un'offerta turistica ideale per chi apprezza l'ambiente rurale e l'atmosfera storica e culturale, con un forte legame alla tradizione enogastronomica. Il modello "agrituristico" contribuisce in maniera essenziale a uno sviluppo sostenibile del turismo, poiché si basa su infrastrutture rurali preesistenti, integra i redditi contadini (tramite anche un nuovo canale di distribuzione dei prodotti) e favorisce una distribuzione più omogenea e diffusa della presenza turistica al di fuori dei centri turistici. In Italia le prime leggi regionali per regolamentare il settore agrituristico sono del 1973 e appartengono alle Province autonome di Trento e Bolzano, le quali per prime diedero una definizione giuridica a un fenomeno che nasce del tutto spontaneamente tra alcuni agricoltori (Barone et al., 2003). Spesso gli agricoltori vedono questo tipo di accoglienza anche come un mezzo per promuovere la vendita dei propri prodotti.

Come emerge nel rapporto per l'agricoltura, nell'ultimo decennio le aziende agrituristiche in Trentino sono più che raddoppiate e ammontano a 399 a fine 2012. Il tasso di crescita di arrivi e presenze registrato negli agriturismi è il più elevato tra tutte le tipologie ricettive, molto più accentuato di quanto registrato nell'insieme dell'extralberghiero e soprattutto rispetto alla tipologia ricettiva alberghiera.

Oltre all'agriturismo, la l.p. 2002/7 ha introdotto nell'esercizio rurale una forma di ricettività che opera in contesti rurali, ma che non si configura come agriturismo in quanto il proprietario non è un coltivatore diretto o, comunque non riesce a dimostrare un monte ore sufficiente a compensare un'attività di tipo turistico. L'introduzione di questa nuova tipologia ricettiva mira da un lato a recuperare l'utilizzo di numerosi immobili della tradizione agro-silvo-pastorale dismessi e dall'altro a intercettare una domanda turistica sempre più attenta alle espressioni territoriali. Riportando il testo contenuto del Rapporto dell'agricoltura della PaT (2012) "uno degli elementi innovativi della normativa sugli esercizi rurali è la previsione di deroghe rispetto agli standard edilizi ordinariamente previsti per la ricettività (anche per tenere conto delle specificità degli edifici rurali) a fronte di un impegno da parte del gestore dell'esercizio rurale, una sorta di patto contrattuale mediante convenzione sottoscritta con il Comune, alla manutenzione del territorio circostante". Nonostante ciò, tale strumento ha faticato a prendere effettivamente piede e alla fine del 2012 esistevano solo 4 strutture (2 in Val di Rabbi, uno a Telve e uno a Calavino).

La promo-commercializzazione di prodotti locali e biologici, tra filiere corte e marchi di qualità

Per quanto riguarda il legame tra agricoltura, territorio e marketing, diverse sono le produzioni agricole di origine animale e vegetale ad avere una certificazione europea di origine. Le produzioni certificate sono elencate di seguito per tipo di prodotto. Le più rilevanti in quanto certificano la provenienza geografica delle produzioni sono le denominazioni di origine protette (D.O.P.) e le indicazioni geografiche protette (I.G.P.).

Formaggi

- D.O.P. - Asiago
- D.O.P. - Grana padano –Trentingrana
- D.O.P. - Spressa delle Giudicarie
- D.O.P. - Puzzone di Moena/Spretz Tzaorì
- D.O.P. - Provolone Valpadana

Olio

- D.O.P. - Garda - Trentino
- Prodotti a base di carne
- I.G.P. - Mortadella Bologna

Ortofrutticoli

- D.O.P. - Mela Val di Non

- D.O.P. Susina di Dro

Pesci

- I.G.P. - Trote del Trentino
- I.G.P. – Salmerino del Trentino

Nel settore vitivinicolo più dell'85% della produzione rientra in disciplinari DOC. In particolare i seguenti **vini** sono riconosciuti come DOC e IGT:

- D.O.C. Casteller
- D.O.C. Lago di Caldaro
- D.O.C. Teroldego Rotaliano
- D.O.C. Trentino - Trentino Superiore
- D.O.C. Trento
- D.O.C. Valdadige
- D.O.C. Valdadige Terradeiforti
- I.G.T. delle Venezie
- I.G.T. Vallagarina
- I.G.T. Vigneti delle Dolomiti

Inoltre è stata fatta un'importante azione di identificazione fra i prodotti e il territorio con operazioni di marketing territoriale chiamata prima "Senti la differenza!" e poi evoluta nel progetto Qualità Trentino, il quale si rivolge però ai prodotti delle grandi cooperative agricole e non ai piccoli produttori ed è coordinato dalla Federazione Trentina della Cooperazione.

Tra le produzioni più di nicchia rientrano i presidi Slow Food: il Vin Santo Trentino, il formaggio Vezzena, la razza bovina Grigio Alpina, il Puzzone di Moena, il Casolét della Val di Sole, Rabbi e Pejo, le Ciuighe del Banale, il Formaggio del Lagorai , il Broccolo di Torbe e il Botìro del Primiero di malga. Fanno parte del progetto Arca del Gusto tra gli altri, la razza di capra pezzata mochena, l'asparago di Zambana e la radice dell'ors[14].

Un altro strumento per identificare prodotti rappresentativi della tradizione trentina è l'Atlante dei Prodotti Agroalimentari del Trentino dove sono segnalati 106 prodotti tradizionali ormai in via di estinzione. Tale rilevazione dei prodotti tradizionali è prevista dal D.M. 350/99 e dall´articolo 8, comma 1, del D. Lgs. 173/98. L´attivazione di una consultazione su vasta scala ha portato ad una prima individuazione di oltre 66 prodotti "tradizionali" a livello provinciale, successivamente inseriti nell´elenco nazionale dei prodotti tradizionali approvato nel luglio del 2000. Sono poi stati segnalati altri prodotti tradizionali fino ad arrivare agli attuali 106 prodotti approvati con il D.M. 22 luglio 2004[15].

Le erbe officinali rappresentano un ottimo esempio in Trentino di agricoltura di montagna che ha trovato il proprio successo nel progetto di promo-commercializzazione di "TrentinErbe" progetto nato all'inizio degli anni 2000 attraverso la costituzione di una associazione di coltivatori di piante officinali ed aromatiche (Florere) e di un gruppo di agricoltori ("Montagna e Benessere") nato da un'iniziativa di un piano leader locale. Il progetto è stato incentivato anche grazie all'approvazione del decreto del Presidente della PaT del 24/9/2008 n. 41-148 che contiene un regolamento per disciplinare la produzione, compresa la raccolta spontanea, la trasformazione e la commercializzazione delle piante, loro parti e relativi derivati, coltivate o raccolte nel territorio provinciale per uso erboristico e per la produzione dei seguenti prodotti:

a. piante officinali non trasformate o sottoposte a operazioni di prima trasformazione, comprese l'essicazione, il lavaggio, la defogliazione, la cernita, il taglio e la distillazione;
b. prodotti alimentari erboristici.

Per diventare un produttore oltre che avere la residenza in Trentino è necessario frequentare un corso di 88 ore preparato dalla Fondazione Edmund Mach. Come è emerso nel seminario del TLT, fino al 2005 le erbe officinali davano reddito perché prodotte, trasformate e vendute indipendentemente, mentre dal 2006 si è iniziato a lavorare con terzi per la produzione di cosmetici e altri prodotti, per esempio unendo erbe con marmellate. Le piante spontanee possono essere coltivate o raccolte nei prati, ma vi è una quantità massima e deve essere superato il corso presso *Trentinerbe* ed avere il patentino. La produzione di erbe officinali migliora la biodiversità e poiché possono crescere anche in ambienti non necessariamente di bassa quota e fertili servono per emancipare zone più emarginate anche in un'ottica turistica. Un'opportunità non ancora sfruttata al massimo in Trentino (rispetto ad altri territori) è quella delle sinergie tra terme ed erbe officinali in un'ottica turistica (cosmesi), legame che potrebbe rafforzare e legare insieme concetti di salute, sostenibilità e autenticità. Parallelamente alle potenzialità emergono anche dei rischi in questo settore,

14 Per avere la lista completa dei prodotti segnalati nell'Arca del Gusto del Trentino Alto Adige: http://www.fondazioneslowfood.it/arca

15 Per avere maggiori informazioni sull'Atalante dei prodotti tradizionali del Trentino: http://www.trentinoagricoltura.it/Trentino-Agricoltura/Prodotti/Prodotti-Tradizionali

infatti crescono le aziende che sull'onda del successo del progetto Trentinerbe copiano i prodotti senza rispondere a un disciplinare e a volte non mettendo neppure un'etichetta. Ciò influenza negativamente produttori e consumatori perché confonde i consumatori e penalizza gli altri produttori.

Le RR rappresentano un luogo naturale dove si potrebbe incentivare e strutturare la produzione di piante officinali perché si propongono come zone legate alla salute e alla sostenibilità. Non tutte le aziende già esistenti che coltivano queste superfici hanno un marchio e si potrebbe lavorare in questo senso, aiutando questi produttori con maggiori controlli e certificazioni.

Comunque per il futuro è importante tenere a mente che più che nell'aspetto tecnico della coltivazione è fondamentale per il successo dell'azienda di piante officinali l'elemento turistico e quindi di marketing. Le aziende devono scegliere i propri consumatori e per capire ciò che vogliono devono offrire altri servizi complementari, come visite guidate per mostrare come si coltivano le piante oppure laboratori per insegnare come si lavorano. Questi imprenditori (la maggior parte sono donne) non sono di solito specialisti dell'agricoltura, ma provengono da settori diversi. E' un sistema aperto, ci vuole iniziativa; ma proprio per questo all'inizio è fondamentale l'assistenza. Sicuramente è importante quella tecnica agricola, ma in questo settore ancora più importante sarebbe incentivare il supporto da parte di una figura fondamentale come quella di un facilitatore che aiuti le aziende, soprattutto le nuove, a costruire delle connessioni a mettersi in rete con altri attori per dare luogo a sinergie comuni.

Accanto alle **erbe officinali e al formaggio**, il **prodotto ortofrutticolo** sembra detenere importanti potenzialità di integrazione nella filiera turistica. Infatti, in un'ottica di valorizzazione turistica va considerato un alimento con caratteristiche nutrizionali e soprattutto emblema di una tradizione culturale.

In quest'ottica di valorizzazione delle **culture locali** è essenziale creare dei circuiti di promo-commercializzazione in loco attivando reti e filiere corte che si basino su alleanze tra produttori, albergatori e ristoratori. Questa può rappresentare una strategia di marketing per differenziarsi usando le peculiarità locali e quindi puntando sull'identità di un territorio. Come suggerisce il Segretariato Permanente della Convenzione delle Alpi (2013) gli obiettivi di una tale strategia di marketing devono essere identità, flessibilità e innovazione. Primo, l'identità è un elemento cruciale nel marketing perché permette a una destinazione di essere riconosciuta come luogo distinto e unico. Così la cultura, l'agricoltura locale, la gastronomia, le AAPP e l'artigianato sono fattori di forza su cui fare perno per contraddistinguersi come luogo e comunità. In secondo luogo è necessaria una certa flessibilità nella strategia che tenga conto della maggiore variabilità delle condizioni climatiche e delle tendenze della domanda. Infine, l'innovazione, fondamentale per realizzare sinergie intersettoriali efficaci, che deve essere non solo di prodotti ma di processo e soprattutto che deve identificare soluzioni orientate alla sostenibilità di lungo periodo.

Una tale strategia di marketing non necessita di investimenti pesanti soprattutto in termini infrastrutturali ma di investimenti nel capitale umano e culturale. Affermarsi come destinazione autentica, contraddistinta dalle sue produzioni locali che rappresentano un'identità culturale e dal tentativo di sviluppare filiere regionali può essere un fattore competitivo cruciale per mantenere la propria posizione di destinazione turistica. Questo scenario può costituire un'opportunità sia per le località sciistiche poste a quote basse che possono scegliere di ridurre l'offerta invernale investendo nelle altre stagioni sia per quelle località più marginali che non hanno ancora un'offerta turistica distintiva. Come suggeriscono Ketterer e Siegrist (2011) una tale strategia deve essere costruita in sinergia non solo tra i settori, ma anche tra località limitrofe. Così il sistema trentino delle AAPP può proporsi come spazio di collaborazione sia tra luoghi (dando vita un'offerta turistica trasversale a tutta la provincia) che tra settori (attivando sinergie coerenti e distintive). La frammentazione e la concorrenza tra destinazioni può costituire infatti una grande debolezza in un contesto di concorrenza sleale (Segretariato Permanente della Convenzione delle Alpi, 2013).

È importante anche promuovere visite dirette agli agricoltori in modo da creare nuovi canali di vendita per gli stessi e creare un valore aggiunto per l'intera destinazione, che è garantito dalla presenza di un'area protetta che è garante della qualità dei prodotti e alla stesso tempo facilitatore delle nuove reti. Per valorizzare maggiormente i prodotti trentini bisogna trovare nuovi canali, e uno di questi è il contatto diretto con il turista, ponte tra albergatore e agricoltore, in questo modo si creano nuove alleanze commerciali.

La cooperazione tra albergatori e produttori permette la nascita di nuovi prodotti turistici e il rag-

giungimento di nuovi target dal momento che i turisti negli ultimi anni si sono mostrati più curiosi ed interessati a conoscere i prodotti e la cultura locale. Per gli attori territoriali si può arrivare a una situazione *win-win* dove tutti hanno dei risultati positivi. Sebbene la domanda legata ai prodotti locali e tipici sia in crescita, c'è la necessità di rafforzare le strategie di promo-commercializzazione su questo terreno, di operare scelte forti identificando nuove nicchie (per esempio legate alle realtà dei GAS), promuovendo un ruolo più attivo di Trentino Sviluppo e ApT/Consorzi e favorendo sempre di più il ruolo dell'albergatore come **ambasciatore del territorio** e affrontando anche problemi legati all'intermediazione e ai relativi costi fissi.

La FEM svolge un ruolo importantissimo nell'assistenza tecnica e scientifica agli agricoltori trentini in tutti i settori dell'agricoltura, dai piccoli frutti, ai vigneti, alle piante officinali, all'acquacultura. Oltre che possedere un centro vivaistico, la Fondazione Edmund Mach con la creazione del Centro per il Trasferimento Tecnologico svolge un ruolo importantissimo per lo sviluppo agricolo del Trentino fornendo assistenza tecnica formativi agli esistenti e potenziali agricoltori.

Raccomandazioni

È fondamentale nei prossimi anni impostare un'agricoltura nelle AAPP che risponda alle esigenze del proprio territorio, che occupi giovani e donne e che basi la sua competitività non tanto sulla massimizzazione della produttività e quindi del profitto ma che si basi sulla sua unicità e qualità e quindi legame con il suo luogo di produzione. Inoltre è essenziale coinvolgere i giovani per assicurare continuità e innovazione nell'agricoltura locale.

È fondamentale ancora una volta ricordare che il turismo per sua natura e necessità crea facilmente sinergie con altri settori produttivi, in primis l'agricoltura come pratica fortemente legata al territorio, contribuendo così all'aumento del valore aggiunto prodotto da una destinazione.

Nelle AAPP, in particolare è fondamentale costruire sinergie coerenti con gli obiettivi di tutela ambientale delle stesse per incentivare pratiche che migliorino la biodiversità sia di habitat che di specie e allo stesso tempo mantengano un paesaggio diversificato. Il paesaggio è infatti non solo una sintesi rappresentativa della storia culturale locale ma è anche un fattore di riconoscibilità e attrattiva turistica. Costruire sinergie positive tra agricoltura e turismo vuol anche dire incentivare la diversificazione delle attività agricole fornendo nuove opportunità imprenditoriali. Incentivi che mantengono e migliorano l'occupazione nel settore agricolo stimolando il ricambio generazionale, l'occupazione femminile, evitando così l'abbandono agricolo e aumentando la qualità della vita nelle aree montane.

Nel contesto della valorizzazione delle produzioni agricole nelle AAPP, è fondamentale promuovere un'agricoltura basata su sostenibilità e naturalità e quindi l'adozione di metodi tradizionali e biologici, un'agricoltura diversificata in termini di colture usate, un'agricoltura multi-funzionale che si integri sia nei progetti di conservazione attiva che nelle iniziative di valorizzazione turistica e che sia culturalmente legata al territorio quindi promuovendo la reintroduzione di specie autoctone e culture locali e l'attivazione di filiere corte.

Per pianificare e attuare politiche di integrazione efficace tra agricoltura e AAPP in un'ottica di valorizzazione turistica e di coerenza in un quadro di sostenibilità, è fondamentale attivare una governance partecipativa e collaborativa che coinvolga in primis gli *stakeholder* provinciali rilevanti di tutti e tre i settori e in particolare la Fondazione Edmund Mach. In secondo luogo è necessario coinvolgere gli operatori del territorio attivando specifici percorsi di formazione e di creazione di reti sia tra agricoltori stessi sia verso altri settori; acquisire competenze per comunicare e valorizzare la propria attività agricola dovrebbe essere parte di questo processo. L'area protetta assume quindi un ruolo di promotore e spazio d'eccellenza e di integrazione orizzontale. Mentre a livello provinciale è necessario armonizzare tutte le iniziative locali in modo da facilitarne una promozione sistemica perseguendo quindi un coordinamento verticale ma anche incentivando uno spazio di collaborazione tra gli stessi *stakeholder* provinciali. Questo è fondamentale per assicurare il ruolo attivo di Trentino Sviluppo e delle ApT in modo da massimizzare l'efficacia del marketing.

Per riassumere, il mantenimento dell'agricoltura tradizionale in zone montane è fondamentale per garantire e migliorare la biodiversità intrinseca a molti ecosistemi con i relativi servizi ecosistemici, e per mantenere alto il livello di occupazione nel settore agricolo. Inoltre, le pratiche tradizionali proprio perché culturalmente più autentiche e perché chimicamente più salutari, offrono anche un grande potenziale di valorizzazione turistica di un territorio e del suo patrimonio. Rimane quindi fondamentale che anche le imprese agricole più grandi vengano

coinvolte e sensibilizzate sulla stretta relazione tra tecniche agricole, biodiversità e paesaggio.

La governance per lo sviluppo turistico sostenibile nelle aree protette

Per assicurare il perseguimento degli obiettivi della strategia TurNat è necessario mettere in pratica le diverse politiche per uno sviluppo turistico sostenibile (come descritto nel capitolo dedicato), le quali possono utilizzare diversi strumenti e possono riguardare sia la dimensione più generale di destinazione e quindi il coinvolgimento del maggior numero di attori possibile che la dimensione più operativa del coinvolgimento degli operatori economici.

Ma come è possibile pianificare e attuare politiche efficaci ed integrate per favorire lo sviluppo turistico sostenibile?

Come si è visto, una tale complessità di settori e obiettivi impone una governance collaborativa e partecipativa fin dalle fasi di pianificazione. Il concetto stesso di governance nasce dalla ridefinizione del ruolo pubblico/statale, come risultato di una società basata su network a diversi livelli, dove il pubblico, da un modello interventista-regolatore sta ridefinendo il proprio ruolo in una logica di rete (da *governing* a *governance*) (Stoker, 1998; 2006). Molti studi hanno testimoniato l'esigenza sia di decentralizzare le politiche in un'ottica di sussidiarietà sia di coinvolgere nella pianificazione e attuazione delle stesse il più alto numero di *stakeholder*, siano essi intesi come enti locali, imprese, società civile, comunità locale.

Nella pratica, una **governance collaborativa o partecipativa** può assumere nel settore turistico diverse forme concretizzandosi in processi partecipativi, incontri informali, dibattiti, tavoli di lavoro, diffusione di informazioni attraverso i media, comitati di consulenza e organi di coordinamento, ma anche attraverso accordi E partenariati pubblico-privati (Zapata e Hall, 2012; Ansell e Gash, 2008; Rhodes, 1997). La necessità di una governance partecipata è sancita, come abbiamo già ricordato in precedenza, in importanti documenti internazionali come l'Agenda 21 e in tutti i documenti che affrontano esplicitamente i temi della sostenibilità. Questi approcci pluralistici sono sostenuti da due presupposti, il primo normativo e legato al coinvolgimento delle comunità e degli *stakeholder* locali alla luce di principi di democratizzazione, legittimazione ed *empowerment* (Rudaz, 2011), mentre il secondo ha che fare con il tema dell'interdipendenza e ha radici negli studi di business e organizzazione.

Nel contesto del turismo sostenibile nelle AAPP è rilevante citare un passo dell'articolo di Jamal e Stronza (2009) dove viene evidenziato il cosiddetto gap tra fruizione e conservazione derivante da diverse impostazioni conoscitive e organizzative dei rispettivi settori.

"Molte organizzazioni di management delle destinazioni tendono a focalizzarsi sul marketing e la promozione e non sono strettamente coinvolti negli aspetti di conservazione delle risorse e nella pianificazione del loro uso sostenibile –compito degli amministratori e degli enti preposti alla gestione delle AAPP. Il risultante gap tra marketing e pianificazione ha serie conseguenze per la sostenibilità della destinazione. Nelle aree protette, tale questione è esemplificata dall'interdipendenza tra la gestione della fruizione (turistica e abitativa) e la gestione della conservazione (della biodiversità e della cultura locale) e rende evidente il legame tra fruizione e conservazione." (Jamal and Stronza, 2009, p.171)

In generale, si può concludere che più un sistema è complesso, più ha bisogno di una struttura che rispecchi ogni aspetto di tale problematicità e che quindi includa nel suo *policy-making* diversi *stakeholder*. Sebbene sia la teoria che la pratica accettino la necessità di **attivare processi collaborativi** specialmente per risolvere problemi complessi, organizzare in maniera efficace tale collaborazione risulta difficile in molti campi. Come evidenzia Imperial (1999) infatti, possono sorgere alcuni inconvenienti quali la frammentazione e la duplicazione di responsabilità e dell'autorità, un'insufficiente uso delle informazioni e risorse disponibili e infine l'inconsistenza delle politiche tra i diversi livelli di governo. Per evitare tali rischi, sia il mondo scientifico che quello politico, cercano di trovare soluzioni innovative ed efficaci. CETS nelle AAPP e il network NECSTouR sono un esempio di ciò.

Infatti **la CETS incentiva e riassume con i suoi requisiti l'attuazione efficace di una governance collaborativa**. La CETS propone alle AAPP di mettere in moto una governance basata su un approccio sia strategico che metodologico. Il primo prescrive che il *policy-making* sia basato su due momenti distinti, uno di pianificazione fondata su un'analisi territoriale socio-economica e uno di attuazione che prevede meccanismi di monitoraggio e autovalutazione. Il secondo, quello metodologico, indica invece la necessità di coinvolgere in entrambe le fasi tutti gli *stakeholder* interessati. A

questa dimensione gestionale, la CETS integra anche aspetti più legati ai contenuti riassumibili nei 10 principi della CETS quali:

1. Lavorare in Partnership
2. Elaborare una Strategia
3. Tutelare e migliorare il patrimonio naturale e culturale
4. Qualità della visita per i turisti
5. Comunicare efficacemente
6. Prodotti turistici specifici locali
7. Migliorare la conoscenza mediante la formazione
8. Qualità della vita delle comunità locali residenti
9. Benefici per l'economia locale
10. Monitorare i flussi di visitatori, ridurre gli impatti

Strumenti volontari per le imprese turistiche

Le imprese turistiche sono *stakeholder* fondamentali di un progetto di turismo sostenibile. In un contesto di AAPP essi lo sono ancora di più perché è importante che l'offerta turistica sostenibile sia anche integrata nell'offerta ricettiva. Come riconosce la Commissione Europea (2007), accanto alla pianificazione sostenibile della destinazione è fondamentale anche integrare i principi della sostenibilità nelle attività delle imprese e aumentare la sensibilità legata alla sostenibilità dei turisti. Coinvolgere il settore privato rimane un aspetto fondamentale, specialmente per quanto riguarda le Piccole Medie Imprese (PMI) perché sono quelle più estranee, rispetto alle grandi catene, ai trend turistici dato che non hanno una grande rete di conoscenze e fanno più fatica a investire capitali per l'innovazione. Anche se più difficilmente coinvolgibili, le PMI racchiudono un enorme potenziale per generare innovazione e sviluppo diffuso.

Il contributo delle PMI turistiche può declinarsi nell' adozione di strumenti volontari quali codici di condotta, di *best environmental practice*, *ecolabel*, sistemi di gestione ambientale (*environmental management system* - EMSs) ed indicatori di performance ambientale. Ayuso in uno studio del 2007 sulla sostenibilità nell'industria ricettiva spagnola, sostiene che per l'ampiezza dei benefici tangibili e intangibili gli strumenti più efficaci ed efficienti sono gli *ecolabels* e i sistemi di gestione ambientale.

Anche in Trentino si è cercato di coinvolgere il settore ricettivo per migliorare le performance ambientali. Con l'esperienza nata all'inizio degli anni 2000 all'interno del Parco Naturale Adamello Brenta, il quale ebbe successo nel coinvolgere molti imprenditori del suo territorio in un progetto che cerca di integrare tre elementi: il primo si riferisce alla rete (tra operatori e parco, ma anche tra operatori stessi) dove si costruisce una visione comune e si condividono esperienze, il secondo riguarda la certificazione di qualità della compatibilità ambientale al fine di diminuire la pressione delle attività turistiche sull'ambiente (a tal riguardo il PNAB ha elaborato dei protocolli molto simili a quelli dell'Ecolabel europeo, il cui rispetto dei requisiti è affidato a un ente esterno), infine l'elemento di marketing territoriale dove la struttura viene invitata a coinvolgere l'ospite per fargli scoprire l'unicità del patrimonio del Parco attraverso una serie di attività gratuite contenute nella cosiddetta ParcoCard.

Vista l'intensità degli impatti turistici, il quadro del turismo è completato con alcuni dati sulla sostenibilità delle strutture ricettive andando a vedere quante di esse hanno adottato pratiche certificate di miglioramento di gestione ambientale riducendo l'uso delle risorse e del fabbisogno energetico e aumentando la raccolta differenziata. I dati aggiornati sono riferiti alle certificazioni Ecolabel, ISO 14000, Emas e Qualità Parco (certificazione territoriale circoscritta al territorio del Parco Naturale Adamello Brenta) e sono stati raccolti da diverse fonti: dal sito dell'ISPRA[16] per quanto riguarda l'Ecolabel, dal sito dell'APPA[17] per quanto riguarda le certificazioni EMAS, dal sito del PNAB[18] per i dati relativi al Qualità Parco e infine da Accredia[19], per quelli riguardanti le strutture con la certificazione ISO 14000. La Figura 28 mostra la distribuzione delle certificazioni ambientali nel territorio trentino: Ecolabel è la più diffusa contando ben 57 strutture ricettive seguita dalla certificazione Qualità Parco circoscritta però solo al territorio dei 38 Comuni trentini del Parco Naturale Adamello Brenta. La certificazione EMAS non è invece adottata da nessuna struttura ricettiva, mentre la ISO 14000 è stata scelta e attuata da una sola struttura.

16 http://www.isprambiente.gov.it/it/certificazioni/ecolabel-ue/servizi-certificati
17 http://www.appa.provincia.tn.it/certificazione_emas
18 http://www.pnab.it/vivere-il-parco/dove-dormire/alberghi-e-garni-qp.html
19 http://www.accredia.it/ppsearch/accredia_companymask_remote.jsp?ID_LINK=266&area=7

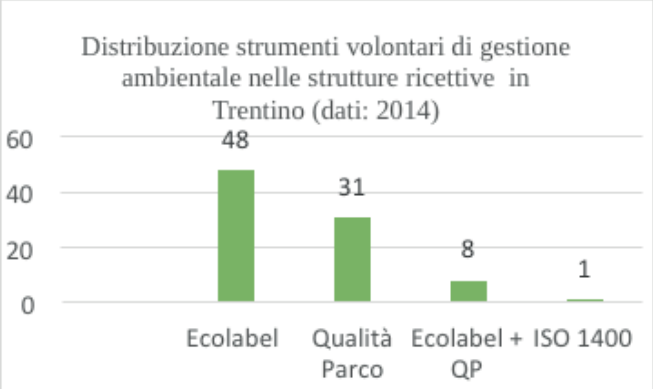


Figura 28. Distribuzione strumenti volontari di gestione ambientale nelle strutture ricettive in Trentino

Come hanno dimostrato le nostre ricerche condotte dopo 10 anni dall'inizio di questo progetto che è considerato una best practice a livello europeo e che ha vinto nel 2009 un premio della Commissione Europea riguardante le pratiche di Responsabilità Sociale di Impresa), ci sono però vari punti di debolezza che mettono a rischio la continuità stessa del progetto.

Il caso Qualità Parco (QP) ha dato vita all'omonimo Club di Prodotto basato sulla certificazione ambientale integrata da azioni di marketing territoriale. Un ulteriore approfondimento sull'efficacia di strumenti volontari di gestione ambientale può essere trovata nell'Approfondimento: Garantire qualità dell'offerta tra certificazioni e marchi.

Fotografia 06. I laghi Corvo nel Parco Nazionale dello Stelvio, foto di A. C.

La strategia TurNat

Obiettivi e assi strategici

In seguito al lavoro di ricerca e di co-progettazione con gli *stakeholder* è stato possibile definire e condividere obiettivi e linee guida della strategia di valorizzazione delle AAPP trentine che garantisca un uso consapevole delle risorse territoriali attraverso l'ideazione di progetti e interventi sostenibili da un punto di vista economico, ambientale e sociale.

La strategia TurNat si pone i seguenti obiettivi:

- aumentare la competitività e la sostenibilità dell'offerta turistica trentina;
- rispondere a una domanda turistica di naturalità e autenticità in continua crescita;
- diffondere un approccio sostenibile allo sviluppo turistico dei territori trentini e alla gestione dei flussi turistici (in senso spaziale e temporale);
- favorire l'integrazione del sistema delle AAPP del Trentino con le attività economiche del territorio;
- valorizzare il patrimonio naturale e culturale in maniera innovativa favorendo sinergie tra turismo,

agricoltura e tutela della biodiversità e favorire l'uso e la fruizione consapevoli, equilibrati e sostenibili di tali patrimoni;

La strategia (vedi Figura 29) è suddivisa nei seguenti tre assi strategici riferiti a macro-ambito tra loro interdipendenti, quali:

a. offerta turistica sostenibile

b. informazione e comunicazione

c. governance

Nelle pagine seguenti verranno delineate le linee guida strategiche da declinare in ogni territorio delle AAPP rispetto ai tre assi.

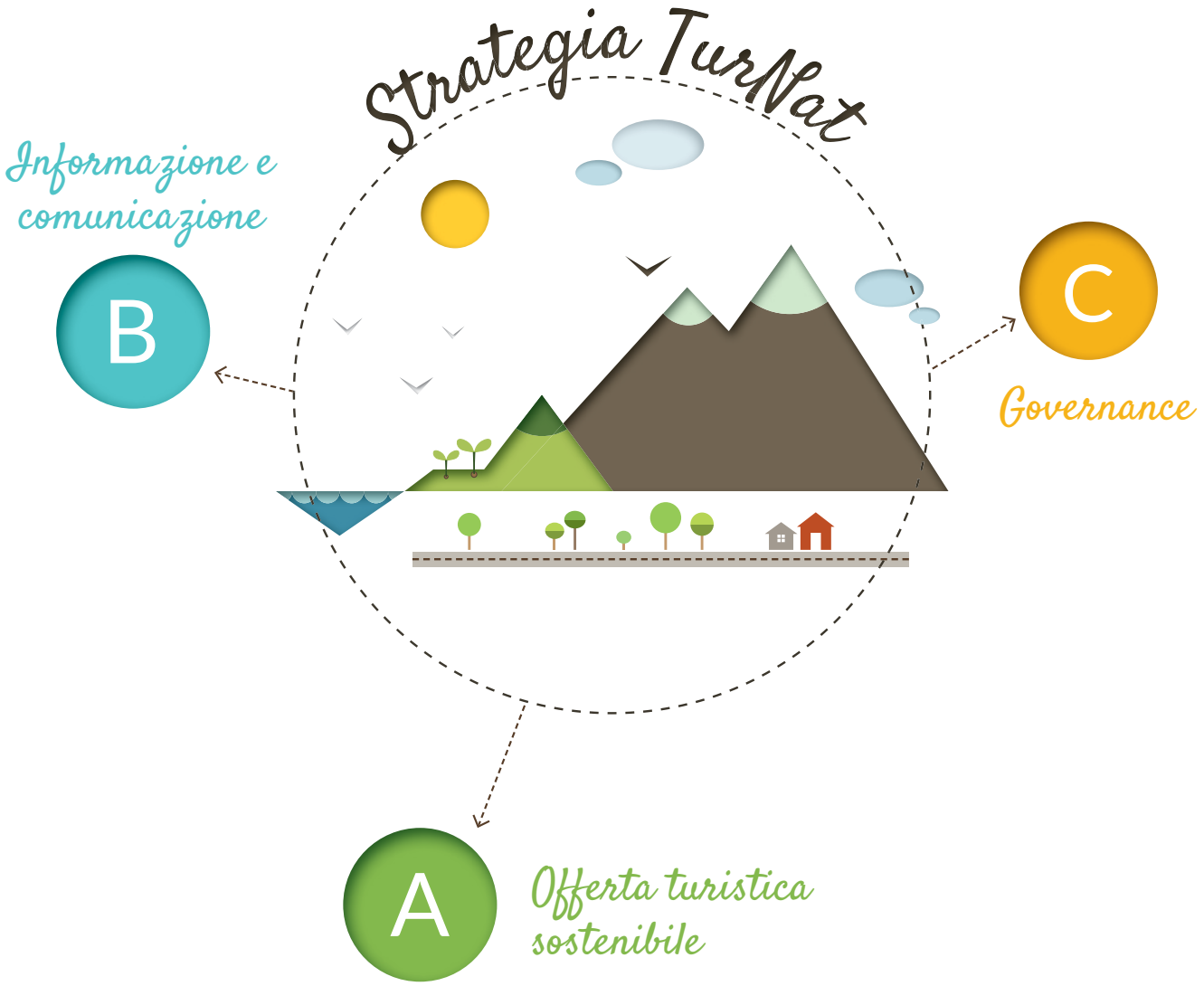


Figura 29. Assi strategici di TurNat

Sei premesse

1.

ll turismo natura è un segmento in crescita.

Il turismo è una degli ambiti economici più importanti del Trentino e dopo anni di crescita ininterrotta si trova oggi a fare i conti con uno scenario complesso a livello sia nazionale che internazionale. Le zone ad alto valore naturalistico come le AAPP sono attualmente interessate da una grande popolarità per diversi tipi di target.

I cittadini europei passano la maggior parte della loro vita in contesti urbani densamente popolati e la crescente ricerca di **uno stile di vita più sano** diventerà una delle chiavi strategiche di accesso al mercato che verrà. La natura nelle sue molteplici dimensioni avrà così un ruolo sempre più importante nel turismo. Ecco quindi perché è fondamentale incentivare sinergie territoriali tra agriturismi, biodistretti, mobilità dolce, AAPP ed enogastronomia locale e pulita.

Un'offerta organica di **turismo sostenibile basato sulla naturalità** può essere un significativo fattore di differenziazione tra le destinazioni e il turismo nella natura può diventare un driver di sviluppo locale e di occupazione sostenibile in Trentino.

2.

Tutte le montagne trentine possono contribuire allo sviluppo turistico sostenibile del segmento natura, ma AAPP ben gestite e radicate in un territorio sono meglio predisposte a fornire esperienze nella natura che possano essere sostenibili e competitive a livello internazionale.

Ci sono molte *best practice* a livello internazionale che suggeriscono come molte attività ricreative (ad esempio *mountain bike*, un cicloturismo lento, il camminare o l'andare a cavallo) e relativi servizi, siano meglio erogati qualora esista un ente di gestione del sito. Inoltre, la presenza di un'area protetta è solitamente riconosciuta come garanzia di un alto valore in termini ecologici e naturalistici. Questo è ancora più significativo quando l'area protetta insiste su un sito patrimonio dell'umanità come le **Dolomiti**. È quindi importante distinguere la scelta di quei territori che hanno riconosciuta l'importanza dei valori naturali e culturali e hanno intrapreso un percorso coerente di sviluppo.

3.

Il successo economico del turismo natura nelle AAPP del Trentino è imprescindibile dalla qualità della conservazione naturalistica e paesaggistica dell'area.

Lo scopo principale delle AAPP è una costante protezione e il **miglioramento dei valori naturalistici**. Ciò significa che la fruizione turistica deve essere compatibile con questo obiettivo. Le AAPP possono essere un "brand" con un significativo valore di marketing per l'industria turistica trentina la cui essenza si basa sulla **bellezza e la naturalezza dei luoghi** e quindi potrà essere competitivo solo se viene garantita la conservazione delle AAPP. È fondamentale quindi pianificare adeguati sistemi di monitoraggio che permettano la gestione dei flussi turistici, la valutazione dello stato degli habitat e un'azione di conservazione garantite dall'Ente Gestore in coerenza con il piano di gestione.

4.

Lo sviluppo sostenibile del turismo nelle AAPP è imprescindibile da una governance integrata tra settori, livelli e parti sociali.

Sul territorio esistono già le competenze per pianificare e attuare la strategia TurNat con efficacia ed efficienza, in particolar modo grazie al *know how* del settore pubblico e privato. Si rende quindi necessaria una stretta **collaborazione** sia a livello provinciale che locale **per integrare le diverse prospettive** e competenze, creando **sinergie ed esperienze di turismo natura.** Questo approccio integrato anche a livello

verticale è cruciale per un'efficiente allocazione delle sempre più limitate risorse e per la competitività del turismo trentino.

5.

Coinvolgere il settore privato è un passaggio fondamentale per ridurre l'impatto ambientale delle diverse aziende, aumentarne la compatibilità ambientale e quindi per assicurare un'esperienza unica all'ospite.

Coinvolgere gli **operatori economici** è essenziale sia perché sono in contatto diretto con il turista, sia perché svolgono attività economiche con impatti significativi sull'ambiente. Nel contesto attuale di crisi economica, le aziende vanno incoraggiate a investire in nuovi progetti che assicurino efficienza nel processo ed efficacia nei risultati. L'adesione a programmi ambientali è un passo importante che va valorizzato in termini di marketing evitando la proliferazione di marchi che confondano il turista.

6.

La competitività e il successo del Trentino come destinazione di turismo sostenibile e di turismo natura è direttamente proporzionale al livello di integrazione e di efficacia del marketing e della promo-commercializzazione.

È fondamentale **integrare le attività promozionali** del sistema trentino e degli enti gestori delle AAPP in modo da rafforzare la coerenza del messaggio e quindi dell'immaginario che si vuole trasmettere, così da posizionare il Trentino come una destinazione premium del turismo sostenibile e del turismo natura.

Inoltre, le attività di marketing e promozione hanno il beneficio di incrementare il supporto della cittadinanza verso le AAPP, sensibilizzando così i cittadini e i media sull'importanza di un ambiente conservato e sulla necessità di adottare comportamenti adeguati.

Fotografia 07. Il lago di Valda nella Rete di Riserve Alta Cembra-Avisio, Foto di L.Marinelli

A. Offerta turistica sostenibile

L'offerta turistica nelle AAPP va progettata e sviluppata all'insegna della sostenibilità e della qualità. La sostenibilità si sostanzia in misure che consentano di affrontare gli impatti negativi del turismo sia a livello ambientale che sociale e in particolare, visto che si tratta di una strategia per luoghi ad altro pregio naturalistico, di contenere le esternalità negative per l'ambiente. Tali misure quindi possono riguardare tanto gli interventi strutturali di un edificio e la gestione di un'attività imprenditoriale (riduzione dei consumi e delle emissioni, maggiore efficienza energetica, riciclo dei rifiuti), quanto gli interventi diretti volti ad alleviare la pressione turistica sui luoghi, attraverso ad esempio il ricorso a forme di mobilità alternativa al mezzo privato o ripensando l'offerta turistica territoriale per attrarre ospiti al di fuori dei picchi stagionali o, ancora, valorizzando pienamente ciò che un territorio è in grado di offrire senza ricorrere a nuovi interventi infrastrutturali.

La **sostenibilità non va però intesa genericamente come una forma di limite** o di ridimensionamento del fenomeno turistico, ma – e lo dimostrano innumerevoli esperienze internazionali – come un'opportunità significativa per generare valore e stimolare le economie locali. L'accezione che si vuole dare nella presente strategia al termine "sostenibilità" guarda quindi alle più riuscite esperienze internazionali di alleanza tra ambiente e sviluppo e a quei territori che hanno fatto dell'ambiente un motore dello sviluppo lo-

cale. Infatti, si parte da almeno due presupposti, dal **vantaggio economico dovuto al risparmio** di acqua ed energia e al **vantaggio competitivo** che l'impresa e la destinazione possono acquisire distinguendosi come sostenibile per il valore aggiunto che gli viene attribuito da consumatori sempre più sensibili alle questioni ambientali.

Questo asse strategico individua alcune linee guida per progettare e sviluppare un'offerta turistica coerente e organica all'insegna della sostenibilità e della qualità. Il mercato turistico mostra segnali di interesse per l'offerta legata alla sostenibilità e alla natura. La natura non è più semplicemente uno sfondo per ambientare vacanze da sogno, ma è sempre più protagonista della vacanza, diventando parte integrante del prodotto turistico territoriale.

Il miglioramento della sostenibilità dell'offerta si realizza quindi attraverso un ampio spettro di azioni realizzate da molteplici attori territoriali che devono coordinarsi nell'ambito di un quadro strategico comune. In particolare, è fondamentale coinvolgere tutti gli *stakeholder* che possono contribuire alla costruzione di un'offerta integrata. Quindi, vanno coinvolti diversi portatori d'interesse dai tre settori principali - turismo, natura/ambiente e agricoltura - ed altri settori complementari come quello degli *usi civici*, della mobilità e più in generale dell'urbanistica e di sviluppo locale. Non si intendono solo i soggetti pubblici del livello provinciale e locale ma anche gli attori privati e i cittadini stessi, ossia tutti quelli che avranno un vero e proprio ruolo nell'attuazione operativa dei suoi contenuti e quindi, prima di tutto le imprese turistiche e agricole, gli amministratori locali, i rappresentanti delle AAPP e delle ApT/Consorzi turistici, nonché le altre associazioni locali.

Gli **obiettivi** che questo asse mira a raggiungere possono essere espressi come segue.

- Garantire qualità dell'offerta turistica evidenziando il legame tra sostenibilità, natura, territorio;
- Contribuire a ridurre gli impatti e a riequilibrare i flussi turistici in senso spaziale e temporale attraverso una diversificazione delle attività;
- Favorire l'integrazione tra turismo e agricoltura per valorizzare le specificità del territorio;
- Garantire al turista un'esperienza unica attraverso lo sviluppo di prodotti turistici destinati a quelle nicchie del mercato altamente sensibili ai valori promossi dalle AAPP;
- Rispondere ai nuovi bisogni sociali attraverso la creazione e il mantenimento di opportunità di lavoro e occupazione rendendo le AAPP hub sociali di sviluppo e innovazione.

Garantire qualità dell'offerta turistica evidenziando il legame tra sostenibilità, natura, territorio;

Il Trentino si è dato da tempo un progetto di sviluppo che pone al centro l'ambiente. L'ambiente naturale è d'altronde l'unica risorsa che può garantire, se debitamente conservato e valorizzato, opportunità economiche e lavorative. Basti pensare al turismo, che deve la sua esistenza in Trentino alla bellezza dell'ambiente, alla maestosità delle sue montagne, alla ricchezza del patrimonio naturale e culturale. Che poi il turismo sia diventato la prima industria provinciale lo si deve anche alla capacità di costruire una macchina organizzativa evoluta, ma è la natura, in tutte le sue molteplici forme e manifestazioni, il vero "datore di lavoro" di chi vive di turismo. Il Trentino quindi è legato a doppio filo con il suo ambiente e deve molto al suo contesto naturale anche in termini di notorietà e immagine, come dimostrano numerose ricerche condotte sui turisti italiani (tsm - Sociometrica, 2012; Trentino Marketing, 2012), che riconoscono al Trentino una capacità non comune di vivere in armonia con il proprio ambiente naturale. Perché l'ambiente continui ad essere motore del turismo, non è più sufficiente promettere la bellezza della natura, ma è necessario dimostrare attraverso comportamenti concreti e coerenti che il rispetto della natura è parte integrante del modo di vivere e di fare impresa, è presente nella quotidianità, è "cultura della natura". Le AAPP potrebbero quindi diventare il terreno di sperimentazione di forme evolute di sostenibilità turistica, in grado di dare sostanza ad un immaginario e continuare ad alimentarlo **garantendo la qualità dell'offerta**.

Favorire l'integrazione tra turismo e agricoltura per valorizzare le specificità del territorio;

Il rapporto tra turismo e agricoltura è oggetto di una rinnovata attenzione da parte degli studiosi: il mondo dell'accoglienza e il mondo della produzione contadina possono trovare molta convenienza nell'attivare forme di collaborazione, specie nelle zone alpine. Innanzitutto l'agricoltura può essere considerato un

garante della qualità paesaggistica, che è un elemento centrale dell'offerta territoriale. Prati ben tenuti, pascoli popolati, presidio dei pendii, fattorie e malghe in attività, sono elementi che gratificano la vista del visitatore e forniscono ingredienti essenziali per costruire esperienze autentiche e di qualità per il turista, che sempre di più cerca il valore dell'autenticità quando viaggia. D'altro canto il turismo è un importante alleato dell'agricoltura quando porta il turista a conoscere ed apprezzare le suggestioni della vita nei campi. Attraverso forme di ospitalità rurale infatti molti agricoltori hanno potuto sperimentare l'avventura di aprirsi all'accoglienza e hanno potuto diversificare le fonti di reddito. La presenza di turisti curiosi e interessati alle produzioni locali ha inoltre consentito di aumentare la vendita diretta dei prodotti agricoli sia ai turisti, sia alle strutture ricettive che propongono ai propri ospiti la tipicità in cucina.

Contribuire a ridurre gli impatti e a riequilibrare i flussi turistici in senso spaziale e temporale attraverso una diversificazione delle attività tramite una rete di collaborazioni sistematiche e una vera partecipazione degli operatori turistici e delle comunità locali;

Per perseguire l'obiettivo della sostenibilità è necessario intervenire anche sulla regolazione dei flussi turistici. I maggiori problemi che le destinazioni turistiche alpine si trovano ad affrontare sono legati alla concentrazione dei flussi turistici in determinati periodi dell'anno, in corrispondenza delle festività natalizie o del picco delle vacanze estive. La pressione esercitata sui luoghi è talvolta in-sostenibile: provoca traffico, congestione, aumento degli agenti inquinanti, affollamento e ha conseguenze anche sui processi gestionali delle imprese, che affrontano momenti di alta occupazione e momenti dove questa è bassa o nulla. Riequilibrare i flussi turistici significa quindi alleviare la pressione nei momenti di punta stagionale, ma soprattutto significa valorizzare altri momenti dell'anno ricchi di fascino e poveri di ospiti. Le cosiddette "code stagionali" attualmente periodi marginali sui quali si è investito poco dal punto di vista dell'offerta. È necessario interrompere un circolo vizioso che prevede scarse presenze per mancanza di servizi di accoglienza, che sono chiusi perché non è redditizio tenere aperto per pochi ospiti. Solo attraverso un investimento nella creazione di offerta legata alle suggestioni stagionali le AAPP saranno in grado di suscitare attenzione e generare nuova domanda, che richiederà servizi e strutture di accoglienza. Per innescare questo circolo virtuoso è indispensabile però attivare il tessuto locale e motivare almeno alcuni operatori nella creazione dell'offerta territoriale.

Garantire al turista un'esperienza unica attraverso lo sviluppo di prodotti turistici destinati a quelle nicchie del mercato altamente sensibili ai valori promossi dalle AAPP;

Il mercato turistico è cambiato radicalmente. Oggi la domanda si è ristrutturata in numerose nicchie, che rispecchiano motivazioni, interessi, passioni dei turisti. Nel costruire l'offerta le AAPP devono sintonizzarsi sulle frequenze d'onda della domanda e comprendere motivazioni, profili, interessi, processi di acquisto delle nicchie turistiche più sensibili al tema ambientale; è necessario inoltre analizzare e valorizzare pienamente ciò che il territorio ha da offrire in termini turistici: ambiente, cultura materiale e immateriale, servizi, competenze. Le nicchie di mercato dimostrano grande reattività alle proposte in grado di soddisfare interessi e aspettative, ma sono anche più difficili da individuare e intercettare. Nella progettazione e nella promozione dei prodotti locali è quindi necessario avvalersi delle competenze specifiche presenti nel sistema provinciale – in particolare ApT e Trentino Marketing - per identificare le nicchie più promettenti e programmare interventi adeguati di progettazione e di comunicazione rivolta alla domanda potenziale.

Rispondere ai nuovi bisogni sociali attraverso la creazione e il mantenimento di opportunità di lavoro e occupazione rendendo le AAPP hub sociali di sviluppo e innovazione.

Le AAPP possono essere soggetti di impulso all'innovazione e alla competitività del turismo e degli operatori economici attraverso la valorizzazione delle risorse locali. I territorio alpini sopravvivranno solo se saranno capaci di darsi un progetto in grado di valorizzare le risorse locali mettendole in dialogo con i grandi temi globali: sostenibilità, nuovi bisogni sociali, cambio climatico. La sostenibilità, intesa come capacità dell'uomo di porsi in rapporto simbiotico con l'ambiente naturale, rappresenta un brodo di coltura in cui potrebbero germinare forme innovative di impresa nell'ambito dell'ospitalità, della ricerca, dell'edilizia. Le AAPP potrebbero diventare da questo punto di vista dei riferimenti dell'innovazione, grazie alla loro profonda conoscenza degli ecosistemi locali naturali e antropici.

Mobilità e accessibilità nelle AAPP

La questione della mobilità e dell'accessibilità di una destinazione è strettamente collegata sia al turismo in generale che alla fruizione delle AAPP e quindi una strategia di turismo sostenibile in queste aree deve necessariamente considerare come centrali queste due questioni. Assicurare la conservazione delle AAPP per poter permettere al visitatore di godere della sua attrattività, è inevitabilmente legato all'impatto stesso che la sua presenza ha sui sistemi ecologici e/o sull'esperienza ricreativa individuale (Orsi, F., 2014). Avere una strategia di turismo sostenibile significa impegnarsi nella riduzione degli impatti e quindi in una gestione sostenibile dei flussi in senso spaziale e temporale. Una strategia di turismo sostenibile in Trentino è quindi imprescindibile da un'analisi e da una strategia di mobilità sostenibile.

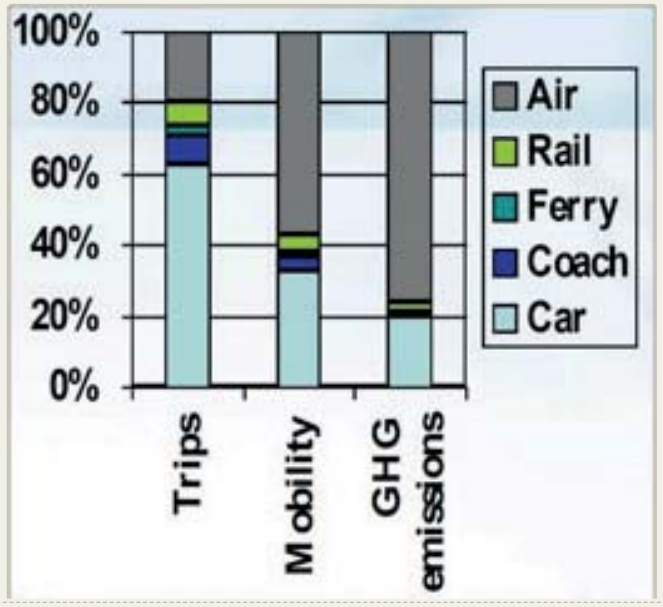


Figura 30. Volumi di traffico europei per viaggi turistici in termini di numero viaggi, chilometri e emissioni di gas serra in UE (Peeters, 2014)

Grandi volumi di traffico generano impatti negativi come l'inquinamento acustico e di emissioni di sostanze inquinanti (aggravando il cambiamento climatico e la qualità degli ecosistemi locali), oltre che un maggiore uso del suolo e quindi un degrado del paesaggio. Per quanto riguarda le emissioni di gas serra nell'UE i trasporti sono al secondo posto delle responsabilità dopo il settore energetico. All'interno dei trasporti, secondo il Segretariato Permanente della Convenzione delle Alpi (2007), per quanto riguarda il volume di emissioni di CO2 per chilometro/passeggero i veicoli leggeri si trovano subito dopo il trasporto aereo. La Figura 30 mostra infatti come si suddividono le percentuali tra i vari mezzi di trasporto in UE per quanto riguarda il numero di viaggi effettuati, il numero di chilometri percorsi e il volume di gas serra prodotti. È evidente come il peso giocato dal trasporto aereo sia imponente e come ciò sia destinato a crescere con la tecnologia che sarà disponibile in futuro (Peeters, 2014).

I dati raccolti da Elmi e Wagner (2013) confermano che la stagionalità del turismo alpino è riflessa anche nei volumi di traffico individuando che nel 2011 essi sono stati il 40% in più dei flussi invernali. In generale, secondo una stima dell'Agenzia Europea dell'Ambiente, circa l'80% di tutti i viaggi con motivazione turistica verso le Alpi sono effettuati in automobile (Segretariato Permanente della Convenzione delle Alpi, 2013).

Di conseguenza, come ci ricorda la Convenzione delle Alpi (2013, p. 38) "il ruolo dominante dell'auto privata nella mobilità connessa al turismo alpino rappresenta una pressione ambientale di cui occorre tenere conto, soprattutto a causa della particolare fragilità degli ecosistemi di montagna. Le regioni ad altissima intensità di turismo sono perlopiù quelle in cui si trovano comprensori sciistici, soprattutto in Austria, Francia, nelle Dolomiti italiane e in Valle d'Aosta così come in Svizzera".

Turismo e mobilità sono due ambiti tradizionalmente separati ma sempre più interconnessi per la natura "mobile" del turismo. Infatti, molti autori riconoscono la mobilità come condizione favorevole e necessaria per lo sviluppo turistico di una destinazione e non come un elemento dell'esperienza turistica. (Aronsson, 1997; Gössling, 2009). Il settore turistico è intrinsecamente legato a quello dei trasporti e del viaggio, "gli effetti negativi del trasporto motorizzato influiscono sugli ecosistemi della

Legenda terminologica

La mobilità è intesa come l'insieme degli aspetti comportamentali legati all'utente del sistema di trasporti e quindi include la scelta della modalità di trasporto, la scelta della destinazione e del percorso per arrivarci, nonché gli orari di partenza e arrivo (Ackerman et al.; 2006).

Il sistema di trasporto è inteso come l'insieme degli aspetti infrastrutturali e organizzativi del sistema di trasporto e quindi include le strade, le rotaie, lo spazio aereo, le infrastrutture, le attrezzature (Ackerman et al.; 2006).

L'accessibilità è l'indicatore chiave che combina il sistema di trasporto, con la località specifica, agli schemi di mobilità cercando di sintetizzare le opportunità di accessibilità dentro un certo periodo di tempo. Il sistema di trasporto influenza l'accessibilità della località (Ackerman et al.; 2006).

Per mobilità sostenibile si intende quella mobilità di trasporto di merci e persone che rispetta i principi dello sviluppo sostenibile, minimizzando gli impatti negativi e soddisfacendo i bisogni ambientali, economici e sociali in modo efficiente ed inclusivo. La strategia per lo sviluppo turistico per le aree protette non può che prescindere da un sistema di mobilità urbana ed extraurbana che sia in grado di ridurre l'inquinamento garantendo, nello stesso tempo, il diritto di spostarsi tra aree protette e all'interno della stessa area protetta con il trasporto pubblico. Inoltre, la crescente sensibilità ambientale tra i consumatori europei si riscontra anche nel turismo, e quindi una pianificazione turistica attenta alla mobilità può costituire anche un fattore importante di differenziazione (Scuttari et al., 2013).

regione, diminuendone il valore ricreativo" (Segretariato Permanente della Convenzione delle Alpi, 2013, p.37). Il concetto di sostenibilità offre un'ulteriore occasione di integrazione tra i due ambiti. Anche la gestione delle AAPP e dei suoi flussi (turistici) è imprescindibilmente legata alla gestione della mobilità richiedendo quindi agli enti gestori di predisporre adeguate politiche di monitoraggio e gestione degli accessi ai siti dell'area protetta.

La mobilità è quindi una parte fondamentale di una strategia turistica sostenibile perché coinvolge una dimensione necessaria del viaggio: gli spostamenti verso la destinazione e all'interno della destinazione. L'importanza di una pianificazione di mobilità sostenibile non è una prerogativa esclusiva del turismo ma è un requisito importante per ogni città o territorio che ambisce a garantire o migliorare la qualità della vita dei propri residenti.

In generale infatti nel disegnare e attuare politiche legate alla mobilità sostenibile è fondamentale analizzare l'attitudine al behavioral change dei potenziali utenti (Barr et al., 2010) e a quali motivazioni sono legate le scelte di cambiare abitudine. Come fa notare la ricerca di Elmi e Wagner (2013) è molto importante in questo caso fare un'analisi preliminare che valuti la willingness to pay da parte degli utenti in modo da massimizzare in maniera sostenibili i risultati della politica di mobilità sostenibile.

Il territorio del Trentino, al di fuori dell'asse del Brennero, è caratterizzato da una tendenziale difficoltà nell'accessibilità con mezzi di trasporto differenti dal veicolo privato. Lungo i maggiori corridoi alpini, il turismo rappresenta una parte consistente dei trasporti, e comporta quindi nei periodi turistici più intensi, nei fine settimana, treni sovraffollati, traffico congestionato e gravi ritardi per auto e mezzi pesanti. Tenendo conto di questa complessità, bisogna riflettere su soluzioni adeguate per incentivare il più possibile l'uso di trasporti pubblici e disincentivare l'utilizzo del veicolo privato. Una strategia di mobilità alternativa al mezzo privato a motore ha conseguenze importanti sia in termini di riduzione di emissioni inquinanti e di traffico che in termini di riequilibro spaziale dei flussi turistici.

Nella strategia TurNat il tema della mobilità sostenibile è affrontato analiticamente nei seguenti elementi:

- **Da origine a destinazione e nella destinazione (e tra aree protette)** - il trasporto sostenibile intermodale come alternativa agli spostamenti in auto verso la destinazione e nella destinazione e quindi tra aree protette. La prospettiva include le possibilità di trasporto pubblico su ruota o rotaia che consentono di raggiungere il Trentino e di spostarsi con questi mezzi di trasporto tra le sue località o all'interno di una località. In questo senso la strategia TURNAT ambisce a favorire una mobilità sostenibile che miri a gestire i flussi turistici nel sistema delle aree protette soprattutto in termini spaziali. Tale elemento è riflesso nella strategia TurNat nell'asse A.5 – Accessibilità e nell'asse B.3 – Informazione sulla mobilità alternativa.
- **Nell'area protetta** – Mobilità sostenibile come gestione del traffico individuale motorizzato in sosta e di passaggio attraverso la chiusura di strade, il pagamento di pedaggi per la sosta e/o per il passaggio e l'introduzione di mezzi di trasporto alternativi. Esso è riflesso nell'asse A.5 – accessibilità e nell'asse B.3 – informazione sulla mobilità alternativa.
- **Come prodotto turistico** - La mobilità sostenibile come alternativa agli spostamenti in auto come forma di prodotto turistico: in questo caso si intendono le possibilità di spostarsi all'interno di una località o tra località attraverso forme di mobilità che possono coincidere anche con la motivazione di vacanza, come il cicloturismo, il camminare e altre forme di vacanza attiva sviluppabili su percorsi di lunghezza e difficoltà diversa. Possono essere considerati sotto questa categoria anche l'uso di bici elettriche, piuttosto che l'equiturismo. Tale motivazione di vacanza è legata a valori coerenti con quelli della sostenibilità e quindi è necessario integrare a questi servizi una mobilità integrata e soprattutto intermodale. Raccomandazioni in questo senso si possono trovare nell'asse A.2. – Lentezza.
- **Come condizione di equità** - L'accessibilità per tutti come forma di mobilità sostenibile per assicurare a tutti i cittadini compresi chi soffre di forme di disabilità di poter fruire dell'offerta turistica delle aree protette. Nella strategia questo tema è affrontato nell'asse A.5. - Accessibilità.

Il trasporto sostenibile intermodale come alternativa agli spostamenti in auto verso la destinazione e nella destinazione (tra AAPP)

Come ci ricorda Böler et al. (2006) il trasporto usato durante la vacanza è uno delle maggiori cause di impatti ambientali nella destinazione ma anche a livello globale è considerato un importate contributore di emissioni inquinanti. I due mezzi di trasporto che più contribuiscono a tale inquinamento sono l'automobile e in secondo luogo l'aereo.

Partendo dalla dimensione più ampia della mobilità, iniziamo parlando di mobilità verso la destinazione Trentino facendo una breve panoramica sul contesto alpino.

Innanzitutto, è importante menzionare il **protocollo Trasporti della Convenzione delle Alpi** che è stato finalmente ratificato nel 2013, dopo quasi 13 anni, anche dall'Italia e dall'Unione Europea (Segretariato Permanente della Convenzione delle Alpi, 2013b). Il principale obiettivo del Protocollo Trasporti, adottato a Lucerna nel 2000 dalla sesta Conferenza delle Alpi, "consiste nell'attuare una politica sostenibile, volta a ridurre gli effetti negativi e i rischi derivanti dal traffico intraalpino e transalpino a

un livello che sia tollerabile per l'uomo, la fauna e la flora e il loro habitat; tra l'altro attuando un più consistente trasferimento su rotaia dei trasporti, in particolare del trasporto merci, soprattutto mediante la creazione di infrastrutture adeguate e di incentivi in linea con i criteri di mercato" (Segretariato Permanente della Convenzione delle Alpi, 2013a, p. 37). In riferimento particolare alla mobilità turistica, l'articolo 13 del protocollo fissa tre obiettivi:

- Favorire i provvedimenti volti a ridurre la dipendenza dai veicoli a motore nelle stazioni turistiche;
- Promuovere le iniziative pubbliche e private miranti a migliorare l'accesso ai siti e ai centri turistici tramite i mezzi pubblici e a incentivare l'uso da parte dei turisti di tali servizi;
- Creare e conservare zone a bassa intensità di traffico o vietate al traffico, istituire località turistiche vietate al traffico e misure atte a favorire l'accesso e il soggiorno dei turisti senza automobili.

Il Gruppo di Lavoro Trasporti incaricato nel 2002 di formare una piattaforma per la raccolta e la divulgazioni di informazioni per l'attuazione del protocollo Trasporti, nel 2009 ha definito le principali sfide collegate all'uso dei trasporti pubblici: accessibilità del trasporto pubblico e qualità dei servizi; intermodalità; informazione; prezzi e biglietti; coordinamento e cooperazione tra i trasporti e il turismo.

Un altro fattore da tenere in considerazione riguarda il fatto che il Trentino e la regione alpina beneficiano e continueranno a farlo anche in futuro dall'essere posizionati al centro dell'Europa e quindi con un altro grado accessibilità. Anche il Trentino situato sull'asse del Brennero trae un grande beneficio da tale posizione.

Figura 31. Risultati dell'indagine ai visitatori delle Dolomiti UNESCO (Elmi e Wagner, 2013)

A livello di destinazione Trentino, come sottolinea la Cipra (2008), è fondamentale migliorare le connessioni regionali e rendere più attrattivo sia per turisti che per residenti l'uso del trasporto pubblico. La situazione attuale della mobilità in Trentino è difficile da analizzare perché le centraline di rilevamento posizionate dalla PaT si trovano tutte in fondo valle e lontane dalle AAPP. In ogni caso, guardando le mappe del Trentino in funzione turistica emerge chiaramente la necessità di utilizzare la mobilità sostenibile in TurNat per collegare le diverse AAPP in modo da incentivare il riequilibro spaziale dei flussi turistici che sono molto intensi in alcune AAPP e meno in altri.

Per formulare le linee guida riguardanti il miglioramento della mobilità sostenibile, si è tenuto conto delle diverse ricerche già condotte, come per esempio le analisi sui dati riguardanti Traffico Medio Giornaliero effettuate da Elmi e Wagner (2013) e quelle più qualitative effettuate dal Segretariato Permanente della Convenzione delle Alpi (2007); dall'Osservatorio del turismo (2009, 2013), da tsm (2008). Mentre per la parte strategica integreremo le conclusioni di tali documenti con alcune best practice individuate a livello alpino ed internazionale.

Indipendentemente dal contesto delle AAPP, in continuità con le ricerche precedenti, nell'ultimo report pubblicato dalla PaT (2013) sul turismo in Trentino nel 2013, viene evidenziato come la mobilità insieme all'animazione sia un punto di debolezza molto forte dell'offerta turistica trentina, riscontrando un basso livello di soddisfazione da parte dei turisti. In particolare, le interviste lamentano scarsità nella disponibilità di parcheggi e nella disponibilità di mezzi pubblici. Anche i dati raccolti da Elmi e Wagner (2013) nel contesto della loro indagine sul turismo sostenibile nelle Dolomiti UNESCO suggerisce che la mobilità costituisce un debolezza per l'accessibilità sostenibile nelle Alpi e in Trentino. Come suggerisce la Figura 31, la mobilità sostenibile sebbene non sia tra le priorità considerate più importante dai turisti delle Dolomiti è anche l'elemento che raccoglie più insoddisfazione.

Al fine di fornire delle utili informazione per migliorare la mobilità sostenibile nel sistema delle AAPP nel Trentino è interessante citare lo studio di Paulley e Pedler (2000) i quali sostengono che per fare politiche vincenti in termini di mobilità sostenibile è fondamentale rendere attrattivo il sistema o facendolo più economico o più veloce in termini di tempo di percorrenza.

Uno degli elementi di attrattività della mobilità, oltre il servizio stesso, riguarda la reperibilità delle informazioni riguardante il servizio e le relative modalità di prenotazione e fruizione. In Trentino le informazioni sul servizio di trasporto pubblico sono presenti sul sito dell'azienda provinciale Trentino Trasporti. Esiste però un servizio chiamato "mobilità vacanze[1]" che è realizzato grazie alla collaborazione con le ApT/Consorzi e rimanda direttamente a queste ultime per avere informazioni su orari e modalità di servizio.

Per quanto riguarda le modalità di fruizione, sono messe a disposizione del turista le cosiddette "card servizi e mobilità" che permettono di usufruire di diversi servizi (a seconda dell'ambito e del tema) e soprattutto di tutti i servizi di trasporto pubblico[2] come treno, autobus e in molti casi anche impianti di risalita. Sebbene le card costituiscano un importante strumento per rendere più attrattiva per il turista la scelta del mezzo pubblico, va notato che esiste una disomogeneità tra le varie card offerte dalle diverse ApT rendendo la scelta tra esse molto difficile al turista.

1 http://www.ttesercizio.it/TTEServizi/4-Mobilit%C3%A0_vacanze.aspx
2 http://www.visittrentino.it/it/card-servizi-e-mobilita

Mobilità sostenibile come gestione del traffico individuale motorizzato in sosta e di passaggio

La gestione dei flussi nelle AAPP è una questione fondamentale perché è strettamente legata agli obiettivi delle AAPP stesse ossia alla conservazione del patrimonio naturale e culturale che all'esperienza positiva dei visitatori. Come sottolinea Orsi (2014) soddisfare entrambi gli obiettivi è possibile solo se i flussi di visitatori sono gestiti in modo "da minimizzare la pressione antropica sugli ecosistemi e il disturbo arrecato all'esperienza del singolo visitatore".

Per una strategia di turismo sostenibile è fondamentale gestire l'accesso turistico alle AAPP secondo criteri di sostenibilità che assicurino gli obiettivi dell'area protetta. Quindi ogni ente gestore di area protetta dovrebbe individuare la propria capacità di carica ovvero il livello di uso/frequentazione per quell'area.

La gestione dei flussi è legata all'accessibilità delle AAPP e alle politiche di mobilità adottata. Per essere il più efficace possibile deve essere pianificata all'interno del contesto più ampio della pianificazione territoriale e deve essere programmata con i piani locali e provinciali dei trasporti coinvolgendo i Comuni e altri enti responsabili. Per le AAPP, promotrici di conservazione nel patrimonio naturale e di sviluppo locale sostenibile, la diminuizione dell'inquinamento dovuto alla mobilità deve rimanere una priorità cercando di evitare il più possibile il trasporto privato e parallelamente organizzando servizi pubblici sostitutivi e incentivando la mobilità a piedi, in bici o a cavallo, o attraverso veicoli con motori poco inquinanti (Cirillo, 2006). Chiudere al traffico automobilistico, temporaneamente o continuativamente, le strade di montagna, offrendo un mezzo di trasporto pubblico o alternativo è una strategia per diminuire la pressione sulle risorse naturali ma è anche una strategia che porta più turismo dal momento che consente di allungare le permanenze (Cipra Italia, 2004).

Per attuare una mobilità alternativa all'auto Elmi e Wagner (2013) suggeriscono che si faccia una valutazione antecedente sui costi e benefici del progetto di mobilità. Infatti, sebbene le risorse finanziarie per queste misure derivino dalla riscossione dei pedaggi, l'attuazione degli interventi è associata a complessità tecniche e a maggiori costi operativi (ad esempio per il personale). Inoltre, è necessario prevedere un orientamento coerente per il reinvestimento dei proventi con piani di valorizzazione e ripristino ad hoc. Infatti una caratteristica importante per l'efficacia di un sistema di mobilità sostenibile è la sostenibilità economica senza dovere dipendere da sussidi pubblici.

Utilizzando il report di tsm (2008) un esempio di politiche per la gestione del traffico in sosta è stata implementato dal PNAB e in particolare nella Val Genova che in quanto simbolo del Parco è sottoposta ad una forte pressione turistica. Nel 2002 è stato quindi realizzato un progetto di mobilità sostenibile per rendere possibile il controllo del traffico veicolare privato e che istituisse inoltre un servizio di trasporto alternativo con bus navetta. Viste le caratteristiche morfologiche della valle, l'ente gestore ha quindi deciso di suddividere la valle in tre settori, ognuno con caratteristiche di mobilità differenti:

La bassa valle (dall'imbocco della valle a Carisolo fino a Ponte Verde), dove l'accesso è libero e gratuito, con possibilità di parcheggio, anch'esso gratuito, nella zona intorno al bacino artificiale dell'Enel;

La media valle (da Ponte Verde a Ponte Maria), dove il transito ed il parcheggio nelle 5 aree di sosta autorizzate sono soggette al pagamento di un ticket;

L'alta valle (da Ponte Maria a Malga Bedole), dove il transito e la sosta sono vietati dalle 9.45 alle 18.00, tranne che per i residenti. Al di fuori di questa fascia oraria è possibile arrivare liberamente fino ai parcheggi situati in cima alla valle, previo pagamento di un ticket, mentre all'interno di questa fascia è attivo unicamente il servizio di bus navetta.

E' stato inoltre creato un servizio denominato "Val Genova Express", che collega l'imbocco della Val Genova con Madonna di Campiglio e la Val Rendena (da Strembo passando per Caderzone, Pinzolo e Carisolo), dando quindi la possibilità ai turisti di non muovere la macchina per effettuare un'escursione in Val Genova.

Dal 2003 l'articolato sistema della mobilità sostenibile è stato esteso ad altre valli del Parco, come la Val di Tovel e la Vallesinella.

La mobilità slow come alternativa agli spostamenti in auto come forma di prodotto turistico

Dalle origini negli anni '80 del movimento **slow food** con le attenzioni alla località e alla naturalità del cibo, la sensibilità legata alla mobilità slow si è diffusa sempre più negli ultimi dieci anni (Dickinson e Lumsdon, 2010). La mobilità sostenibile è

Best Practice: Associazione GAST (Gemeinschaft autofreier Schweizer Tourismusorte GaST) – Svizzera

Interessante è l'esempio portato dall'associazione GAST (Gemeinschaft autofreier Schweizer Tourismusorte GaST) che raccoglie le località svizzera che hanno scelto di eliminare progressivamente l'uso dell'automobile fino a diventare località senz'auto. Questo esempio dimostra come si possa attivare un'alternativa ad un turismo di massa con molto traffico attuando politiche che si focalizzino su un turismo di qualità con elevata creazione di reddito, con innovazioni nella logistica e nella tecnologia accompagnate da opportune campagne di marketing. Come suggerisce la Cipra Italia (2004) politiche di questo tipo possono prestarsi ad essere intraprese da tutte le località che hanno necessità di rilanciare la loro immagine verso un turismo sostenibile e legato alla salubrità, guadagnando l'attenzione di un segmento sempre crescente di potenziali clienti.

Per maggiori informazioni: www.auto-frei.ch/index.php/en/

altamente rilevante soprattutto quando associata alla mobilità dolce come motivazione di vacanza. L'idea dello slow travel è nata nelle comunità web, nei media e in alcuni circoli accademici dove le persone scelgono di limitare l'uso del trasporto aereo e dell'automobile privata per viaggiare in maniera più lenta, stare più a lungo e in generale spostarsi meno. Questo movimento rappresenta la riscoperta del piacere del viaggio intendendo la lentezza dello spostamento come parte integrante della vacanza (Dickinson et al., 2010). Le motivazioni che portano a tale scelta possono essere legate all'obiettivo di contribuire alla diminuzione di emissioni inquinanti e quindi a una forte sensibilità ambientale. Sembra che una forte motivazione risieda nella qualità dell'esperienza che una tale scelta comporta. Infatti, lo slow travel ha un forte elemento esperenziale sia nell'approccio al modo di trasporto sia nell'associarsi con l'idea di slow food e la scoperta delle località con un ritmo più lento con attenzione alle specificità naturali e culturali Euromonitor International (2007) prevede che la mobilità dolce sia un settore strategico in continua crescita nei mercati in Europa sottolineando il fatto che un' alta percentuale del turismo globale si svolge in Europa (UNWTO, 2008; Dickinson et al., 2010).

La mobilità slow si riferisce all'utilizzo di tutte le forme di trasporto non motorizzato e quindi si basa sullo sviluppo di reti di strade che permettano di muoversi in sicurezza, libertà e lentezza. Oltre al cicloturismo, e al sempre più diffuso camminare, che va oltre al classico escursionismo, esiste l'equi e l'asino turismo, ma anche il trekking con le capre e con i lama.

Un discorso particolare va dedicato al camminare in molteplici forme. La storia del turismo in Trentino è legata a doppio filo con la **storia dell'alpinismo** e quindi alla combinazione dei piaceri della scoperta e del camminare. Ognuno di noi conosce il piacere di camminare su un sentiero o altro percorso, non solo per il godimento regalato dall'ambiente circostante, ma anche per il piacere dovuto al puro atto di mettere un piede dinanzi all'altro per dirigersi verso una meta. Scrittori, poeti ed alpinisti si sono prodigati nel descrivere questo piacere: dalla romantica passeggiata con l'amata alla lotta per la vita di quegli alpinisti ritornati "dalla via" stremati e carponi. Più prosaicamente si può credere che tale sensazione sia dovuta anche ad un ricordo ancestrale seppellito nel profondo di ognuno di noi. Per migliaia d'anni l'uomo sulla terra si è spostato a piedi: pianure, crinali, altopiani, rive di laghi, di fiumi e torbiere erano attraversati da piste. L'uomo transita "montato su qualcosa" da un tempo relativamente breve se rapportato al periodo trascorso da solo pedone. Il ricordo di questo lunghissimo periodo deve essere rimasto seppellito nell'inconscio di ognuno di noi, uomini motorizzati. Ogni escursionista conosce bene quel processo psicofisico che fa accordare passo dopo passo l'atto del camminare con quello del pensare.

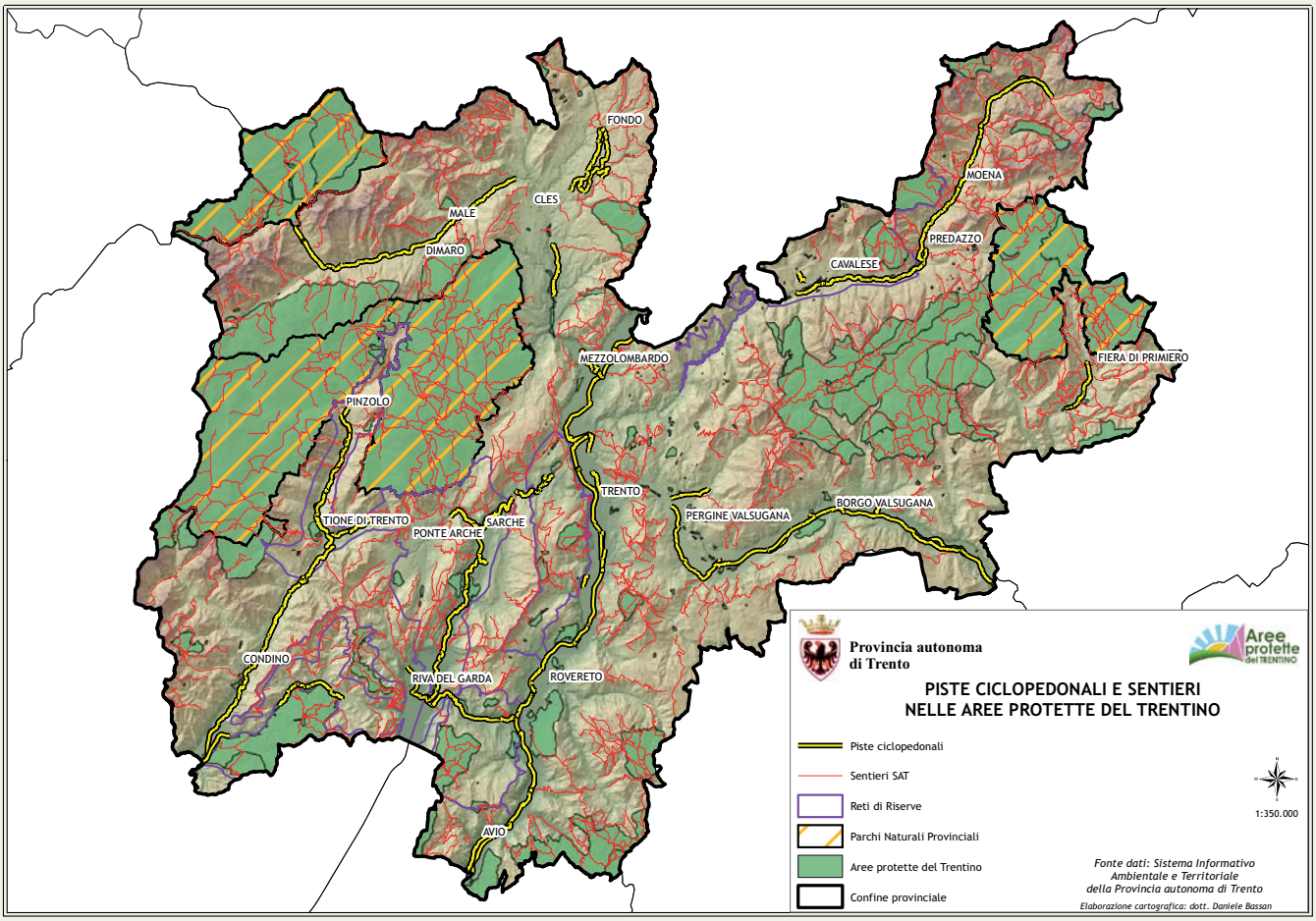


Figura 32. Mappa delle piste ciclopedonali e sentieri del Trentino (Servizio Sviluppo Sostenibile e Aree Protette, 2013)

Per questo è fondamentale assicurare la fruizione dell'esistente rete di tracciati (sentieri, sentieri alpini attrezzati e vie ferrate) che permetta lo spostamento lento tra diverse località e mete. In Trentino lo sviluppo dell'alpinismo e dell'escursionismo, iniziato nella seconda metà dell'ottocento, ha comportato un desiderio diffuso di conoscenza della montagna e quindi la

valorizzazione del patrimonio costituito dai sentieri. Al giorno d'oggi la rete di tracciati può contare sul recupero di antichi sentieri di collegamento tra vallate, mulattiere per le malghe, strade forestali e per far lettiera e vie di contrabbandieri. A questi sistemi viari di lavoro, di età plurisecolare, si aggiunsero a cavallo del secolo scorso, due nuovi sistemi di sentieri, uno ludico e l'altro certamente no. Il primo consiste nei sentieri alpinistici, in senso sportivo, specifici per l'accesso alle vette più famose. Il secondo comprende i sentieri ed i camminamenti di guerra. L'utilizzo di tracciati già esistenti è una questione affrontata anche a livello europeo, dove negli ultimi anni è emerso il concetto di greenways, vie verdi, come espressione di un movimento impegnato nel creare una rete di corridoi naturali valorizzando antichi tracciati non più utilizzati. L'associazione europea Greenways Association (EGWA)[3], nata in Belgio nel 1998, si impegna nel costruire e sistematizzare un prodotto turistico europeo che consenta nuove fruizioni dei territori a contatto con la natura e in totale sicurezza in modo da rendere accessibili queste infrastrutture anche alle categorie più deboli come anziani, bambini e disabili.

Per quanto riguarda il contesto specifico del Trentino, è importante citare un attore importante come quello della SAT, la cui storia iniziata nel 1872 e successiva evoluzione ha segnato e accompagnato l'alpinismo in Trentino e l'esplorazione delle sue montagne, mantenendo sentieri e costruendo rifugi e bivacchi per i fruitori di questa disciplina. La SAT ha contribuito sensibilmente all'infrastrutturazione della montagna trentina mettendo a disposizione una fitta rete di sentieri su cui, negli anni '90, fu deciso di non effettuare ulteriori interventi di ampliamento (Deflorian e Richiardone, 2002).

Il Trentino e soprattutto le sue AAPP possono godere, come è visualizzabile nella Figura 32, di un'ampia rete ciclabile ed escursionistica. È quindi fondamentale garantire ai turisti interessati a una vacanza mobile ma dolce una mobilità sostenibile e intermodale le cui informazioni, accesso e fruizione siano semplici ed immediate.

Per quanto riguarda la mobilità sostenibile come alternativa agli spostamenti in auto e forma di prodotto turistico, il Trentino grazie anche alla sua storia di alpinismo ed escursionismo può contare su una grande rete pedo e ciclo-pedonale che costituisce una ricca base esistente da valorizzare ulteriormente come rete della mobilità sostenibile.

La rete cicloturistica[4]

La Provincia Autonoma di Trento ha cominciato ad occuparsi di percorsi ciclabili e ciclopedonali nel 1988 dotandosi di una prima legge in materia di piste ciclabili la L.P. 49/88 che è stata sostituita dalla L.P. n. 12 d.d. 11 giugno 2010. Nel 1994 è stato approvato un piano di lavoro per la realizzazione di oltre 400 chilometri di percorsi ciclopedonali e nel 2008 ne è stata programmata l'estensione fino a 570 chilometri. Le linee guida e gli obiettivi sono così sintetizzabili: la PaT promuove la mobilità e la viabilità ciclistica per favorire l'intermodalità e la migliore fruizione del territorio, garantire lo sviluppo in sicurezza dell'uso della bicicletta in ambito urbano ed extraurbano, migliorare la salute e la qualità della vita dei cittadini, le condizioni dell'ambiente e riqualificare gli spazi urbani, contribuendo al decongestionamento del traffico veicolare e alla riduzione dei consumi energetici nonché dei livelli di inquinamento atmosferico e acustico.

La PaT promuove, in particolare:

- la realizzazione di percorsi ciclabili e ciclopedonali inseriti in una rete provinciale, di infrastrutture connesse e il loro collegamento con i servizi di trasporto pubblico;
- la realizzazione di interventi finalizzati alla coesistenza dell'utenza motorizzata e non motorizzata, attraverso politiche di moderazione del traffico;
- l'utilizzo ricreativo della bicicletta e il cicloturismo.

Fino ad ora sono stati investiti circa 140 milioni di euro, spesi tra progettazione, realizzazione, manutenzione ordinaria e straordinaria. Realizzare una pista ha costi molto variabili, si va da un minimo di 70.000 euro al Km sugli argini o in campo aperto, ad un massimo non quantificabile per la realizzazione di ponti, sottopassi o per il consolidamento di versanti attraversati dal percorso. Anche i costi di manutenzione sono molto variabili e vengono sensibilmente ridotti se il fondo è asfaltato. Attualmente la rete ciclopedonale del Trentino si sviluppa per oltre 400 chilometri interamente asfaltati, suddivisi in 10 percorsi principali che si differenziano per lunghezza, dislivello e difficoltà e che si estendono dal Garda alle Dolomiti attraversando siti di grande valenza ambientale, parchi, biotopi, aree di interesse archeologico e culturale.

Ogni percorso è dotato di una specifica segnaletica orizzontale e verticale che integra quella del codice della strada e che caratterizza i percorsi nel Trentino, (la segnaletica orizzontale è di colore giallo) ed è corredata da tabelle informative sul luogo, la storia, la cultura e l'ambiente. Per migliorare la qualità dei percorsi, perseguendo un vecchio progetto che si intitolava: "più giardino che strada" sono state installate opere d'arte e allestiti degli scorci di arredo con specifica vegetazione.

Già nel 1991 è stato costruito il primo **Bicigrill** a Nomi, lungo la pista ciclabile della Valle dell'Adige. Successivamente ne sono stati costruiti altri quattro a Vigo Rendena, Levico Terme, Tezze di Grigno, Pellizzano e un altro verrà inaugurato questa primavera a Condino. Queste strutture, collocate in punti strategici dei percorsi ciclopedonali sono a disposizione per ristorare, informare e fornire assistenza, rendendo disponibili una serie di attrezzature per la piccola manutenzione della bicicletta.

La rete dei percorsi ciclopedonali assicura un alto grado di sicurezza che rende l'infrastruttura disponibile anche alla frequentazione dei bambini. Per questa ragione alla rete è stato assegnato dal 2007 il marchio "Family in Trentino", il marchio che viene rilasciato dalla Provincia di Trento agli operatori che rispondono alle esigenze delle famiglie soddisfacendo alcuni requisiti specifici, primo tra tutti la sicurezza. Ogni tratto della rete è stato classificato secondo tre gradi di difficoltà: verde, adatto anche ai bambini; giallo, leggermente impegnativo; rosso, impegnativo. Oggi, circa il 90% della rete è stata classificata come verde. Nel 2012 le 13 postazione contabici presenti sulla rete delle ciclabili hanno registrato 2.200.000 passaggi tra pedoni e ciclisti.

3 Per maggiori informazioni: http://www.aevvegwa.org/site/1Template1.asp?DocID=144&v1ID=&RevID=&namePage=&pageParent
4 Per maggiori informazioni sulla rete cicloturistica si veda: http://www.ciclabili.provincia.tn.it/ e http://www.visittrentino.it/it/vacanze_a_tema/vacanza_attiva

Per ognuno dei 10 percorsi della rete delle piste ciclabili sono state realizzate delle cicloguide disponibili nei centri informazioni delle ApT e nei Bicigrill e consultando il sito www.ciclabili.provincia.tn.it. Nel 2012 è stata realizzata la cicloguida "Sette giorni in Trentino sulle piste ciclabili" che raccoglie informazioni di natura culturale, storica e turistica su tre dei percorsi ciclabili fruibili sul territorio del Trentino. Sempre sul sito è possibile pianificare il proprio itinerario di viaggio ottenendo informazioni sulla percorribilità dei singoli tratti e scaricando le mappe con gli andamenti altimetrici dei percorsi. È inoltre disponibile un applicativo che consente la percorrenza virtuale delle piste ciclabili e un sistema GPS per la messa in linea dei tracciati.

L'Ufficio Piste Ciclopedonali sta lavorando correntemente ad un progetto per individuare una rete di anelli ciclopedonali in cooperazione fra gli operatori economici o istituzionali nelle regioni Arge Alp finalizzata a disporre di alcuni circuiti strutturati, in grado di attrarre il turista ciclista e il cicloturista, che possa soggiornare in una catena di esercizi convenzionati, trovando sul territorio i servizi e i mezzi adeguati. L'attuale congiuntura economica ha costretto l'amministrazione provinciale a rivedere il programma degli investimenti per la realizzazione di percorsi ciclopedonali con valenza solo turistica, riducendo l'ammontare degli stanziamenti che sono indirizzati verso infrastrutture che possano coniugare il trasporto attivo e la mobilità alternativa all'uso dell'automobile privata.

A gennaio 2014 in Trentino esistono 401.936 km di piste ciclabili, i quali saranno integrati da altri 170 km nei prossimi anni.

La rete escursionistica-pedonale

Come abbiamo già notato, l'attuale rete escursionistica pedonale trentina può contare in particolare su quanto nato con la centenaria storia alpinistica nonché sul patrimonio di strade lasciato dalla prima guerra mondiale. Negli anni trenta del secolo scorso fu merito della S.A.T. – Società degli Alpinisti Tridentini la prima catalogazione e riordino del patrimonio sentieristico del Trentino. Tale catasto è stato sempre mantenuto, ampliato e aggiornato negli anni fino ai nostri giorni. Tale catasto SAT è entrato, nella sua totalità, nell'elenco provinciale dei tracciati alpini quando l'amministrazione ha deciso nel 1993 di dotarsi di una legge riguardante le strutture alpinistiche.

L'amministrazione provinciale con la legge 15 marzo 1993, n. 8 "ordinamento dei rifugi, bivacchi, sentieri e vie ferrate" istituisce, all'articolo 2, l'elenco delle strutture alpinistiche riconosciute tra cui i tracciati alpini che sono definiti nell'articolo 8 della medesima legge. Sono in fatti considerati tracciati alpini:

a. i sentieri alpini quali percorsi escursionistici appositamente segnalati che consentono il passaggio in zone di montagna e conducono a rifugi, b ivacchi o località di interesse alpinistico, naturalistico e ambientale;
b. i sentieri alpini attrezzati quali tracciati appositamente segnalati che consentono il passaggio in zone di montagna, la cui percorribilità è parzialmente agevolata mediante idonee opere;
c. le vie ferrate quali itinerari di interesse alpinistico appositamente segnalati che si sviluppano totalmente o prevalentemente in zone rocciose o comunque impervie, la cui percorribilità è consentita dalla installazione di attrezzature fisse;
d. le vie alpinistiche quali itinerari che possono richiedere una progressione anche in arrampicata, segnalati solo da tracce di passaggio o ometti in pietra, attrezzate dei soli ancoraggi per agevolare l'assicurazione degli alpinisti.

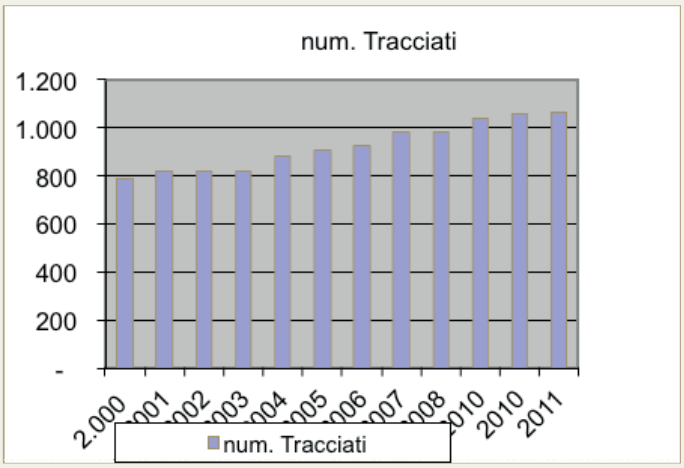


Figura 33. Numero dei tracciati alpini al 2011 (PaT, 2012)

Sono considerati tracciati alpini quei tracciati per cui sono stati individuati i soggetti impegnati a provvedere al loro controllo e manutenzione. L'iscrizione nell'elenco e l'esercizio dell'attività di controllo e manutenzione dei tracciati non escludono i rischi connessi alla frequentazione dell'ambiente montano.

Lo sviluppo della frequentazione della montagna con la mountain bike ha reso necessario regolamentare questo particolare settore e pertanto con due apposti articoli di legge si sono individuati i "Bike park" e si è istituita la "Rete provinciale dei percorsi in mountain bike" tramite l'integrazione alla l.p. 1993/8 con l'articolo 22/bis. Se la rete dei sentieri alpini attrezzati e non e delle vie ferrate è ben strutturata sul territorio, per "Bike Park" e "Rete provinciale dei percorsi in mountain bike" siamo nella fase iniziale dell'istituzione dei relativi elenchi.

A fine 2013 i tracciati alpini iscritti nell'elenco provinciale si estendono per quasi sei mila chilometri (esattamente 5.741.680 metri al 31/12/2013). Di questi il 93% è iscritto come S.A.T. La Figura 32 rappresenta i soli sentieri SAT.

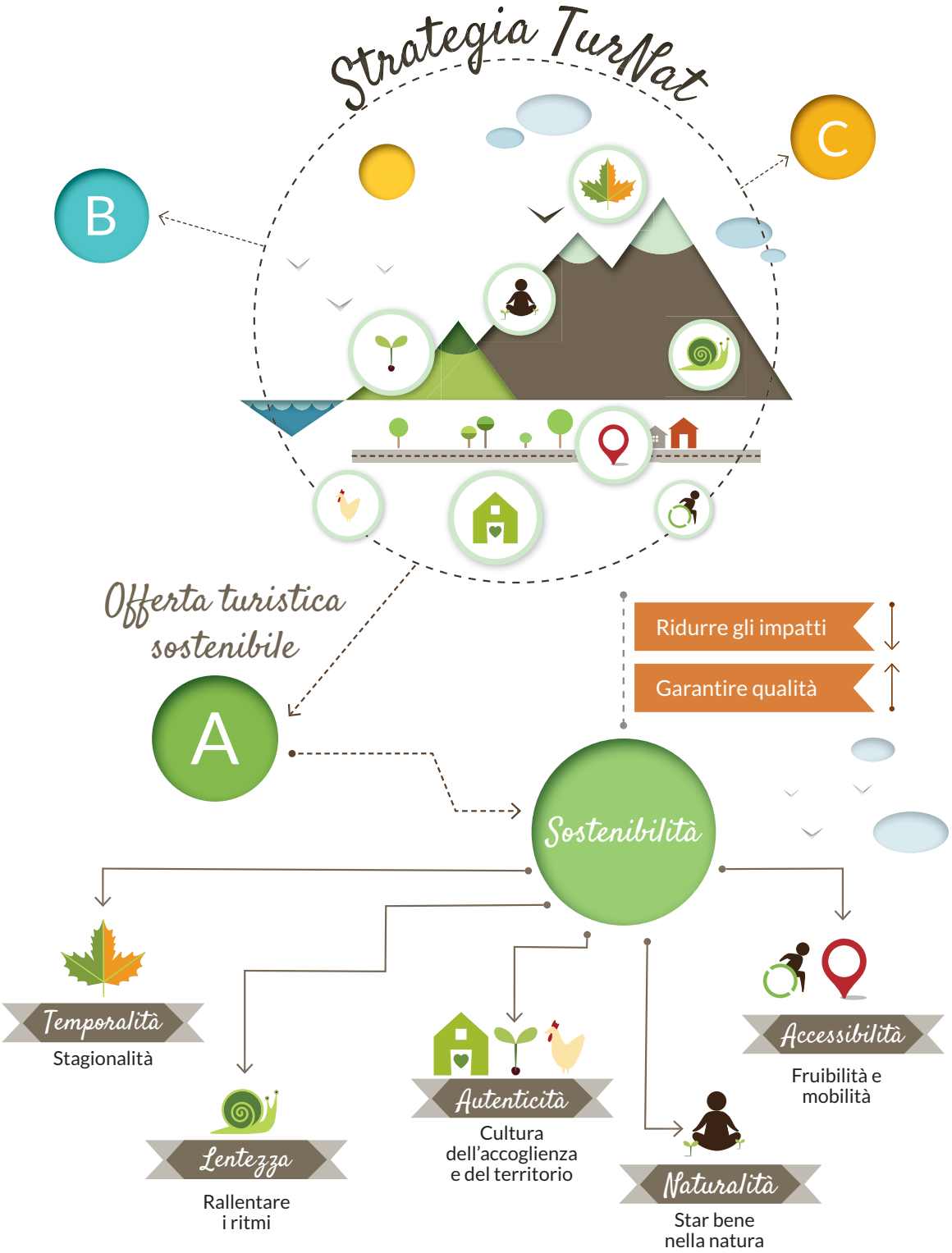
La Figura 33 mostra il trend storico dei tracciati alpini in Trentino fino al 2011.

Infine, una questione che emerge spesso in relazione alla fruizione di sentieri escursionisti è il tema della sicurezza. La PaT in collaborazione con l'Accademia della Montagna, la SAT, il Collegio delle guide alpine e l'associazione dei rifugi del Trentino ha deciso di realizzare un'attività che possa contribuire alla prevenzione degli incidenti in montagna. Si tratta di una guida alle escursioni, scritta in italiano, tedesco e inglese, che in 10 punti riassume le regole più importanti da conoscere per affrontare la montagna[5]. Un'altra azione suggerita dal Segretariato Permanente della Convenzione delle Alpi è lo sviluppo di rapporti di collaborazione con le assicurazioni al fine di pianificare una distribuzione del rischio più cautelativa.

5 Per maggiori informazioni: http://www.uffstampa.provincia.tn.it/csw/archidoc.nsf/DF95FA4C0F5BBC73C1257CF6004B61D2/$File/Guida%20alle%20escursioni.pdf

Gli assi di azione

All'interno dell'asse strategico A si sono definito sei assi di azione che declinano lo sviluppo turistico dell'offerta in termini di standard e di prodotto turistico vero e proprio.



A.0. Sostenibilità/Ridurre gli impatti e garantire qualità

Garantire la qualità dei prodotti turistici delle AAPP è fondamentale per costruire un'immagine distintiva delle stesse. Essere riconosciuti come destinazione o impresa di turismo sostenibile implica rispettare standard misurabili attraverso indicatori di performance e di processo.

Le AAPP saranno promotrici di comportamenti virtuosi e pratiche d'eccellenza non solo in campo ricettivo e ristorativo, ma anche in campo agricolo, stimolando l'avvio di filiere corte per la valorizzazione di prodotti locali che rappresentano la sintesi riuscita delle culture materiali del territorio.

Le azioni previste per quest'asse sono le seguenti:

- Creare una piattaforma che consenta agli operatori di partecipare a un percorso di sostenibilità ambientale per garantire esperienze "green" ai turisti:
  - Progettare un sistema di certificazione di buone pratiche ambientali e sociali per gli operatori valutando l'adozione di marchi riconosciuti (es: Ecolabel, Ecoristorazione, biologico) e l'eventuale adozione di marchi locali complementari in un'ottica di miglioramento continuo supportandoli mediante attività di formazione;
  - Favorire alleanze tra operatori turistici e produttori agricoli per la valorizzazione di produzioni a km zero e iniziative di sviluppo di distretti biologici;
  - Promuovere l'adesione al programma «Ecofeste» per gli eventi locali;
  - Favorire lo sviluppo di reti lunghe e alleanze internazionali con progetti già esistenti e di successo (es: Bandiere Arancioni, EMAS, Alliance in the Alps, Bergsteigdorfer, Alparc…);
- Promuovere, ove possibile, la riqualificazione sostenibile di strutture esistenti come rifugi e malghe;
- Valutare l'individuazione di un **sistema di monitoraggio** integrato per le destinazioni ispirato al Sistema Europeo degli Indicatori Turistici che permetta ad ogni area protetta di individuare gli obiettivi prioritari della strategia di gestione turistica e le eventuali azioni per perseguirli.

Fotografia 08. La foce del Fiume Sarca nella RR Basso Sarca, foto di Rete di Riserve Basso Sarca

Garantire qualità dell'offerta tra certificazioni e marchi

Nel contesto delle politiche internazionali, nazionali e locali degli ultimi vent'anni dove sono sempre più utilizzati i concetti di sostenibilità e di corresponsabilizzazione degli attori economici e sociali nelle dinamiche di gestione dei beni pubblici e comuni come l'ambiente, i marchi di qualità ecologica e altre forme di management ambientale costituiscono al giorno d'oggi importanti strumenti sia per responsabilizzare gli attori territoriali che per garantire determinati standard al consumatore. Nelle AAPP visto l'obiettivo di salvaguardia ambientale, questa necessità risulta sempre più importante e gli operatori economici legati ai territori protetti devono adottare comportamenti virtuosi per diminuire gli impatti della propria attività economica. Inoltre, coinvolgere un maggiore numero di operatori in pratiche più compatibili con la sostenibilità del territorio è un indicatore di maggiore sostenibilità della destinazione stessa. Allo stesso modo essere un'impresa in un territorio che si impegna nella protezione ambientale ed ecologica rafforza l'immagine di sostenibilità dell'impresa. Esiste quindi una reciprocità e mutuo rafforzamento tra la sostenibilità della destinazione e quella dell'impresa.

È riconosciuto anche un forte legame tra sostenibilità e qualità, tematiche importanti come la qualità dell'aria e delle acque e l'attenzione data alla cultura e alla biodiversità sono elementi centrali di una strategia di sviluppo locale sostenibile nonché di un turismo di qualità. All'interno di un contesto di alto valore naturalistico e culturale il concetto di qualità può ritrovare una propria distintività proprio nell'integrazione della qualità ambientale con i valori dell'area protetta e i tratti specifici del contesto locale andando oltre alla domanda classica di turismo ad "alto comfort standardizzato" per andare incontro a quella di naturalità e personalizzazione (Cannas e Solinas, 2004). Questo box di approfondimento cerca di fare chiarezza sui limiti e i vantaggi degli strumenti di partecipazione volontaria di gestione ambientali più conosciuti sotto il nome di marchi e di certificazioni, cercando infine di coniugare la questione della qualità all'interno delle AAPP. Esso presenta lo stato dell'arte e il caso Trentino del Qualità Parco.

Strumenti di partecipazione volontaria per operatori economici

In generale, la certificazione di qualità ambientale nasce come uno degli strumenti di partecipazione volontaria (accanto a codici di condotta e sistemi di gestione ambientale) che diversi tipi di imprese possono adottare per abbassare il proprio impatto ambientale e comunicare all'esterno tale impegno. Per un'impresa la consapevolezza del proprio impatto ambientale e sociale e il prendersene responsabilità tramite azioni concrete viene chiamato Resposanbilità Sociale d'Impresa (RSI, in inglese Corporate Social Responsability).

Nelle imprese turistiche molto spesso questi tipi di strumenti volontari diventano strumenti di green marketing e quindi un fattore di differenziazione che può trasformarsi in un possibile vantaggio competitivo. Parliamo di possibile, perché ci sono innumerevoli ricerche che spiegano il vantaggio portato da politiche di green marketing ma altrettanti che evidenzino come l'ambiente non è per il momento uno dei criteri di scelta che può fare concorrenza al prezzo. Ovviamente, come evidenziano molti studi (Graci & Dodds, 2008; Dewhurst & Thomas, 2003) più l'educazione ambientale aumenta, più la sensibilità ambientale dei viaggiatori diventerà criterio di scelta. Partendo da questo presupposto, i turisti provenienti da paesi con una forte coscienza verde saranno più sensibili a questo tipo di offerta. Tale ragionamento ci spiega perché chi ha aderito a certificazioni sponsorizzate dall'associazione Biohotels.info nata in Germania ammette la funzionalità delle certificazioni imputando tanti dei propri arrivi alla presenza sul sito dell'associazione/club di prodotto. Invece dagli studi che hanno investigato il settore alberghiero spagnolo e canadese sembra che la pressione maggiore sia arrivata dai tour operator (Ayuso, 2007; Graci e Dodds, 2008).

Ci sono diversi motivi per cui un albergatore può decidere di aderire a una certificazione ambientale, tra di essi citiamo:

- Prospettive di efficienza e di risparmio economici dovuti alla minimizzazione dei costi ambientali ed energetici;
- Consapevolezza dei propri impatti negativi;
- Motivazione etica;
- Comunicazione ed educazione ambientale da parte di esterni (es. governi, parchi)
- Pressioni dall'ambiente esterno; infatti può apparire vantaggioso per un'impresa adeguarsi in anticipo su alcuni standard ambientali in prospettiva di future legislazioni obbligatorie;
- Incentivi economici erogati dal governo alle imprese per adottare pratiche più sostenibili.
- Risposta alla domanda dei clienti. Nei mercati più evoluti, come quello danese e canadese ci sono evidenze di una correlazione tra l'aumento delle certificazioni ambientali e l'evoluzione della coscienza ambientale dei clienti. Si nota comunque che molto spesso, le PMI sono quelle meno sensibili a questi cambiamenti, soprattutto perché mancano del know-how adeguato.

Nell'adozione di iniziative volontarie a favore dell'ambiente è importante anche notare che è stata riscontrata una relazione tra grandezza dell'impresa e il suo comportamento "green". Infatti imprese più grandi hanno anche più disponibilità economica per investire in nuove pratiche gestionali oltre che essere più pressati dai propri investitori per intraprendere tali iniziative.

Per l'impresa c'è poi tutta la questione della scelta di quale strumento adottare. Per ogni settore produttivo, esistono numerosi e diversi tipi di strumenti di controllo e certificazioni degli standard ambientali che possono essere rilasciati da enti pubblici o privati[1]. Nel 2000 esistevano più di 100 diverse certificazioni ambientali (sia rilasciate da un ente pubblico come l'Ecolabel europeo che rilasciate da un privato come Green Tourism ma anche da associazioni ambientaliste come LegambienteTurismo) per le strutture alberghiere, un numero altissimo che non facilita l'operatore nello scegliere la migliore per la propria

1 Il sito http://www.standardsmap.org/ è una piattaforma online che offre la possibilità di consultare e comparare in maniera personalizzata più di 130 diversi standard di sostenibilità provenienti da tutto il mondo e suddivisi per settore dando per ognuno informazioni trasparenti e comparabili.

azienda. Nel 2009 se ne contano almeno 250 di cui 60 in Europa (LePre, 2009). Per quanto riguarda il settore ristorativo in Trentino è stato sviluppato il primo marchio italiano del settore, chiamato Ecoristorazione (http://www.eco.provincia.tn.it/Ecoristorazione_Trentino/), mentre per quanto riguarda il settore agricolo si possono certificare diversi aspetti attraverso la certificazione biologica europea oltre che diversi presidi Slow Food e al circuito delle Fattorie del Panda (progetto curato dal WWF). Tali strumenti si differenziano principalmente rispetto alle modalità di verifica degli standard, per esempio alcuni sono semplicemente delle auto-dichiarazioni, mentre altre sono delle auto-certificazioni controllate a sorpresa, mentre altri ancora ricorrono ad un audit esterno che dà la garanzia di una verifica imparziale.

La seguente tabella presenta invece diverse tipologie di vantaggi che la letteratura riconosce alle imprese che hanno aderito a pratiche di gestione ambientale.

Vantaggi economici	Vantaggi nella gestione	Vantaggi ambientali	Vantaggi relazionali
Costi di produzione più bassi (più efficienza) Migliorare reputazione e immagine Più valore con maggiore corrispettivo Strategia di differenziazione Strategia di segmentazione Flessibilità ai cambiamenti di mercato Strategia di cost-leadership Barriere di mercato Ottenere agevolazioni finanziarie/fiscali Sviluppare nuove opportunità di business	Efficienza nelle risorse finanziarie Efficienza nelle risorse umane e organizzative Tecnologie evolute Research & Development Accesso a materie prime locali Importanza del territorio Management del rischio Informazione, monitoraggio	Meno pressione sull'ambiente Riduzione delle emissioni e del consumo delle risorse Aumento della raccolta differenziata	Reti e alleanze strategiche Miglioramento delle relazioni con il cliente Miglioramento del servizio clienti Miglioramento dei rapporti con i dipendenti

Certamente il passaggio dall'adozione di una certificazione ad ottenere dei vantaggi economici di mercato non è scontato e soprattutto ottenere un vantaggio competitivo nel mercato non è un risultato automatico. Nella nostra ricerca è emerso che la sostenibilità ambientale deve essere innanzitutto comunicata efficacemente al cliente, come stimolo alla sua scelta di acquisto. Essa va però declinata in tutta l'immagine aziendale, non solo presentata con un asettico certificato, ma come una cultura fatta di attenzione ai dettagli e al cliente, orgoglio della propria terra (evidente anche nella gastronomia proposta), cura di sé, degli altri e del proprio territorio. La ristorazione sembra essere lo strumento più efficacie per comunicare tale attenzione, ma anche la struttura dell'edificio (a partire dai materiali) è importante per comunicare un'idea e un'esperienza di naturalità, autenticità e benessere.

Pare che al momento della scelta del tipo di struttura, la sensibilità ambientale non costituisca un elemento prioritario per la scelta e di sicuro è secondario rispetto al prezzo. D'altro canto, emerge che sempre più persone a parità di prezzo e di servizi scelgono una struttura che garantisce cura e attenzione verso l'ambiente.

In ogni caso, l'esperienza vera e propria vissuta dal turista rimane fondamentale per il successo di un'azienda che si vuole posizionare come "green". Per questo la scelta eco-friendly deve essere trasversale alla gestione dell'albergo, dalla raccolta differenziata alla gastronomia. Ma ancora più importante è che questa attenzione venga comunicata al cliente non perdendo nessuna occasione per spiegare perché si è fatta e cercando di coinvolgerlo in tale impegno. Fondamentale a riguardo è il coinvolgimento e la formazione del proprio staff.

I risultati di una strategia di green marketing integrata tra pratiche eco-friendly e la comunicazione al cliente, possono essere di tipo ambientale, economico e sociale. Ovviamente essi sono massimizzati se il cliente è coinvolto e partecipa alle azioni e apprezza l'impegno portato avanti dall'azienda.

Nel caso del progetto Qualità Parco, il punto di forza si trova proprio nell'avere combinato nella sua visione il marketing "verde" con quello territoriale in modo da dare un'identità fortemente valoriale al progetto. Nonostante ciò, il fattore forse decisivo del limitato successo di mercato, sembra essere la poca convinzione nelle strategie di marketing attuate sia dagli albergatori stessi che dal sistema delle DMO.

Secondo Santinato (2013) per attuare un green marketing efficace è molto importante che innanzitutto non sia green washing, ma che esistano pratiche e progetti che garantiscano tale impegno. Avere una certificazione sembra essere importante per un marketing efficace soprattutto in termini di promozione perché aiuta a coinvolgere il cliente e lo staff dando istruzioni standard su come comportarsi. Infatti la sostenibilità deve essere integrata all'interno della gestione dell'azienda identificando e monitorando gli impatti delle attività e soprattutto mettendo a disposizione risorse finanziarie e organizzative adeguate.

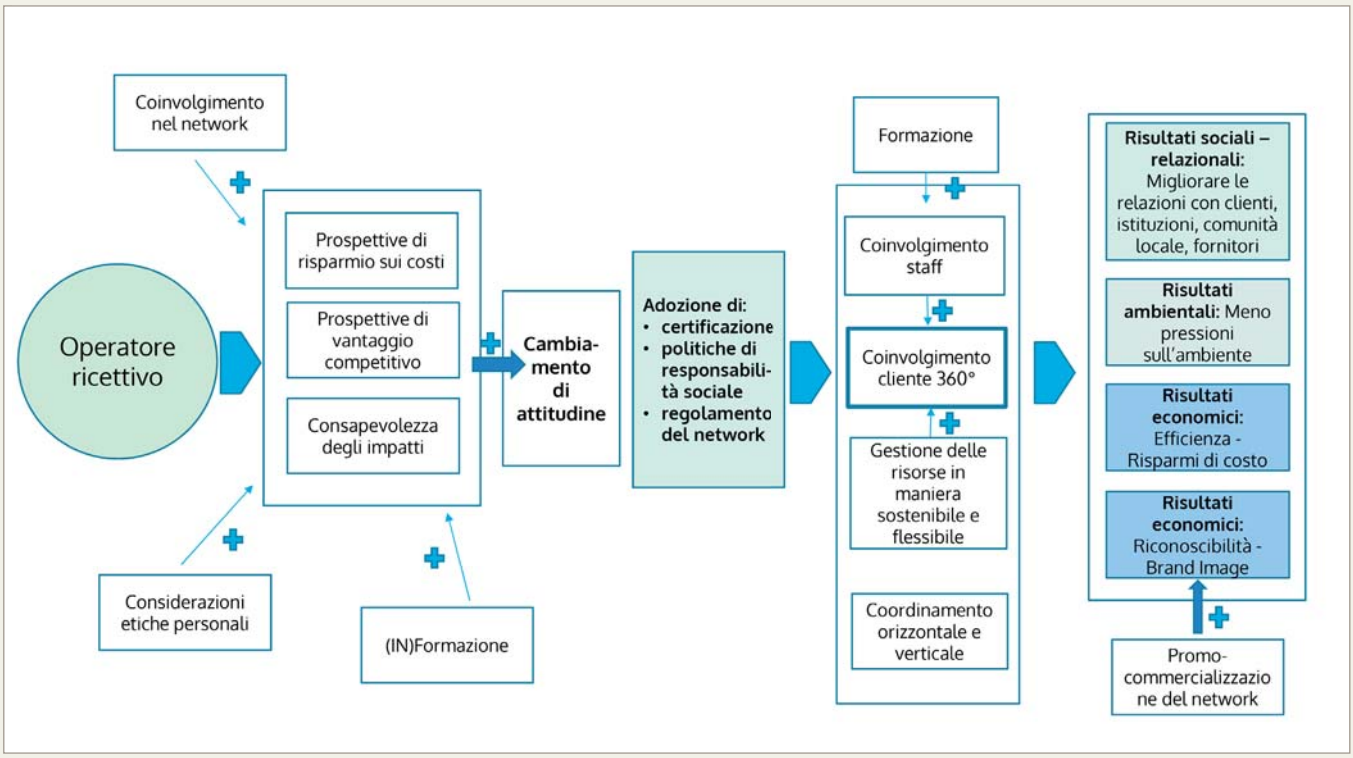


Figura 34. Elementi da considerare nel contesto di adesione a strumenti di gestione ambientali per imprese turistiche (elaborazione propria)

La Figura 34, prova a raffigurare le variabili che influenzano positivamente il successo della scelta di adottare strumenti di management ambientale dal punto di vista di un'impresa ricettiva.

Nel caso delle AAPP la certificazione ambientale può trovare strette sinergie con il sistema territoriale in modo da rispondere in maniera più diretta alle crescenti richieste del mercato legati a stili di vita più puliti e naturali e alla ricerca di un'autenticità e specificità perdute in un contesto mondiale sempre più standardizzato. Costruire sinergie tra territorio e sostenibilità è fondamentale per mettere in moto una strategia di marketing credibile ed efficace. Una strategia di marketing efficace deve però evitare la proliferazione di marchi e loghi che confondano il consumatore e le sue aspettative. È quindi fondamentale definire un sistema per tutte le AAPP del Trentino di coinvolgimento degli operatori che preveda un percorso che coniughi la possibilità di ridurre la pressione delle attività economiche sull'ambiente, la garanzia di uno standard comune di sostenibilità riconoscibile ai consumatori e la possibilità per ogni area protetta di salvaguardare e valorizzare le proprie peculiarità locali. È inoltre importante che tale sistema preveda una rete per mettere in comunicazione i vari operatori economici con l'ente parco stesso, che si garantisca formazione agli operatori e possibilmente il supporto con strumenti di autovalutazione rispetto agli standard da soddisfare. Per riassumere, gli strumenti di gestione ambientali per le imprese vengono spesso ridotti all'adozione di un marchio, ma è provato che non è il marchio come immagine grafica a fare la differenza ma piuttosto la relazione che si instaura con il cliente e come quest'ultimo percepisce la serietà dell'impegno dell'impresa.

Da consumatore, come riconoscere la serietà di un marchio ambientale?

- Trasparenza delle informazioni
- Impegno concreto e visibile nelle informazioni ma anche nei fatti (i valori e gli impegni devono essere visibili nell'accoglienza, nella gastronomia e nei servizi)
- Indicatori di performance ambientale
- Verifica esterna periodica

Da impresa, come dare un valore aggiunto al proprio marchio ambientale e fare diventare la sostenibilità un vantaggio competitivo?

- Cambiamento culturale (identificazione nei valori etici)
- Impegno verificabile (scelta dello strumento, della certificazione e del verificatore, attuazione)
- Chiara comunicazione dei valori e degli impegni
- Creare reti con altre aziende e fornitori con gli stessi valori

Best practice locale: Il caso trentino del marchio e Club di Prodotto "Qualità Parco"

Qualità Parco (QP) è un progetto nato a inizio degli anni 2000 nel PNAB per coinvolgere il tessuto economico-sociale del territorio: aziende ricettivo-turistiche, agro alimentari, scuole e strutture tipiche. Il progetto premia le aziende che rispondono a requisiti di tutela ambientale e legame col territorio e aderiscono alla cultura del Parco, concedendo l'uso del logo Qualità Parco. Il progetto è nato nel 2003 per il settore ricettivo- turistico (alberghi, garnì e campeggi). Il relativo disciplinare è stato approvato con delibera di Giunta Esecutiva n. 59 del 29 maggio 2003. Nel 2005 il progetto è stato ampliato anche al settore scolastico e sono stati approvati i relativi requisiti per le Scuole primarie e secondarie di primo grado. Successivamente, nel 2007 è stato approvato il protocollo per la concessione del Marchio al settore agroalimentare e nello specifico ai produttori di miele. Nel 2008, la Giunta Esecutiva con delibera n. 4 del 10 gennaio, approvava il protocollo relativo alle "Strutture tipiche" (affittacamere, agritur, bed & breakfast e rifugi escursionistici) e nello stesso anno approva anche quello per i produttori di formaggio di malga. Infine nel 2010 è stato approvato il protocollo anche per le scuole secondarie superiori. Le strutture candidate devono dimostrare di rispettare una serie di criteri obbligatori e facoltativi legati agli aspetti ambientali, gestionali e comunicativi. I criteri sono verificati da un ente indipendente per le strutture turistico-alberghiere e tipiche, il Det Norske Veritas Italia, azienda leader nel settore della certificazione. Il verificatore ha il compito di valutare l'effettiva applicazione e conformità dei requisiti, compila una check list ed il rapporto di verifica i quali vengono poi sottoposti al "Comitato Tecnico Marchio", composto da rappresentanti del Parco, della Provincia Autonoma di Trento e delle associazioni di categoria. Infine spetta alla Giunta Esecutiva del Pnab di deliberare l'assegnazione del marchio "Qualità Parco".

Il progetto del QP è particolarmente rilevante per aver dato vita all'omonimo Club di Prodotto basato sulla certificazione ambientale integrata da azioni di marketing territoriale. Va però constatato che, dopo 10 anni, non ci sono dei benefici economici certificati e si sta quindi tentando di capirne il motivo per cercare di farlo evolvere verso un progetto a portata provinciale. Le strutture ricettive con il marchio QP possono scegliere se fare parte dell'associazione QP o del Club QP (quest'ultimo è più impegnato nelle azioni di promo-commercializzazione e richiede una quota di partecipazione più consistente).

Dopo un'attenta analisi della letteratura internazionale sull'argomento, è stato intervistato un piccolo campione di imprese aderenti al QP così come altre imprese in Italia che si differenziano per fascia di prezzo e tipologia per capire se risultano essere esempi di successo nel turismo green. Inoltre, per ogni azienda sono stati analizzati i commenti in TripAdvisor e booking.com per capire se il cliente mette in risalto alcuni aspetti legati alla "cultura green" dell'azienda.

Analiticamente il progetto Qualità Parco può essere scomposto in tre elementi:

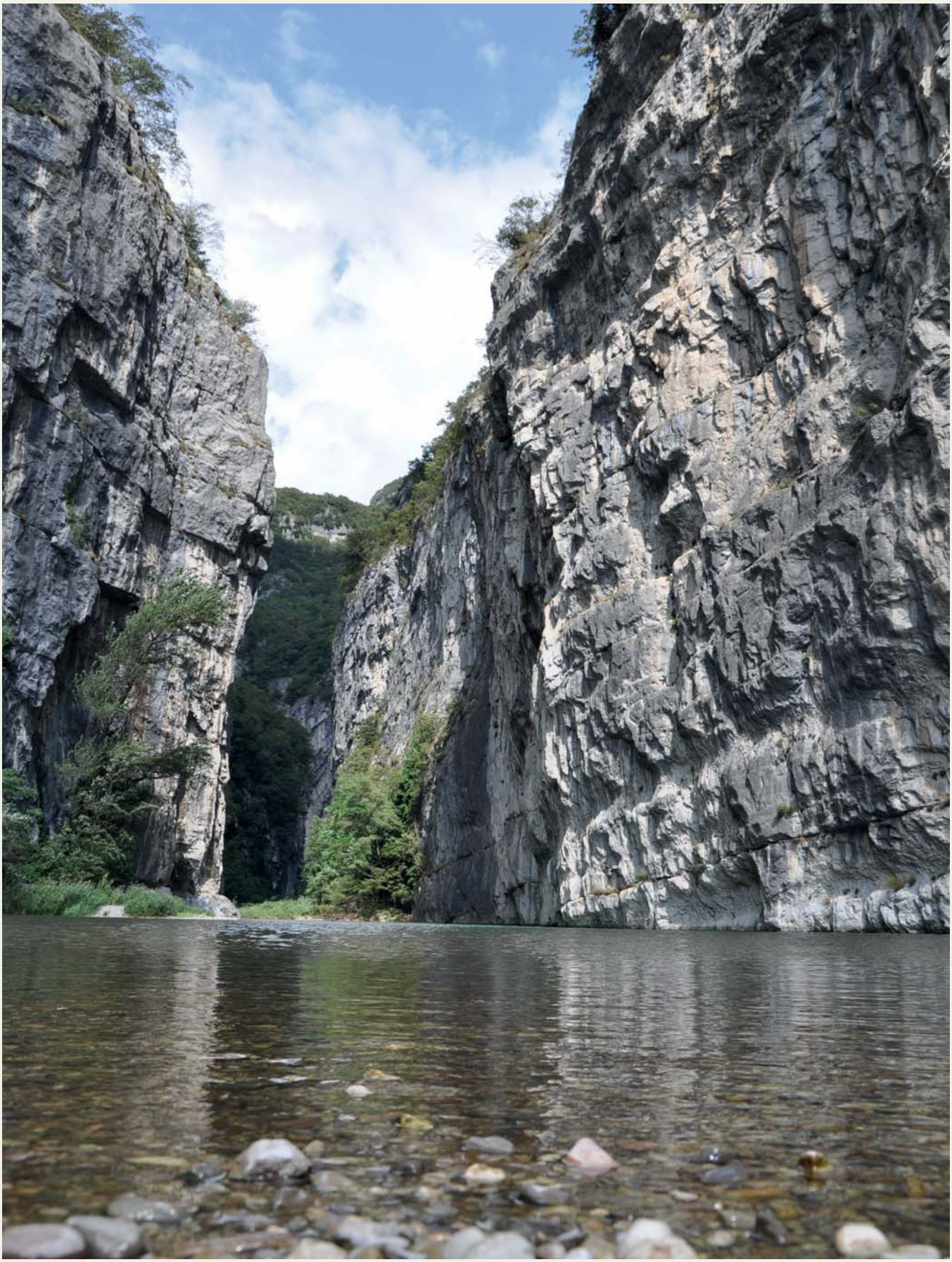
1. Rete. Il progetto ha dato vita sia a una collaborazione tra ente parco e operatori turistici che hanno condiviso la mission del parco ma anche una collaborazione tra operatori stessi. Questa dimensione è considerata importantissima da tutti gli stakeholder e il vero punto di forza del progetto; infatti senza questa forte collaborazione non sarebbero mai stati attuati i successivi due elementi. Il legame tra parco e operatori e tra operatori stessi è importantissimo perché costruendo e perseguendo obiettivi comuni (marketing territoriale, riduzione emissioni, sensibilizzazione sulle tematiche ambientali) porta innovazione e attuazione di una strategia sostenibile.

2. Qualità e certificazione. Sebbene sia positivo che il controllo della qualità sia affidato a un ente esterno e non interno o autocertificato (come nel caso della Carta Qualità del Parco delle Dolomiti Bellunesi[1]), questo implica anche maggiori costi. Rimane positivo che il QP non si limiti agli aspetti ambientali ma includa nel proprio disciplinare sia aspetti territoriali che aspetti legati all'accoglienza e alla comunicazione.

3. Offerta turistica e club di prodotto. Questo sembra essere l'elemento più debole e secondo gli operatori non ha portato risultati economici significativi. Cosa confermata da una ricerca della PaT (2012) e dalla nostra breve ricerca sulle recensioni online. In tale contesto si evidenzia la necessità di ripartire dalle esperienze passate come "Parchi da vivere" e dall'attuale PARCO CARD per cercare di capire come le strutture aderenti a un futuro club di prodotto possano inserirsi con successo nel mercato. La natura, la ristorazione, ma anche la mobilità sostenibile e l'agricoltura di qualità (natura antropizzata) sono state menzionate come importanti cardini di questa offerta. In tale contesto si è parlato anche delle CARD e di possibili evoluzioni in senso QP. La ristorazione a KM 0 è senz'altro una dimensione da valorizzare ulteriormente in quanto l'enogastronomia è ambasciatore per eccellenza del territorio, ma nella pianificazione futura bisogna includere anche servizi legati al territorio circostante in modo da rendere sempre più evidente all'ospite la relazione che c'è tra la struttura ricettiva e l'area protetta.

Nel futuro altri elementi da integrare potrebbero essere legati alla formazione e all'autovalutazione rispetto ai requisiti da soddisfare.

1 Per maggiori informazioni sul progetto Carta Qualità del Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi http://www.dolomitipark.it/it/page.php?id=252 e http://www.dolomitipark.it/doc_pdf/p_749_m02_sistema_di_concessione_del_marchio_rev05.pdf



Fotografia 09. La forra del Limarò nella RR Basso Sarca, foto di Rete di Riserve Basso Sarca

Best practice locale: Giovani Albergatori del Trentino e Coldiretti Giovani Impresa Trento

Il progetto ha vinto il premio "Il turismo incontra l'agricoltura" dell'Euregio (Tirolo, Alto Adige, Trentino) nel 2012. Hanno aderito 180 albergatori e 300 agricoltori. Il progetto mira a mettere in contatto direttamente la domanda e l'offerta di prodotti agroalimentari. È infatti evidenziato il bisogno fondamentale di trasmettere al cliente la specificità del territorio attraverso l'agricoltura e quindi l'alleanza diretta tra albergatore e agricoltore può essere un metodo efficace per trasmettere al meglio questi valori.

Il progetto si è costituito con una prima fase di dialogo tra agricoltori e albergatori per capire quali erano gli estremi per una collaborazione. Come prima cosa sono stati individuati gli albergatori disposti ad acquistare direttamente dal produttore. Durante il progetto sono nate sinergie spontanee che si sono sviluppate soprattutto per quanto riguarda prodotti trasformati perché più semplici da trasportare e conservare; infatti molti prodotti freschi risentono dei forti picchi di produzione e non sempre il piccolo produttore può farsi carico delle spese di trasporto per la distribuzione o impiegare il proprio tempo nel trasporto durante le stagioni di maggior lavoro in campagna.

Best practice: Le Bio-eccellenze

Progetto nazionale -in collaborazione tra AIAB, Federparchi, Ministero Ambiente, Legambiente, WWF….)

Censimento delle aziende biologiche presenti all'interno dei nostri 24 Parchi Nazionali

BIOECCELLENZA: neologismo che intende una filiera virtuosa che, in tutte le sue fasi, dalla produzione bio, alla trasformazione, dal commercio all'indotto turistico, tuteli ambiente e biodiversità, contribuendo a una sostenibile gestione del territorio.

Per altre informazioni:

- www.bioeccellenze.org

Best practice: Genuss Region Österreich

L'iniziativa "Genuss Region Österreich" promuove la cooperazione tra turismo, gastronomia, agricoltura e commercio. Il collegamento di un alimento al luogo di origine e al suo specifico processo di lavorazione serve a fare comprendere ai consumatori il rapporto tra il paesaggio tradizionale, le specialità gastronomiche locali e il loro processo di produzione. Oltre che valorizzare i produttori e i prodotti tramite un sito che facilità la ricerca dei prodotti e dei luoghi dove vengono prodotti, si è anche creato un sito apposito e multi-lingue per la vendita online dei prodotti.

Per maggiori informazioni:

- www.genuss-region.at
- www.gr-verein.at

Fotografia 10. La salita verso la Cima del Monte Parì con vista sul lago di Ledro nella Rete di Riserve Alpi Ledrensi, Foto dell'archivio Consorzio per il Turismo della Valle di Ledro

Best Practice: VisitBritain e la promozione prioritaria di strutture ricettive impegnate in pratiche di sostenibilità

Partendo dall'esperienza di VisitEngland anche VisitBritain ha deciso di premiare attraverso una promozione prioritaria quelle strutture ricettive che hanno deciso di impegnarsi in pratiche di gestione attente all'ambiente.

VisitBritain come VisitEngland hanno deciso di non creare una nuova certificazione ambientale ma di valutare quali certificazioni già esistenti fossero più credibili e di utilizzare queste ultime come requisito per le imprese ricettive.

Quindi alle imprese aderenti a quelle certificazioni viene garantita una maggiore visibilità e la possibilità di usare il logo col fiore a forma di cuore vicino alla classificazione con le stelle.

Per il momento VisitBritain si affida alla certificazione privata Green Tourism Business Scheme, mentre VisitEngland prevede oltre il Green Tourism Business Scheme anche il Peak District Environmental Quality Scheme, il marchio di qualità dell'omonimo Parco Natuale.

VisitBritain prevede anche un logo che indichi l'inizio di processo verso un turismo sostenibile. Queste attività rientrano in un programma denominato 'Green Start' e hanno iniziato il loro cammino per essere riconosciuti come luoghi sostenibili presso cui alloggiare. Il programma 'Green Start' indica le basi per qualsiasi attività che desideri iniziare a impegnarsi nel turismo sostenibile.

Per maggiori informazioni:

- www.visitbritain.com/it/Accommodation/Green-tourism/Green-accreditation-scheme.htm
- www.visitengland.com/green-accreditation-schemes
- www.visitengland.org/busdev/accreditation/greenschemes/Validation/index.aspx

Best Practice: T-QUAL - Australia

T-QUAL è il simbolo nazionale del Governo australiano per il turismo di qualità. Le aziende del settore turistico che riportano il segno T-QUAL sono state sottoposte a rigorose valutazioni per garantire al turista la qualità del servizio offerto.

Ogni attività commerciale per adottare il simbolo T-QUAL deve aderire a uno degli schemi per la garanzia della qualità che hanno soddisfatto i requisiti dell'accreditamento T-QUAL. I possibili schemi differiscono molto l'uno dall'altro e infatti si può aderire all'ECO Certification (schema di qualità ambientale) and ROC Certification (che certifica l'equità sociale ed economica verso le popolazioni locali indigene).

Le aziende che si certificano tramite i programmi convenzionati con T-QUAL possono beneficare di una maggiore visibilità nella promozione, distribuzione online e credibilità. Secondo il governo australiano, questo sistema oltre a garantire ai turisti standard di qualità elevati costituisce anche un elemento di differenza che stimola la competitività delle aziende.

Il Tourism Quality Council of Australia (TQCA) supervisiona tutto il sistema T-QUAL di certificazione, mentre il Dipartimento delle risorse, energia e turismo fornisce supporto amministrativo e tecnico. Infine Tourism Australia è il responsabile del marketing e della promozione di T-QUAL sia verso le aziende che verso i potenziali turisti.

Interessante è notare che per promuovere il programma di T-QUAL è stato preso un accordo con TripAdvisor dove è stato creato un micro-sito dedicato a T-QUAL e alle sue aziende. Tale micro-sito consente al consumatore di esprimersi facilmente sulla propria esperienza di vacanza tramite anche un modulo che è indirizzato direttamente al ministero responsabile e incentiva l'azienda ad usare al meglio le potenzialità della web-reputation aiutandola a gestire al meglio le revisioni dei clienti.

Per ulteriori informazioni:

- www.australia.com/it/TQUAL.aspx
- www.austrade.gov.au/Tourism/Policies/National-long-term-strategy/Tourism-2020
- www.tourism.australia.com/documents/Industry/T-QUAL_2020_Strategy_Brochure_online.pdf
- http://satic.com.au/index.php/programs/

Best Practice: Costarica

La Costa Rica costituisce una best practice unica a livello internazionale per quanto riguarda le politiche turistiche ma non solo. Il fatto che la Costa Rica abbia deciso già nel 1949 di non avere un esercito ha permesso di sviluppare altri settori come quello dell'educazione, nella protezione della biodiversità (27% del suo territorio è protetto) e del turismo. Il boom turistico in Costa Rica iniziò negli anni ottanta e nella decade successiva si incominciò a ricercare dei meccanismi per rendere più sostenibili gli enormi flussi turistici e le attività al loro servizio. Così nel 1996 il governo attuò il programma "Ecological Bandiera Azul" per la certificazione dello stato integro e la gestione sostenibile delle spiagge ispirato ai parametri della Bandiera Blu europea. Il successo non è stato immediato ma dal 2004 in poi il numero di spiagge certificate è aumentato esponenzialmente. Parallelamente, nel 2006, l'agenzia nazionale per il turismo sviluppò un altro sistema di certificazione ambientale volontaria, the Certification for Sustainable Tourism (CST) program rivolta alle imprese turistiche al fine di valutare la sostenibilità delle loro attività giornaliere. Il conseguimento della certificazione richiede che la struttura venga valutata in cinque aspetti, ognuno dei quali è giudicato su una scala che va da 0 a 5:

- Rapporto con l'ambiente naturale (valuta la sostenibilità degli impatti dell'impresa sull' ambiente naturale circostante)
- Infrastrutture e servizi (è esclusivo per le strutture di pernottamento e valuta la sostenibilità ambientale e l'efficienza energetica delle infrastrutture e dei servizi offerti al cliente)
- Gestione del servizio (è esclusivo per i tour operator e valuta il livello di sostenibilità che l'impresa considera nel progettare i propri prodotti turistici)
- Comunicazione al cliente (valuta il livello con cui il cliente è informato e coinvolto nell'attuare pratiche di sostenibilità)
- Ambiente socio-economico (valuta il livello di interazione positiva tra impresa e comunità locale, cercando di individuare il contributo dato da tale gestione allo sviluppo regionale)

La certificazione è amministrata dall' Instituto Costarricense de Turismo (ICT), ente governativo è stata lanciata nel 1997 e nel 2009 contava 84 strutture ricettive aderenti. Non sono previste spese da parte delle aziende che vogliono candidarsi, le quali devono inizialmente solo compilare un modulo online.

L'aspetto più interessante di tale sistema di certificazione è che esso è pianificato per permettere anche una serie di incentivi alle imprese partecipanti che sono direttamente proporzionate al miglioramento delle performance. Quindi il sistema premia l'impresa che migliora i propri parametri certificati attraverso vari meccanismi, come una specifica e più esposta promozione in patria e all'estero, una formazione specializzata per i dipendenti dell'impresa e la partecipazione a fiere di settore internazionali.

Per maggiori informazioni:

- www.turismo-sostenible.co.cr/en
- www.anywherecostarica.com/sustainable/cst-sustainable-tourism

Fotografia 11. La strada del Ponale che collega Riva del Garda alla Val di Ledro nella Rete di Riserve delle Alpi Ledrensi. Foto dell'Archivio Consorzio per il Turismo della Valle di Ledro

Best practice locale: Progetto SY-CULTour

La rete degli ecomusei trentini insieme all'ufficio per le Produzioni Biologiche della PaT partecipa al progetto europeo SY-CULTour che coinvolge 9 aree pilota (tra cui il Trentino) in 6 diverse nazioni. L'obiettivo è quello di creare sinergia fra agricoltura e turismo, utilizzando i potenziali culturali nelle zone rurali. I valori culturali con potenziale sviluppo sono elementi materiali, di origine antropica o naturale, collegati al territorio, identificati dai portatori d'interesse come potenziali animatori di sviluppo economico, sociale, ecologico o culturale. Il potenziale di sviluppo di un valore culturale è la sua capacità di essere parte delle azioni di crescita endogena di un territorio. Dopo l'identificazione del quadro istituzionale, l'analisi storica e terminologica, è seguita una classificazione dei bene e dei valori culturali, individuando i beni e i valori culturali con potenziale di sviluppo; infine vi è stata la mappatura e la pubblicazione sul WEB di quanto riscontrato. L'obiettivo è quello di attirare piccoli gruppi di turisti di nicchia. Con il coinvolgimento degli ecomusei si è cercato di valorizzare le aree sinora più svantaggiate, scoprendo un patrimonio di erbe officinali che era decisamente sottovalutato. Infatti, questo progetto era collegato alla valorizzazione dell'iniziativa provinciale Trentinerbe, marchio nato per valorizzare le produzioni trentine di piante officinali, qualificare e garantire il consumatore . Altri obiettivi del progetto erano quelli di:

- Sviluppare a livello territoriale l'integrazione fra il settore produttivo delle erbe officinali, il turismo e la ristorazione;
- Promuovere e conservare la cultura rurale connessa con l'utilizzo delle piante officinali spontanee ad uso alimentare;
- Creare percorsi tematici, collezioni erboristiche, eventi, attività formative ed azioni dimostrative in grado di collegare il turismo con le erbe officinali;
- Sviluppare modelli di strategie di mercato, contratti di filiera e sviluppo del sistema di certificazione;
- Organizzazione di studi, seminari e conferenze.
- Durante il progetto è emersa la necessità di competenze innovative personificate in due figure professionali particolarmente importanti:
- Il facilitatore – figura necessaria per mettere in rete e in moto l'offerta turistica e per individuare i valori culturali da promuovere
- L'accompagnatore di territorio- figura importante per guidare con discrezione il turista nella scoperta della cultura del territorio ospitante

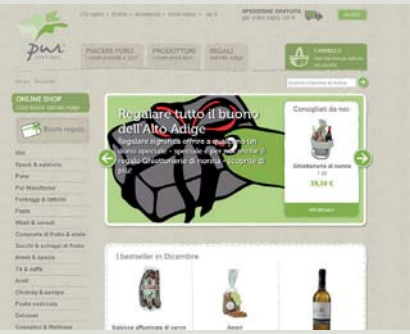
Per maggiori informazioni:

- www.ecomusei.trentino.it/2011/11/sy-cultour-sinergia-tra-cultura-e-turismo

Best practice locale: La filiera corta dei formaggi in Val di Sole

Un altro esempio di filiera corta e alleanze tra alberghi e produttori lo si trova in Val di Sole dove da 5 anni il caseificio sociale Presanella di Mezzana rifornisce direttamente con i suoi prodotti freschi (latte e formaggio) alcuni albergatori. La distribuzione è effettuata giornalmente tramite un pulmino e gli albergatori portano o invitano i propri ospiti a visitare e conoscere il caseificio. Il valore aggiunto si trova proprio in questo momento dove i turisti conoscono e poi comprano i prodotti del caseificio.

Best practice: PUR SÜDTIROL - IL MERCATO DEI SAPORI



Il sito PUR SÜDTIROL – il mercato dei sapori è nato da un'idea di due altoatesini, un sommelier e un esperto di mercati che condividevano l'ambizione comune di attuare un progetto volto a far in modo che la qualità regionale fosse accessibile a chiunque a prezzi equi fungendo da portavoce per gli ambiziosi contadini locali. Per assicurare la qualità dei prodotti venduti sul sito hanno condiviso con tutti gli stakeholder alti requisiti che garantiscono l'affidabilità di tutta la filiera. Questo processo è assicurato tramite la collaborazione del TIS innovation park, all'Unione Agricoltori e Coltivatori diretti Sudtirolesi e al Centro per la Sperimentazione Agraria e Forestale Laimburg. Oltre ad un'alta qualità dei prodotti, il sito assicura anche di attuare politiche di prezzi equi sia per i produttori che per i consumatori cercando di comprare la merce direttamente dai contadini evitando costi di intermediazione.

Per maggiori informazioni:

- www.pursuedtirol.com/it/specialit%C3%A0-alto-adige/1-0.html

Best practice: ViVa - Vivere la Valle d'Aosta

Nel 2011 la Regione Autonoma Valle d'Aosta ha avviato un progetto cofinanziato dall'Unione europea, dallo Stato e dalla Regione, nell'ambito del Programma operativo Competitività regionale 2007/13, finalizzato a promuovere la valorizzazione turistica consapevole dei siti di particolare pregio naturalistico. Così è nato VIVA, Valle d'Aosta unica per natura, un progetto che mira a "rappresentare un modo nuovo di tutelare l'ambiente naturale, stimolare una fruizione guidata e consapevole della natura, offrire opportunità di sviluppo socio economico per le comunità locali". L'obiettivo principale del progetto è "superare l'attuale frammentazione e creare una forte immagine unitaria del prodotto natura valdostano, sviluppare sinergie con gli altri settori quali l'agricoltura e la cultura ma, soprattutto, promuovere una fruizione basata su principi di eco-sostenibilità, nel rispetto delle esigenze di tutela di queste aree". Il progetto si è articolato su tre assi principali:

- costruzione del "Sistema Valle d'Aosta Natura": sinergie con gli operatori e il territorio; "pacchetti turistici" integrati per i diversi segmenti di domanda; interventi diretti di sistemazione di percorsi di visita;
- promozione del "Sistema Valle d'Aosta Natura";
- creazione dell'"Osservatorio della Biodiversità": aggiornamento dello stato delle conoscenze in ambito naturalistico, creazione di banche dati, condivisione di informazioni e dati;
- informazione e sensibilizzazione: scuola, operatori professionali, turisti.

Per maggiori informazioni:

- www.vivavda.it/sistema_viva/progetto_i.aspx
- www.regione.vda.it/risorsenaturali/conservazione/vdanaturemetro/default_i.asp

A.1. Temporalità/Diversificare per destagionalizzare

La destagionalizzazione è un'esigenza prioritaria per il turismo in Trentino. L'offerta delle AAPP può valorizzare tutte le stagioni, anche quelle attualmente poco praticate dal turismo, differenziando le attività e i prodotti in modo da incentivare la fruizione su tutto l'arco dell'anno. Ogni stagione ha colori, profumi, intensità e ritmi unici. Sono miniere di opportunità, di stimoli, di idee. Secondo lo studio dell'Accademia d'Impresa e S3.Studium (2013) la destagionalizzazione può essere perseguita attraverso la creazione di sinergie con la dimensione culturale della relazione tra turista e territorio visitato così sviluppando un'offerta integrata e intersettoriale che possa essere attrattiva sia per i residenti che per i turisti.

Le azioni previste per quest'asse sono le seguenti.

Progettare prodotti e iniziative che valorizzino la natura, attraverso contenuti che richiamino i suoi ritmi e cicli (risveglio, maturazione, sonno) legati alle stagioni di minor affluenza turistica:

- Promuovere opportune alleanze con gli operatori per incentivare la garanzia di servizi turistici su tutto l'arco dell'anno;
- Identificare i target che rifuggono l'alta concentrazione turistica dei mesi estivi/invernali;
- Sviluppare programmi educativo-ricreativi **per scuole e università** in periodi di bassa stagione.

Best Practice (Alto Adige): Offerta destagionalizzata basata sulle produzioni locali, il Törggelen e il Sentiero dei Castagni

L'Alto Adige negli ultimi anni ha sviluppato e promosso delle iniziative per valorizzare la stagione autunnale. Tra queste le più importanti sono il Törggelen e il Sentiero del Castagno. Per quanto riguarda il primo, il nome "Törggelen" deriva dal latino "torquere" ovvero pigiare, pressare l'uva dopo la vendemmia. Tale usanza proviene dai tempi passati quando amici e parenti si recavano ad aiutare il contadino nel periodo della vendemmia e ricevevano per ricompensa un piatto caldo e del vino. Oggi tale usanza è stata trasformata in una vera e propria esperienza turistica dove i masi sono i veri protagonisti. Il Törggelen e l'offerta dei masi altoatesini sono combinati al Sentiero dei Castagni (Keschtnweg) un percorso immerso nei boschi di latifoglie che parte da Castel Roncolo a Bolzano ed arriva fino a Varna nei pressi di Bressanone, passando per l'altipiano del Renon.

Per ulteriori informazioni:

- www.suedtirol.info/it/News-e-info/Cucina-altoatesina-e-ricette/Toerggelen/artikel/a8d55c4a-7e01-4671-a048-011f4a82a58d/Il-sentiero-del-castagno.html
- www.valleisarco.info/it/attivita/escursionismo-arrampicata/sentiero-del-castagno/
- www.suedtirol.info/it/News-e-info/Cucina-altoatesina-e-ricette/Toerggelen.html

Fotografia 12. Laghetto del Vedes nella Rete di Riserve Alta Cembra-Avisio, Foto di M. Fernetti

A.2. Lentezza/Rallentare i ritmi

Riscoprire il valore della lentezza come elemento integrante della vita della montagna. Riconoscere il valore del limite, introducendo forme di governo dei flussi. Utilizzare mezzi per scoprire il territorio in modo lento, profondo, contemplativo, senza fretta, per scoprire la natura e se stessi. Dare valore alla socialità della vacanza lenta.

Le azioni previste per quest'asse sono le seguenti:

- Valorizzare i prodotti legati al movimento lento:
  - Il camminare:
    - Escursionismo, Trekking, Nordic walking, Ciaspole;
  - Il pedalare:
    - Cicloturismo, Bici elettriche, Mtb (regolato e sostenibile);
  - Il trekking con asini e cavallo;
  - Lo sci da fondo e lo sci da alpinismo.
- Assicurare la mobilità intermodale alternativa all'auto;
- Progettare itinerari di varia lunghezza e difficoltà per la valorizzazione del patrimonio culturale, gastronomico e ambientale sia all'interno di singole AAPP sia di collegamento tra varie AAPP; i percorsi vanno resi fruibili attraverso mezzi alternativi all'automobile privata utilizzando le reti già esistenti.

Best Practice: - Trekking con le capre (Svizzera)

In Svizzera alcuni agricoltori hanno pensato di sviluppare dei servizi turistici di accompagnamento al trekking puntando sulle capre e sulla loro gande resistenza e agilità nei sentieri scoscesi di montagna. Di seguito due esempi di azienda che hanno fatto questa scelta. Sono diventati così una vera e propria attrazione turistica come dimostra il sito di una destinazione svizzera:

- www.packgeiss.ch
- www.geissherz.ch/uber-uns

Foto a sinistra: pagina Facebook di Packgeiss.com

Foto a destra: www.amden-weesen.ch/de/berg-erlebnisse/berg-wandern/trekking-geiss.html)

Best practice: A piedi tra le nuvole – Colle del Nivolet (Parco Nazionale Gran Paradiso)

Il progetto "A piedi tra le nuvole" è promosso dal Parco Nazionale Gran Paradiso in collaborazione con gli enti locali, tra cui la Provincia di Torino e la Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Torino. Il Nivolet è un pianoro di torbiere e zone umide a 2.500 metri di altitudine. Per ridurre i grandi volumi di traffico privato, dal 2003 ogni estate si svolge l'iniziativa "A piedi tra le nuovele" con cui il Parco promuove una fruizione dolce del suo territorio chiudendo al traffico gli ultimi sei chilometri di strada tutte le domeniche di luglio e agosto e a Ferragosto. In alternativa si possono percorrere a piedi, in bici o in bus navetta. Il progetto, oltre a regolare il traffico e il parcheggio, intende valorizzare tutta la zona attraverso esperienze di mobilità dolce. Tra le ultime iniziative avviate c'è il Bike Sharing tra le nuvole, progetto co-finanziato dal Ministero dell'Ambiente, per favorire l'uso delle due ruote nelle AAPP. Tale iniziativa comprende un servizio di noleggio bici, servizi di accompagnamento ciclo-turistici la posa di rastrelliere, la collaborazione con il Gruppo Trasporti Torinese per la messa a disposizione di autobus attrezzati al trasporto di biciclette. Nel maggio 2014 l'iniziativa "A piedi tra le nuvole – Colle del Nivolet" è stato premiata tra i progetti finalisti per il Premio Smart City, promosso da Smau e Anci.

Altre informazioni:

- www.pngp.it/nivolet/index.html
- www.pngp.it/sites/default/files/allegati/bike_sharing_nivolet_0.pdf

Best Practice locale: Il sentiero della Pace

Il centenario dell'inizio della Grande Guerra costituisce per la Provincia Autonoma di Trento un'opportunità per rivalorizzare il lungo percorso sviluppato negli anni '90 per ricordare una parte di storia molto importante per le montagne trentine. Il Sentiero della Pace è un tracciato di lunga percorrenza di 520 Km che collega i luoghi e le memorie sul fronte meridionale della Grande Guerra in quel particolare e difficile territorio alpino che costituiva il settore meridionale della guerra italo – austriaca nel 1915 - 1918. Dagli scorci mediterranei del Lago di Garda alle Vette e ghiacciai sopra i 3000 metri di quota dell'Adamello e della Marmolada, il sentiero si snoda attraversando tutti gli ambienti naturali che sono la peculiarità del territorio Trentino. Durante il conflitto, con le variazioni della linea del fronte, le strutture furono integrate ed estese a fascia sul territorio con enorme impegno economico ed umano. Si trattò di una colossale messa in opera del territorio montano tale da non aver uguali né prima né dopo il grande conflitto: forti, capisaldi, strade e mulattiere di arroccamento, e trincee che rimangono ancora oggi, monito sulle nostre montagne.

Il Sentiero della Pace costituisce il filo conduttore non solo della memoria storica di un periodo drammatico delle montagne trentine e sudtirolesi, ma anche di paesaggi e ambienti ad altissimo valore ecologico come le AAPP. Infatti il percorso collega le cime del Parco Nazionale dello Stelvio all'Adamello alle Alpi Ledrensi fino all'Altissimo al Pasubio per poi dirigersi ancora verso nord e connettere il Lagorai alla Marmolada.

Testo tratto da: Fabbro, Claudio (1997), Sentiero della Pace - Viaggio nella memoria del territorio - ed. Euroedit – Trento

Best practice locale: Dolomiti Brenta Trek, Bike e Horse (PNAB)

Nel 2006, all'interno del processo partecipativo di adesione alla CETS, nasce l'idea di un progetto che ha messo in collaborazione le cinque ApT afferenti il territorio del Parco, il Consorzio Pro Loco Giudicarie Centrali e l'ente Parco per definire tre percorsi ad anello intorno al gruppo delle Dolomiti di Brenta di difficoltà diversa. Nasce così l'idea di creare e promuovere itinerari adatti a diversi mezzi di mobilità (Dolomiti di Brenta Trek, Bike e Horse). Finora sono completamente fruibili i percorsi Bike e Trek (entrambi disponibili in due diverse difficoltà country ed expert) mentre l'itinerario Dolomiti di Brenta Horse è stato completato a livello di definizione del percorso su cartografia e mappatura gps, ma non ancora fruibile per questioni di messa insicurezza del tracciato.

Per maggiori informazioni:

- www.dolomitibrentatrek.it
- www.dolomitibrentabike.it

A.3. Autenticità/Cultura dell'accoglienza e del territorio

L'autenticità è sempre più un valore ricercato dai visitatori che non si accontentano più di offerte standard e uguali per tutti. Autenticità significa trasmettere in maniera spontanea e naturale i valori ambientali e storico-culturali che rappresentano l'Area Protetta e le sue comunità. Sono elementi materiali ed immateriali, di origine antropica o naturale, rappresentativi del territorio e identificati dai portatori d'interesse, ossia elementi distintivi di una montagna modificata nei secoli, evidenti soprattutto nei prodotti, nelle attività e nei paesaggi dell'agricoltura di montagna. Per trasmettere tali valori è essenziale lavorare sul tema dell'accoglienza e dei prodotti locali.

Le azioni previste per quest'asse sono le seguenti:

Accoglienza

Facilitare e promuovere un'accoglienza diffusa di qualità nelle forme dell'agriturismo, dei rifugi, delle baite e dei masi che trasmettano i valori del territorio per rispondere alla crescente domanda di personalizzazione del turista:

- Incentivare l'imprenditoria femminile e giovanile;
- Promuovere programmi di formazione per operatori turistici per incentivare il loro ruolo di ambasciatori del territorio e della sostenibilità;
- Promuovere, ove opportuno, iniziative di riuso di abitazioni non utilizzate favorendo l'incontro tra esigenze dei locatari e delle comunità o studiando forme di ricettività diffusa (valutando attentamente il coordinamento con i piani territoriali di comunità).

Best practice: Gallo Rosso (Alto Adige)

Un terzo della superficie dell'Alto Adige/Südtirol è agricola, senza contare le aree incolte o boschive. In Alto Adige/Südtirol le aziende agricole complessive, dalle più piccole alle più grandi, sono all'incirca 26.500, tra cui 12.800 aziende zootecniche. Nella regione viene praticata un'agricoltura di piccola scala e per I contadini è sempre più difficile vivere esclusivamente dell'attività agricola.

L'associazione Gallo Rosso è nata proprio con l'intento di sostenere gli agricoltori locali tramite la creazione di un'entrata supplementare dal maso, così da garantire lo sviluppo sostenibile della cultura contadina altoatesina e consentire alle persone di stare a contatto con il mondo rurale.

Il Gallo Rosso cerca di fare in modo che la vita nel maso continui a essere sostenibile tramite un efficace multi-funzionalità delle attività rurali. Nel 1999 è diventato un marchio dell'Unione Agricoltori e Coltivatori diretti Sudtirolesi (Südtiroler Bauernbund) destinato agli agriturismi altoatesini e oggi conta 1.700 masi associati tra cui si trovano diverse categorie (per ognuna delle quali esistono criteri definiti), dal maso ai prodotti tipici e artigianato. Il turismo deve comunque essere solo un'attività integrativa e non l'attività principale. Ogni associato deve pagare una quota di iscrizione annuale più una quota integrativa per la promozione sul web e ogni gestore deve frequentare un corso di formazione di 85 ore.

Il Südtiroler Bauernbund è responsabile per il rilascio del marchio e per i controlli stessi propedeutici al rilascio e al rinnovo.

Per maggiori informazioni:

- www.gallorosso.it/it/vacanza-alto-adige/regione-di-vacanze-alto-adige/bolzano/
- www.sbb.it/roter-hahn/urlaub-auf-dem-bauernhof

Prodotti e tradizioni locali

Costruire prodotti in sinergia con l'agricoltura, valorizzando le tecniche e i ritmi delle colture locali e legando l'esperienza turistica alla ruralità e al territorio (es.: orti, allevamento, cibo, fattorie didattiche, …):

- Legare il turismo del gusto ai cicli di produzione e trasformazione di prodotti a km zero;
- Valorizzare il contributo dell'agricoltura biologica e delle specie autoctone non solo per migliorare la biodiversità, ma anche per soddisfare la domanda di salute e di unicità dell'esperienza attraverso l'alimentazione (nicchia in decisa crescita anche per l'aumento di intolleranze alimentari).

Best practice: Il progetto BiodiverSO "Biodiversità delle specie orticole della Puglia" (Puglia)

La principale finalità del progetto BiodiverSO è quella di contribuire a raggiungere una significativa riduzione del tasso attuale di erosione della biodiversità delle specie orticole pugliesi intervenendo su tutte le varietà locali riportate nell'allegato 8 del PSR Puglia 2007-2013 (e quindi su cavolfiore, cavolo broccolo, carciofo, pomodoro, patata, carota, cicoria, melone), nonché su carosello, barattiere, cima di rapa, cicoria catalogna, cipolla, carota di S. Ippazio, meloni invernali, bietola da coste e fagiolino dall'occhio. In accordo con il Trattato Internazionale sulle Risorse Genetiche Vegetali per l'Alimentazione e l'Agricoltura (RGV), nel progetto si fa riferimento a due RGV: le varietà coltivate e le specie spontanee. Le prime si riproducono per seme o per propagazione vegetativa e rappresentano popolazioni variabili, comunque ben identificabili e che usualmente hanno nomi locali e solitamente non sono state oggetto di un programma organizzato di miglioramento genetico. Invece, le specie spontanee sono specie che non hanno subìto il processo di domesticazione, non sono quindi coltivate, ma vengono utilizzate dall'uomo per scopi alimentari.

Dopo aver reperito sul territorio pugliese le risorse genetiche orticole a rischio di erosione genetica, esse saranno catalogate (mediante strumenti informatizzati), conservate e caratterizzate. Il sistema delle conoscenze sarà rafforzato mediante la formazione di un'efficiente rete regionale della biodiversità che metterà in relazione contadini-custodi (detentori delle varietà locali), aziende agricole, stakeholder (agriturismi, industria agroalimentare, ristorazione), enti locali preposti alla valorizzazione delle risorse ambientali, culturali e storico-architettoniche. Il tutto è finalizzato ad una riqualificazione del territorio sia dal punto di vista ambientale che economico, con microfiliere che saranno di supporto a quelle già esistenti.

Per altre informazioni:

- http://biodiversitapuglia.it/il-progetto-biodiverso/

Best practice locale: La lana delle pecore di razza Lamon (Parco Naturale Paneveggio-Pale di San Martino)

Le pecore di razza Lamon sono state reintrodotte dal 2009 in Val Canali all'interno del progetto Biodiversità in favore del recupero del patrimonio genetico sia naturale che agricolo, coordinato dal Parco in collaborazione con l'Istituto Professionale di Stato per l'Agricoltura e l'Ambiente "Antonio Della Lucia" di Feltre. Le pecore Lamon sono una razza allevata fin dai tempi antichi nell'area del Primiero e del Vanoi e nel Bellunese. Oggi i capi sono 13, di cui 7 femmine adulte, 1 maschio adulto e 5 pecore giovani. Il progetto è portato avanti come attività di educazione didattica ma anche con lo scopo di promuovere e valorizzare prodotti alimentari tipici e anche con l'intenzione di dare avvio a una piccola filiera locale della lana.

La lana ricavata dalle pecore è stata portata a Biella per essere lavata e lavorata e poi restituita sotto forma di materassini da infeltrire, bianche matasse da lavorare ai ferri e ottimo filato in rocche da tessere o da lavorare a macchina. Già alcuni artigiani locali si sono mostrati interessati a lavorare la lana per produrre articoli originali e di qualità. Ad esempio, la "lana Lamon" è già stata trasformata da alcuni artigiani locali e cioè dal Laboratorio artigianale di tessitura "ARTelèr" di Mezzano (cuscini e borse), da Valentina Saitta e Domenica Loss "La matassa e il gomitolo" di Imér (scalda mani ai ferri) e dal gruppo di donne che lavora il feltro "Filofolo" di Siror (tappetini in feltro).

Per altre informazioni:

- www.parcopan.org/it/news/continua-il-viaggio-nella-lavorazione-della-lana-n348.html

Fotografia 13. Lagostel nel Parco Nazionale dello Stelvio, Foto di A.C.

Best practice: Parc a taula – Diputaciò Barcellona

Parc a taula ("Parco a tavola") è un programma di sviluppo socio-economico, promosso dalla Provincia di Barcellona (Diputació de Barcelona), il quale si propone attraverso la gastronomia di valorizzare l'artigianato e la viticoltura di prossimità e di qualità, nonché il patrimonio naturale, culturale e paesaggistico dei parchi. Parc a taula è nato come programma trasversale della Rete dei Parchi Naturali all'interno del programma culturale "Viu el parc" (Vivi il parco) partito nel 1992. Dal 2010 partecipa al programma anche la Lliga per a la Defensa del Patrimoni Natural (DEPANA, Lega per la Difesa del Patrimonio Naturale), organismo catalano senza fini di lucro e a vocazione ambientalista. Parc a taula si propone come uno strumento di dinamizzazione socio-economica, di gestione del patrimonio naturale e culturale e di impulso all'utilizzo pubblico e pedagogico del territorio. La sua sfida è quella di unire in una comune iniziativa il settore primario di un'area protetta in senso ampio, i produttori e i trasformatori di prodotti naturali, i ristoratori, il tessuto sociale locale, nonché i responsabili della tutela e della gestione pubblica del territorio. Nel 2013 Parc a taula contava 187 aderenti, tra cui 14 strutture ricettive, 67 ristoranti, 28 cantine e 12 esercizi nonché produttori e 61 artigiani dei sei parchi. L'obiettivo è di estendere progressivamente il programma ai dodici spazi della Rete dei Parchi Naturali della Provincia di Barcellona.

Per maggiori informazioni:

- http://parcs.diba.cat/web/parc-a-taula/presentazione

Best practice: Coltiviamo la Diversità – Parco Nazionale della Majella (Abruzzo)

Coltiviamo la Diversità è un progetto finanziato dal Ministero dell'Ambiente per il recupero, la conservazione e la valorizzazione delle risorse genetiche agricole autoctone del Parco Nazionale Della Majella. Le ricerche condotte sul territorio hanno portato alla riscoperta di numerose varietà locali ancora gelosamente custodite dagli agricoltori.

Per favorire la conservazione è stata costituita la Rete degli Agricoltori Custodi del Parco che coltiva e commercializza le varietà. Grazie a loro la salvaguardia della biodiversità agricola è garantita e le varietà locali possono continuare ad evolversi, mantenendo vivo il collegamento con la matrice culturale d'origine. Allo scopo di ridurre il rischio di estinzione, sono state anche attivate ulteriori azioni di conservazione ex situ, presso la Banca del Germoplasma della Majella e nei giardini botanici del Parco dove le varietà vengono coltivate nei campi vetrina.

Parallelamente è stata sviluppata anche l'iniziativa "Cuciniamo la diversità" tramite cui si è costituita una rete di ristoranti di qualità e di agriturismi. Essi si propongono come luoghi di incontro tra produttori e consumatori offrendo i piatti della tradizione gastronomica abruzzese realizzati con varietà autoctone prodotte dagli agricoltori custodi del Parco.

Un altro progetto che è integrato nell'iniziativa è "Se mi mangi mi salvi" per promuovere il consumo delle varietà agricole autoctone nelle mense scolastiche del territorio.

Altre informazioni a:

- www.parcomajella.it/sviluppo-sostenibile/biodiversita-e-agricoltura/coltiviamo-la-diversita/#sthash.e2MLpWEK.dpuf

Best practice: Il progetto agricolo del Parco naturale regionale Chartreuse (Francia)

Il Parco naturale regionale della Chartreus ha ideato un viaggio di scoperta che unisce agricoltori, artigiani e operatori culturali. Nel 1992 è stata creata l'Associazione "Avenir de l'Agriculture en Chartreuse" che ora raccoglie più di 400 agricoltori del territorio. L'associazione insieme al Parco e con il patrocinio delle camere di commercio dell'Isere e della Savoia ha sviluppato una serie di azioni con il fine di valorizzare i prodotti locali attraverso il marchio del Parco: la creazione di filiere corte e di promozione, sensibilizzare il pubblico sul valore della biodiversità, mantenere le attività di pastorizia in alta montagna, la costruzione di edifici in legno e la promozione sull'uso di energie rinnovabili come il biogas. Lo spirito di collaborazione degli stakeholder locali consente ai turisti di conoscere la produzione, le tradizioni e lo stile di vita locali. Il progetto si inserisce nell'obiettivo di sviluppo del turismo e di creazione di un'offerta turistica sostenibile e coerente.

Per maggiori informazioni:

- www.parc-chartreuse.net/decouvrir-la-chartreuse/agriculture/lassociation-aac.html
- www.parc-chartreuse.net/images/stories/pdf/Agriculture/Promotion_livret_agri.pdf
- http://marque.parc-chartreuse.net/accueil-marque-parc.html

Best practice locale: Albe in malga

Per cogliere l'interesse sempre più diffuso di conoscere l'autenticità della vita rutale e per fare conoscere le 440 malghe ancora attive in Trentino e in particolare le 170 dove si lavora il latte per fare il formaggio, il Trentino promuove l'iniziativa "Albe in malga", arrivata nel 2014 alla seconda edizione. Essa nasce dalla collaborazione tra Trentino Sviluppo divisione Turismo e Promozione, le tre Strade dei vini e dei sapori, ApT e Consorzi Turistici e permette ai turisti di vivere nei sabati di luglio e agosto i ritmi della malga. Il programma prevede una passeggiata alle prime luci dell'alba con una guida alpina o un accompagnatore di territorio per raggiungere le malghe in tempo per la prima mungitura e la lavorazione del formaggio. Il tutto è seguito da una ricca colazione con prodotti di alta montagna.

Per maggiori informazioni:

- http://www.visittrentino.it/albeinmalga

Best practice locale: Adotta una mucca – ApT Valsugana

Partita nel 2005, l'iniziativa "Adotta una mucca" arriva nel 2014 alla sua decima edizione. È un progetto che mira a far conoscere e valorizzare le malghe e i prodotti della Valsugana e del Lagorai proponendo un approccio educativo alla montagna e alla tradizione casearia di alta quota. Per l'edizione 2014 hanno aderito 13 malghe. All'interno del sito dell'ApT si può scegliere tra più di 140 mucche. Per adottarne una è sufficiente un bonifico bancario di 60 euro: 50 euro vengono destinati alla malga per il mantenimento estivo in quota della mucca "adottata", mentre 10 andranno in beneficenza per progetti dedicati ai bambini.

Dopo l'adozione è possibile fare visita direttamente alla malga dove risiede la mucca durante il periodo dell'alpeggio, indicativamente (da metà giugno a metà settembre). Alla malga, mostrando il certificato di adozione, si possono ritirare 50 euro di prodotti caseari di malga scegliendo tra formaggi freschi e stagionati, ricotte, burro, tosella e latte fresco.

Fonte e maggiori informazioni: www.visitvalsugana.it/it/vacanze-in-valsugana/adotta-una-mucca/

Best practice: Il gusto delle tue radici – incontro agli emigrati del Belgio – Parco Nazionale dell'Abruzzo, Lazio e Molise

Con l'obiettivo di tutelare e migliorare il retaggio naturale e dell'area culturale, quest'azione coinvolge i tanti figli e nipoti di immigrati abruzzesi, laziali e molisani) che vivono nei cinque continenti, stimolando l'interesse per le loro radici.

I principali soggetti promotori di questo progetto sono un ristorante e l'associazione ASD INNATURA che si propongono di coinvolgere altri soggetti come la Comunità italiana in Belgio, produttori locali, Comuni interessati, l'Ente Parco e altri operatori economici del territorio.

Con l'obiettivo di creare una presenza destagionalizzata nel versante molisano del Parco, l'azione mira a creare una rete di vendita dei prodotti tipici, in Belgio. Ci si propone infatti di promuovere il territorio del Parco presso le comunità molisane del Belgio, attraverso la programmazione di degustazioni dei prodotti locali e la contestuale promozione di pacchetti turistici attraverso i quali visitare i luoghi di provenienza dei prodotti degustati.

Best practice locale: I rifugi del Gusto

Quello de "I Rifugi del Gusto" è un evento di comunicazione promosso dall'Assessorato all'agricoltura, foreste, turismo e promozione della Provincia Autonoma di Trento in collaborazione con Trentino Sviluppo SpA, dall'Associazione Gestori rifugi del Trentino, dalla Fondazione Accademia della Montagna e dalla SAT. L'iniziativa è incentrata sull'offerta di un menù speciale dedicato ai prodotti locali e ai piatti regionali trentini e promuove l'apertura prolungata, fino all'inizio dell'autunno, delle strutture ricettive in quota del Trentino. Nel 2013, 45 rifugi di montagna hanno prolungato il periodo di apertura rimanendo aperti dal 26 settembre al 6 ottobre per accogliere gli escursionisti ed offrire loro prodotti locali, come il Trentodoc Metodo Classico, e piatti della tradizione trentina elaborati secondo le ricette dello chef stellato Rinaldo Dalsasso. Anche nel 2014 l'iniziativa verrà replicata e può contare sempre su 45 rifugi che garantiranno l'apertura dal 20 settembre al 5 ottobre.

Per maggiori informazioni:

- www.visittrentino.it/i-rifugi-del-gusto

Best practices: varie ed eventuali sul tema agricoltura, turismo e AAPP

- Dormire in botti di vino restaurate (Svizzera) - http://www.rueedi-ferien.ch/
- La strada del formaggio (Austria) - www.kaesestrasse.at/
- il museo delle capre (Alto Adige) - www.capriz.bz/it/capriz/il-caseifico-in-val-pusteria/6-0.html

A.4. Naturalità/Star bene nella natura

L'offerta delle AAPP può mettere al centro la biodiversità come fonte di benessere, salute, scoperta e conoscenza - anche di se stessi - attraverso i 5 sensi.

Le azioni previste per quest'asse sono le seguenti:

Progettare prodotti turistici che permettano di **conoscere la ricca diversità del territorio nelle sue moltepl**ici espressioni (flora, fauna, rocce, ghiacciai…) attraverso tutti i sensi (tatto, gusto, udito, vista, olfatto) e diano la possibilità di vivere esperienze intense nella natura. Ad esempio:

- Fotografia: fioriture, foliage, fauna, paesaggi;
- La notte: astrofilia, falò e fauna notturna;
- Osservazioni naturalistiche: il bramito del cerco, il bird-watching, le impronte dell'orso.

Best practice: i Dolomiti Ranger (Alto Adige)

Dall'estate 2014 i genitori e i bambini che si trovano in vacanza in Alto Adige, con l'assistenza di personale qualificato, potranno scoprire la grande natura delle Dolomiti attraverso l'iniziativa "Dolomiti Ranger". Nei mesi di luglio, agosto e settembre i Parchi naturali Fanes-Senes-Braies, Puez-Odle, Sciliar-Catinaccio e Alta Pusteria propongono per tre giorni a settimana ai bambini di età compresa tra 7 e 12 anni la possibilità di conoscere la natura e i suoi abitanti. In ogni parco, è proposto un diverso modo di scoprire le Dolomiti dalle rocce alle piante agli animali e a chi parteciperà a tutte le giornate tematiche riceverà il diploma ufficiale di Dolomiti Ranger.

Fonte:www.suedtirol.info/it/Localita-e-temi/Famiglia/artikel/d713ff74-b7e9-44c2-8a89-6d1c52125b1d/Iniziativa-per-famiglie-Dolomiti-Ranger.html?utm_source=NL-smg.bz.it&utm_medium=Newsletter&utm_term=NL-07-2014-it_&utm_campaign=NL-smg.bz.it

Progettare iniziative, eventi e percorsi che permettano un'immersione **nella natura come strumento rigeneratore** utilizzando anche il valore del silenzio e della contemplazione come elemento caratterizzante. Ad esempio:

- Barefoot;
- Pratiche di meditazione: dallo yoga al Tai Chi tra tecniche di respirazioni e di rilassamento.

Best Practice: Meditazione nelle Alpi (Germania)

L'" Ammergauer Alps Meditation Trail" è letteramente l'itinerario di meditazione delle Alpi dell'Ammergau ed è stato inaugurato nel 2009 come percorso che offre la possibilità di un pellegrinaggio spirituale e orientato alla meditazione e alla ricerca del sé. Il percorso è lungo 85 chilometri e offre 15 punti di fermata pensati per stimolare la contemplazione personale e il rinnovamento delle energie grazie agli stupendi panorami naturali delle Alpi bavaresi. Sono offerti anche servizi di accompagnamento di una guida spirituale o di terapista del movimento del corpo per aiutare gli interessati a ritrovare la propria serenità e pace interiore.

Per maggiori informazioni:

- www.bavaria.by/ammergau-alps-meditation-trail
- www.ammergauer-alpen.de/en/Time-to-relax/Meditation-Trail/The-Way

Best Practice: Yoga nei Parchi Naturali (Abruzzo-Lazio)

Il WWF organizza settimane di vacanza nel Parco Nazionale del Gran Sasso e dei Monti della Laga dedicate alla riscoperta della vita sana a naturale attraverso yoga, biomusica, escursioni su bellissimi sentieri di montagna e ottima cucina abruzzese. Le giornate sono divise in attività di yoga e attività nella natura dedicando attenzione sia alla corretta respirazione e posizioni dello yoga grazie alla guida di un maestro di yoga che al contesto naturale del Parco grazie ai contribuiti delle guide naturalistiche.

Per maggiori informazioni:

- http://wwfnature.it/vacanze-wwf-italia/item/395-yoga-e-natura.html#descrizione

Favorire la relazione tra **arte e natura** come fonte di creatività e di ispirazione per forme espressive tradizionali o innovative. Ad esempio:

- Scultura e pittura;
- Composizione musicale.

Progettare iniziative, eventi e proposte di educazione al vivere in modo naturale. Ad esempio:

- Bio-percorsi;
- Scuola dei sapori naturali;
- Accademia delle erbe di montagna.

A.5. Accessibilità/Fruibilità e mobilità

Le AAPP possono diventare un laboratorio per pensare a un'offerta turistica fruibile da tutti e rispondere ai nuovi bisogni sociali e dare opportunità anche alle fasce di popolazione più deboli. Inoltre va favorita la fruibilità dei territori anche per chi non ha (o non vuole usare) l'automobile privata. La fruizione del territorio non deve ricorrere a nuova infrastrutturazione, ma utilizzare la rete già esistente.

Le azioni previste per quest'asse sono le seguenti:

Fruibilità per tutti

Promuovere prodotti e attività specifiche per disabilità di vario tipo (es. pet-therapy, arrampicata per ragazzi affetti da autismo), favorendo una fruizione accessibile di percorsi già esistenti e un processo culturale e organizzativo rivolto alla tematica delle barriere architettoniche per arrivare a promuovere una effettiva possibilità di fruizione "universale" del territorio e dei servizi al residente e all'ospite.

Best practice locale: Rifugio sociale Erterle

L'Associazione Montagna Solidale gestisce il Rifugio Erterle, il primo rifugio sociale del Trentino dove viene messo al centro il valore riabilitativo del trekking in montagna e il valore sociale ed educativo del vivere a contatto con la natura in un ambiente familiare. L' Associazione Montagna Solidale nasce dalla collaborazione di otto realtà coinvolte nel sociale di Trento (cooperative sociali: Progetto92, La Rete, Laboratorio sociale, Villa S.Ignazio, Samuele. Associazioni: A.m.a., La Panchina, A.m.a Salute Mentale) e da un gruppo di volontari appassionati di montagna.

Il rifugio Erterle, situato nel Comune di Roncegno Terme nella catena del Lagorai, vuole essere un'opportunità di vacanze aperto a tutti e per le persone che frequentano le organizzazioni che fanno parte dall'associazione. Inoltre, il rifugio permette occasioni di vacanza e stage lavorativi a persone con particolari bisogni.

Per maggiori informazioni:

- www.rifugioerterle.it

Best practice locale: Trentino Montagna Accessibile

"Trentino Montagna Accessibile" è progetto promosso dall'Accademia della Montagna del Trentino ed è stato nel 2014 riconosciuto dalla Commissione Europea come una delle 15 best practice a livello europeo. All'interno del progetto si sono sviluppate alcune azioni come il marchio Open (marchi di qualità in materia di turismo accessibile e delle Linee Guida di utilizzo della certificazione), interventi per rendere i sentieri accessibili, interventi formativi e lo sviluppo di una App. Mobile "Trentino Accessibile" e del sito "Trentino per Tutti ". In particolare, sono stati definiti tre marchi di qualità in materia di accessibilità: Open, riferito alle strutture pubbliche e private, agli impianti, alle strutture ricettive e commerciali; Open Event per gli eventi di piccole e grandi dimensioni, sportivi e culturali; Open Area, destinato ai territori e alle destinazioni turistiche che vede impegnate la Val di Fiemme e gli Altipiani Cimbri –Folgaria, Lavarone e Lucerna. L'iter di certificazione è stato definito dalla giunta provinciale, (delibera di approvazione delle linee guida n. 1953 del 14 settembre 2012) che ha affidato ad Accademia della Montagna la gestione operativa degli stessi. Sono stati approvate dalla stessa le schede dei criteri di certificazione accessibilità che riusciranno a dare un'immagine leggibile e univoca del Trentino Accessibile creando un sistema di turismo accessibile secondo linee omogenee e comprensibili. L'aspetto particolarmente innovativo è che questi marchi non sono stati ideati, promossi e riconosciuti da un ente privato ma da un Ente Pubblico super partes. Inoltre, le schede di mappatura e certificazione per le strutture a marchio Open sono state predisposte grazie all'intervento delle associazioni rappresentative del mondo della disabilità e da tutte le categorie economiche: associazioni albergatori, ristoratori, commercianti, artigiani.

La seconda iniziativa, promossa all'interno del progetto, è "sentieri accessibili". L'Accademia della Montagna, in collaborazione con l'associazione SportAbili di Predazzo, che lo ha già applicato sul proprio territorio mappando 14 percorsi, ha realizzato il manuale "Criteri sentieri accessibili" che permetterà una graduale mappatura del territorio provinciale.

Per quanto riguarda la formazione, l'Accademia della Montagna del Trentino ha promosso attività di formazione e sensibilizzazione sul tema dell'accessibilità turistica all'interno di diversi istituti scolastici e situazioni formative in particolare nella scuola Scuola Alberghiera di Tesero, Istituto Superiore La Rosa Bianca di Cavalese, Assistenza sociale, Istituto secondario Martini di Mezzolombardo, Alta Formazione percorso di Tecnico Superiore per Turismo e Managment alberghiero di Rovereto ed altre realtà anche del mondo del lavoro.

L'attività svolta da Accademia della Montagna del Trentino, attraverso la collaborazione con la Cooperativa Handicrea e Informatica Trentina, ha permesso di dare concretezza ad una applicazione mobile che consente a persone con disabilità e ridotta mobilità di muoversi all'interno del territorio con maggiore tranquillità e consapevolezza delle barriere.

L'app oggi contiene circa 1.200 strutture censite: circa 800 strutture di Trento; circa 200 strutture di Rovereto; circa 70 strutture della Val di Fiemme; e circa 150 strutture utilizzate nel corso della Universiade Invernale Trentino 2013. Il disabile ha quindi la possibilità di profilarsi, specificando le proprie caratteristiche, e decidere la tipologia di servizio a cui desidera accedere (ristorante, bar, albergo, etc.).Il software indica il livello di accessibilità e fornisce informazioni dettagliate dei percorsi frutto di una mappatura svolta da coop. Handicrea. Indica quindi se un luogo è accessibile ed il percorso migliore per raggiungere lo stesso. Analogamente la stessa potrà essere combinata con altri servizi di mobilità oggi in fase di sperimentazione (ad esempio la mappatura dei servizi di trasporto pubblico). Alla luce di tali elementi si prevede una rapida implementazione della stessa grazie all'avvio di progetti in diversi territori.

Tutti i dati inseriti nella App saranno visibili anche sul sito "Trentino per tutti "che Accademia sta predisponendo e che vedrà la luce entro l'anno.

Fonte: www.uffstampa.provincia.tn.it/csw/c_stampa.nsf/
RSSviewBE712433DA78296CC1257CF1002D222F?opendocument#.U6FLIvl_vuY

- Rendere fruibili (**segnaletica, manutenzione)** e visibili (**mappe, applicazioni web e app**) l'ampia rete di sentieri percorribili a piedi, in bicicletta, a cavallo o con l'asino, all'interno e tra le AAPP.
- Progettare percorsi di valorizzazione del patrimonio culturale, gastronomico, ambientale, attraverso mezzi alternativi all'automobile privata utilizzando le reti già esistenti.
- Tutelare luoghi fragili e ad alto valore naturalistico anche attraverso la limitazione o la regolazione dell'accessibilità.

Best practice: La via Alpina

La Via Alpina è uno degli itinerari escursionistici più lunghi e più spettacolari delle Alpi e si estende complessivamente per circa 5.000 chilometri con 342 tappe numerate e segnalate e attraversa sette Paesi. Partendo dalla Slovenia nei pressi di Trieste, attraversa Austria, Germania, Liechtenstein, Svizzera, Italia e Francia, per finire nel Principato di Monaco. Il percorso è stato creato dalla Convenzione delle Alpi con l'obiettivo di contribuire a preservare le culture e le peculiarità di questa catena montuosa, esposta alle crescenti pressioni del surriscaldamento globale e di altri rischi ambientali. Gli escursionisti possono scegliere di pernottare all'aperto o approfittare delle comode sistemazioni che trovano lungo il percorso.

www.via-alpina.org

Mobilità tra e nelle AAPP

- Incentivare collaborazioni con l'azienda di trasporto pubblico e altre aziende di trasporto e attori territoriali come gli enti amministrativi, le ApT/ Consorzi e le AAPP per migliorare le connessioni interambito.
- Assicurare una mobilità sostenibile nelle AAPP:
  - Individuare gli accessi più frequentati delle AAPP e monitorare i flussi;
  - Regolare il traffico individuale motorizzato (es. chiusura strade, strade a pagamento, istituzione di bus navetta);
  - Regolare il traffico in sosta (parcheggi a pagamento a valle);
  - Rendere disponibili altri mezzi alternativi all'auto a motore (es. bus, biciclette, e-bike, ecc...);
  - Promuovere un sistema provinciale di noleggio e ricarica di bici elettriche che permetta il collegamento tra le AAPP del Trentino (utilizzando ad esempio i punti informativi turistici come stazioni di supporto).

Best practice: Progetti di mobilità del PNAB e del PARCO PAN

Sia il PNAB che il Parco Naturale Paneveggio-Pale di San Martino hanno messo in atto in collaborazione con le amministrazioni locali un numero ampio di parcheggi a tariffe ragionevoli integrati da un bus navetta per i collegamenti ai centri abitato o alle attrazioni naturali più in quota. Il PNAB in particolare propone in estate una gestione alternativa della mobilità, offrendo un servizio di mobilità integrata attorno a tutto il Parco, che permette al turista di portare con sé anche la bicicletta.

Best practice locale: Bahn Spezial Card

Con la stagione estiva 2013 Trentino Sviluppo, in cooperazione con le ferrovie tedesche (DB) e le ferrovie austriache (ÖBB), ha proposto una nuova offerta mirata all'arrivo in destinazione con i mezzi pubblici e il cicloturismo. La "Bahnspezial Card" è offerta dalle 60 strutture ricettive aderenti all'iniziativa ai turisti di provenienza tedesca in omaggio con il soggiorno prenotato e consiste in un biglietto per il Trentino con un treno DB-ÖBB Eurocity. L'offerta può anche essere acquistata direttamente all'arrivo nella struttura e contiene i seguenti elementi:

- transfer personalizzato tra la struttura ricettiva e le stazioni di Bolzano, Trento e Rovereto;
- Utilizzo gratis dei mezzi pubblici per sette giorni;
- Messo a disposizione di biciclette gratis durante tutto il soggiorno;
- Un'entrata in un museo o un castello nella provincia;
- Aperitivo di benvenuto e prova di acqua termale.

Best practice locale: Bicibus Comano – trasporto intermodale

È un servizio nato su iniziativa dell'ApT di Comano Termo e in collaborazione con l'ApT di Campiglio-Val Rendena e ApT Val di Sole con l'obiettivo di strutturare un servizio intermodale nelle Dolomiti di Brenta in modo da consentire un facile spostamento con la bicicletta. Il principale partner delle ApT è il CTA e con il servizio mobilità vacanze di Trentino Trasporti. Il servizio è finanziato sia dai biglietti a pagamento che a seconda della tratta, da un partner diverso, ad esempio ApT di Comano, Valle di Sole e la Comunità delle Valli Giudicarie.

In particolare il servizio Bici-Bus delle Dolomiti di Brenta permette di raggiungere dalle Terme di Comano:

- la Ciclabile del Limarò: dalle Terme di Comano/Ponte Arche si può arrivare fino a Sarche con il Bicibus e da lì percorrere la ciclabile verso il Lago di Garda o rientrare lungo la ciclabile del Sarca e del Limarò verso Ponte Arche. Il percorso coperto corrisponde a Ponte Arche-Sarche;
- l'Altopiano della Paganella: per poi salire con gli impianti di risalita e percorrere il tour mtb del Monte Gazza o per chi preferisce un percorso mtb meno impegnativo, rientrare alle Terme di Comano lungo il Dolomiti di Brenta Bike e il lago di Molveno. Il percorso coperto dal bici-bus è Ponte Arche – Andalo;
- la Ciclabile della Val Rendena: per pedalare con tutta la famiglia in tranquillità sulla ciclabile della Val Rendena partendo da Tione oppure arrivando fino a Pinzolo e scendendo poi nuovamente fino alle Terme di Comano in sella alla mtb o alla bicicletta. Il percorso bus corrisponde a Ponte Arche - Tione – Pinzolo - Carisolo.
- la Ciclabile della Val di Sole: per pedalare lungo il fiume Noce. Il percorso è Carisolo-Dimaro.

Il servizio Bicibus delle Dolomiti di Brenta è attivo da luglio a inizio settembre su prenotazione ed è gratuito per i possessori delle card turistiche d'ambito.

Fotografia 14. Malga Bocche al Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino, Foto di Carlo A. Turra

Best practice: Alpine Pearls

Alpine Pearls è il network di 29 località turistiche che garantiscono un'esperienza di vacanza ecocompatibile, caratterizzata dalla varietà dell'offerta di attività culturali e sportive e dalla tutela del clima attraverso la mobilità dolce. Le località Alpine Pearls si estendono su tutto l'arco alpino proprio come una "collana di Perle". Turismo dolce, viaggio responsabile e un impegno totale per la sostenibilità sono i presupposti ideali per una vacanza in montagna di qualità, fatta di relax e di straordinarie esperienze a contatto con la natura.

Di seguito un esempio di politiche adottate dalle destinazione Alpine Pearls:

Werfenweng (Austria): A Werfenweng la parola magica è "SaMo", abbreviazione di "sanfte Mobilität", che significa mobilità dolce: taxi "Elois" in loco, bus navetta da e per Bischofshofen, taxi notturno a chiamata e molti veicoli ecocompatibili a noleggio, come auto che viaggiano con il biogas prodotto dall'erba dei prati, auto elettriche, e-bikes e e-MTB, e-scooter, segway, bighe. Tutto questo e altri servizi di mobilità dolce sono gratis per gli ospiti in possesso della "SaMo Card", che si ottiene, soggiornando in una struttura ricettiva SaMo se si arriva in autobus o in treno e se si arriva in automobile e si consegnano le chiavi all'arrivo.

Per maggiori informazioni:

- www.alpine-pearls.com/it/

Best practice locale: Vacanze senz'auto - Apt di Comano Terme

L'ApT di Comano Terme mette a disposizione due servizi principali per incentivare l'uso del mezzo pubblico durante tutta la vacanza compreso l'arrivo alla destinazione.

I servizi dell'iniziativa "Vacanze senz'auto" sono:

1. Bus Navetta gratuito dalla Stazione ferroviaria di Trento a San Lorenzo e a Comano.

Servizio gratuito attivo nelle giornate di domenica dal16 giugno al 15 settembre, su prenotazione da effettuare presso gli uffici ApT entro le ore 18.00 di ogni sabato. Il servizio è basato su un accordo con il consorzio trentino autonoleggiatori (CTA) sotto finanziamento dell'ApT.

Tale esperienza che ormai dura da più di tre anni conta una media annuale di 50 persone che usufruiscono del servizio.

2. Navetta Jeep in Val d'Ambiez

Tale servizio offre un'esperienza in alta quota con il fascino della comodità in Val d'Ambiez con il servizio jeep e prevede la partenza da località Baesa su prenotazione con visita alla malga. Il servizio privato è a pagamento del visitatore.

Per maggiori informazioni:

- www.visitacomano.it/escursioni_in_montagna_trekking_arrampicata/vacanze_senza_auto_nel_parco_naturale

Fotografia 15. Mountain Bike nel Parco Naturale Paneveggio Pale di San Martino, Foto di Carlo A. Turra

B. Informazione & Comunicazione

Una volta definiti i contenuti dell'offerta turistica coerenti con i principi di sostenibilità e capaci di intercettare la domanda, è necessario promuovere un'informazione efficace sia verso l'offerta che verso la domanda per comunicare l'unicità del patrimonio naturale e storico-culturale trasmettendo i valori distintivi di ogni territorio e così incentivare un comportamento corretto da parte del turista.

La natura è fonte di conoscenza, di riscoperta di sé, di benessere, di gioco e apprendimento. Le AAPP sono chiamate da questo punto di vista a comprendere in che modo costruire valore attorno a questi concetti e successivamente a trovare le modalità attraverso le quali raccontare e comunicare tale valore al potenziale ospite.

Per raccontare la sostenibilità, l'autenticità, il valore del territorio sono però necessari linguaggi appropriati che nascono dall'intersezione tra le AAPP, che esprimono una conoscenza "situata" dei luoghi e nei processi locali e i soggetti del marketing territoriale come ApT o Trentino Sviluppo, che esprimono invece una competenza specifica legata agli strumenti e alle strategie del marketing e della comunicazione.

È infatti importante conoscere i potenziali "mercati" da cui proviene la domanda più interessata alla sostenibilità, ed è importante conoscere i luoghi – ormai sempre più virtuali – dove gli appassionati di viaggi e

natura si incontrano e discutono passioni, luoghi e interessi della vacanza.

Oltre alle azioni di marketing e comunicazione per far conoscere le AAPP e attrarre la domanda turistica, è necessario sviluppare un sistema integrato per la distribuzione delle informazioni relative alle AAPP anche a coloro che si trovano già in loco. È anche grazie alla informazioni reperite sui luoghi, eventualmente avvalendosi anche delle nuove tecnologie, che si facilita la fruizione dei beni territoriali e si aumenta la possibilità da parte dell'ospite di apprezzare fino in fondo l'unicità che le AAPP custodiscono.

Quindi, le azioni del sistema d'informazione e comunicazione della strategia TurNat mirano a:

- Promuovere un'informazione efficace in loco e verso l'esterno per comunicare l'unicità del patrimonio naturale e storico-culturale.
- Promuovere un comportamento corretto da parte del turista.
- Attuare le disposizioni delle linee guida per la politica turistica provinciale in materia di promozione e incentivare forme di marketing evolute attraverso la collaborazione tra il sistema delle AAPP e quello della promozione turistica provinciale.

Promuovere un'informazione efficace in loco e verso l'esterno e facilitare una fruizione consapevole e sostenibile del patrimonio culturale e naturale.

Secondo molti studiosi il nuovo ruolo del marketing nell'epoca della rivoluzione digitale è quello di fornire in modo efficiente le informazioni a coloro che le stiano cercando. L'informazione gioca in effetti un ruolo centrale nell'economia e per le imprese (pubbliche o private che siano) è indispensabile dotarsi di metodi e strumenti che consentano di creare e distribuire informazioni anche attraverso i numerosi canali presenti nel sistema. Le AAPP da questo punto di vista devono cercare le opportune alleanze per veicolare informazioni e contenuti di qualità e raggiungere una platea potenzialmente ampia di ospiti. Tali alleanze vanno cercato con loro che promuovono il territorio trentino in tutte le sue forme (in primis le ApT e la Trentino Sviluppo), ma anche con coloro che, all'interno dei territori delle AAPP, sono gli artefici dello sviluppo locale. Solo così, solo grazie ad un integrazione verticale tra creatori e distributori di contenuti e informazioni è possibile comunicare pienamente la bellezza e l'unicità dei territori e delle culture locali. La comunicazione interna e la formazione degli operatori turistici e delle aree protette gioca un ruolo fondamentale per potere supportare in maniera efficace un sistema complesso che deve veicolare organicamente un messaggio di unicità e specificità territoriale.

Accrescere la conoscenza dell'unicità e fragilità del patrimonio e quindi promuovere un comportamento corretto da parte del turista.

Le AAPP sono le custodi del territorio, devono favorire progetti, pratiche, attività che favoriscano la protezione del territorio e una sua valorizzazione in senso sostenibile. Il turismo, come detto più volte, può costituire una grande opportunità di valorizzazione economica (ma anche culturale e sociale) dei luoghi, a patto che ne favorisca una fruizione responsabile.

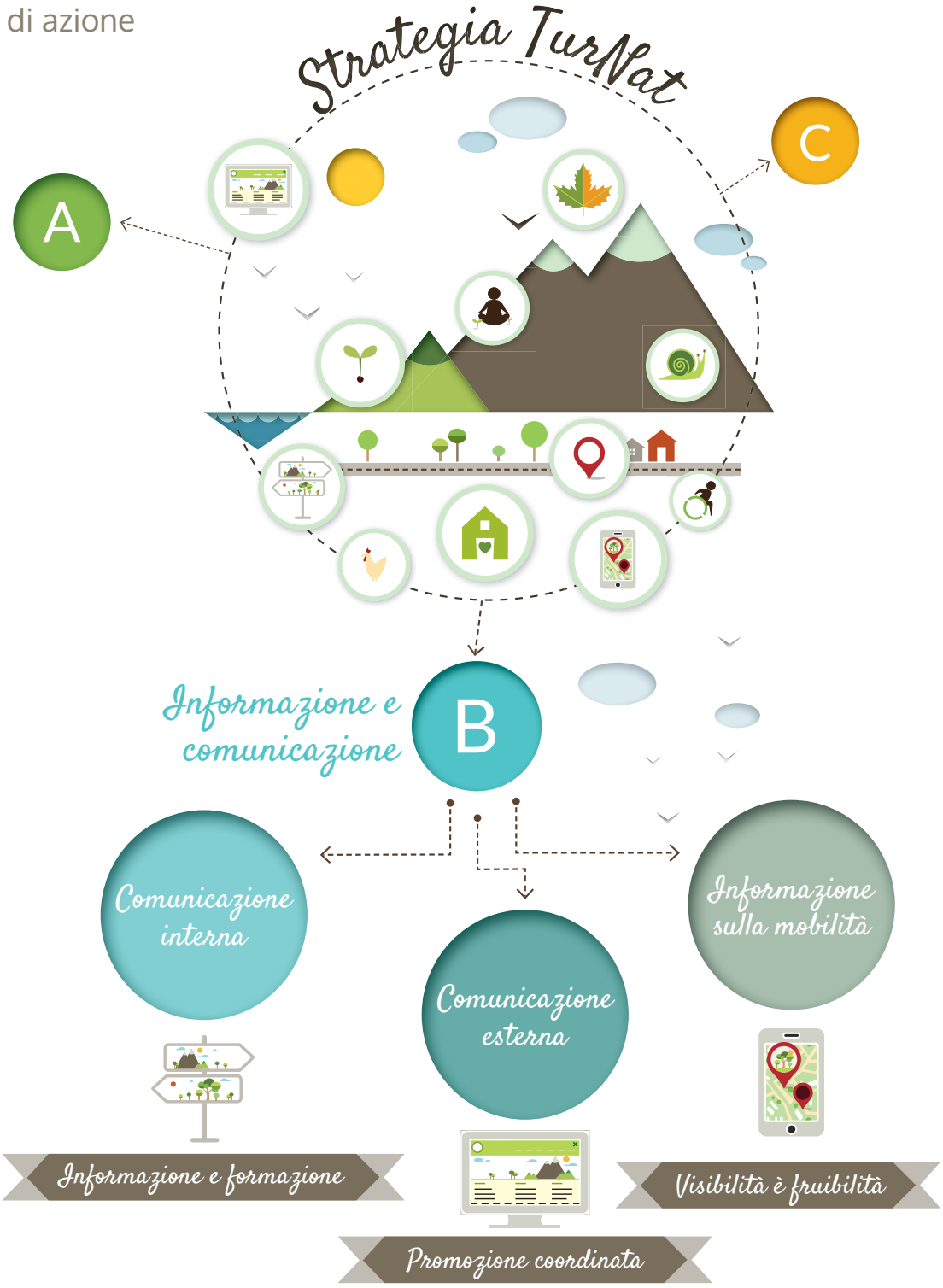
Tra le molte attività di un'area protetta si può immaginare quindi anche un ruolo nell'educazione della domanda ai comportamenti sostenibili. Il turista, anche quello mosso da motivazioni "nobili" di rispetto e cura dell'ambiente durante la vacanza, potrebbe non avere tutte le informazioni sul modo corretto di vivere un parco o un'area protetta. Va quindi progettato un sistema che consenta agli utenti di raccogliere tutte le informazioni necessarie per vivere la propria vacanza in piena sintonia con l'ambiente naturale, e costruire un'esperienza di vacanza "impegnata", ma senza estremismi.

Attuare le disposizioni delle linee guida per la politica turistica provinciale in materia di promozione e incentivare forme di marketing evolute attraverso la collaborazione tra il sistema delle AAPP e quello della promozione turistica provinciale.

Gli indirizzi espressi dalla politica turistica provinciale fanno esplicito riferimento alla sostenibilità del turismo. Il turismo sostenibile è visto come una "necessità" per il Trentino, che deve immaginare nuovi modelli di sviluppo in grado di tutelare e valorizzare le risorse più preziose: l'ambiente naturale e il paesaggio. È indispensabile quindi affiancare le scelte operative e imprenditoriali di breve periodo una visione più lungimirante che dia una prospettiva di futuro ai territori riuscendo ad intercettare una nuova domanda sensibile all'ambiente e al benessere. Per continuare a sviluppare la prima industria del Trentino

senza danneggiare la risorsa più preziosa, le linee guida invitano a limitare l'ulteriore crescita dell'offerta extra-alberghiera (seconde case in particolare), a proseguire nel sostegno dei progetti di ammodernamento e qualificazione del settore alberghiero, a contenere il consumo di suolo e di risorse primarie, a migliorare le ricadute del turismo sul tessuto economico locale e a rinnovare l'offerta invernale, affiancando allo sci altri prodotti. Per ottenere tali ambiziosi obiettivi, è indispensabile ancora una volta stringere una collaborazione con i soggetti provinciali in grado di riconoscere e intercettare la domanda più motivata verso l'ambiente.

Gli assi di azione



B.1. Comunicazione interna/Informazione & Formazione

Le azioni previste per quest'asse sono le seguenti.

- Favorire l'immediata riconoscibilità dei territori delle AAPP:
  - Promuovere un sistema di cartellonistica coordinata e la riconoscibilità dei Comuni e delle Comunità di Valle delle AAPP attraverso la segnaletica sulle strade di accesso;
  - Incentivare l'uso di strumenti di comunicazione per trasmettere al visitatore il ruolo svolto dall'Ente Gestore dell'Area Protetta.
- Promuovere comportamenti consapevoli e poco impattanti:
  - Riconoscere il ruolo fondamentale della struttura ricettiva nel coinvolgere l'ospite e comunicare gli aspetti preziosi e unici del territorio;
  - Evidenziare le specificità, l'unicità e la sostenibilità del territorio dell'Area Protetta e quindi l'importanza e le caratteristiche di un comportamento corretto da parte del visitatore.
- Istituire percorsi di formazione per ottimizzare le risorse, migliorare le competenze e sensibilizzare sui temi e le opportunità del turismo sostenibile rivolti in particolare a:
  - Rappresentanti dei Comuni, delle Comunità di Valle, coordinatori delle RR, dipendenti dei Parchi: competenze di gestione di processi partecipativi, di governance e di pianificazione territoriale integrata;
  - Coordinatori delle RR e dipendenti dei Parchi: competenze di sviluppo prodotto e promozione turistica;
  - Operatori turistici, agricoli e di ApT/Consorzi: competenze in tema di sostenibilità e miglioramento ambientale, prodotto e di *green marketing* nel turismo e nell'agricoltura.

Best practice: Informazioni sul cambiamento climatico

Il villaggio di Grainau, membro del progetto europeo ClimAlpTour, situato ai piedi della Zugspitze, il massiccio più grande della Germania, ha realizzato nel 2012 un percorso naturalistico dedicato a "cambiamento climatico e acqua" (klimawandel-grainau.de). Il percorso è composto da nove stazioni ognuna delle quali è dedicata a un diverso aspetto del cambiamento climatico e dell'adattamento: la flora, i ghiacciai, le foreste di protezione, la composizione della foresta, l'approvvigionamento idrico, il permafrost, i pericoli naturali e le condizioni di vita dell'abete. In ciascuna stazione si trovano spiegazioni audio o video scaricabili gratuitamente su smart phone.

B.2. Comunicazione esterna/Promozione coordinata

Le azioni previste per quest'asse sono le seguenti.

- Favorire una piattaforma comune di promozione dell'offerta di turismo sostenibile nelle AAPP attraverso l'utilizzo di strutture, strumenti e canali (social e tradizionali) del sistema turistico provinciale:
  - Valorizzazione delle potenzialità di internet per la promozione turistica dell'offerta di turismo sostenibile nelle AAPP.

Best practice: Comunicazione online – Burren Cliff GeoPark (Irlanda)

Il Burren Cliff Geo Park ha deciso di impegnarsi nel turismo sostenibile e nello sviluppare adeguate strategie di marketing decidendo di mettere a disposizione due siti internet, uno dedicate alle attività del Parco in generale e l'altro dedicato alla promozione delle iniziative di turismo sostenibile del Parco.

- www.burrengeopark.ie
- www.burrenecotourism.com

Best practice: Brand forte e piattaforma online – Parco Nazionale Alti Tauri

Il Parco Nazionale Hohe Tauern (Austria) è il parco più grande delle Alpi e negli ultimi anni è emerso come modello di turismo sostenibile per varie ragioni. Uno delle più importanti è la collaborazione tra i Länder Carinzia, Salisburgo e Tirolo, insieme ai rispettivi Comuni situati all'interno del parco nazionale, la Großglockner Hochalpenstraßen AG e diverse unità di marketing, hanno creato un marchio comune: Hohe Tauern - Die Nationalpark-Region. Un marchio basato su cinque principali prodotti turistici: il Großglockner con la Großglockner Hochalpenstraße (strada alpina), i pascoli, i ranger del parco nazionale, le cascate e la magia dell'inverno.

Un'altra ragione del successo è la piattaforma internet condivisa (http://www.hohetauern.info) dove si possono prenotare sia singole visite guidate o pacchetti innovativi più completi come gite a cavallo.

Best Practice: Green Passport (Brazil)

In vista dei Mondiali di Calcio del 2014 il governo brasiliano in collaborazione con il Programma per l'Ambiente delle Nazioni Unite (UNEP) ha realizzato l'anno scorso una app disponibile anche come sito internet chiamata "Green Passport" dove i turisti possono facilmente trovare consigli per adottare comportamenti green non inquinanti e rispettosi delle culture locali. Vengono promossi l'acquisto di produzioni biologiche e locali nonché la scelta di strutture che si propongono come sensibili all'ambiente (non sono però ancora certificate da meccanismi indipendenti).

Per maggiori informazioni: www.green-passport.org/en/

Favorire una **promozione coordinata** tra AAPP agendo in sinergia con altri enti e proponendosi all'esterno come un unico sistema:

- Definire un'immagine unica e coordinata delle AAPP e dell'offerta di turismo sostenibile riconoscibile all'esterno (Es. nel lay-out della segnaletica, dei centri visitatori, dei contenuti promozionali);

- Stabilire alleanze con la rete museale territoriale (in primis MUSE ed Ecomusei) per una reciproca promozione;
- Sistematizzare e armonizzare il sistema della promozione tra AAPP e ApT/Consorzi.

Best practice: Campagne di promozione

Esempio di una comunicazione efficace è rappresentata dalla campagna di promozione dell' unione tedesca "paesaggi naturali nazionali" http://www.nationale-naturlandschaften.com/idea. Questo progetto, coordinato da EUROPARC Germany, ha il doppio scopo di armonizzare l'offerta turistica dei parchi tedeschi cercando anche di armonizzare le diverse iniziative nate nelle singole AAPP.

B.3. Miglioramento delle modalità di reperimento informazioni di fruizione e di prenotazione legati alla mobilità

Le azioni previste per quest'asse sono le seguenti.

Promuovere un sistema di reperimento delle informazioni e di prenotazione dei mezzi di trasporto sostenibili tra e nelle AAPP:

- Elaborazione di un pianificatore di rotta dinamico;
- Promozione e diffusione delle informazioni pre-trip e on-trip e relative prenotazioni riguardanti le offerte esistenti di mobilità sostenibili sia sul web (sito internet e app) che in loco (uffici di informazione).

Promuovere sistemi di informazione digitali e non sui percorsi di mobilità slow in forma di guide e percorsi tematici che promuovano la rete sentieristica, le piste ciclopedonali e altre reti di strade tra le AAPP del Trentino:

- Rendere visibile attraverso segnaletica, guide, mappe, servizi web e app gli itinerari dell'ampia rete di sentieri percorribili a piedi, in bicicletta, a cavallo o con l'asino, all'interno e tra le AAPP.

Best practice: Svizzeramobile – il portale della vacanza lenta

La rete SvizzeraMobile aiuta i turisti a scoprire le Alpi svizzere in bicicletta, in mountain bike, in canoa, sui pattini e a piedi, consigliando itinerari che insieme coprono una rete di oltre 3.300 km. Infatti, grazie allo sviluppo della mobilità dolce a scopo turistico, è possibile godere di una vacanza pienamente sostenibile in termini di trasporto.

Altre informazioni: www.svizzeramobile.ch

Per ogni mezzo di mobilità esiste poi un sito dedicato dove trovare tutti gli itinerari divisi per lunghezza.

È anche disponibile una applicazione online gratuita di SvizzeraMobile per iPhone, Android e iPad che fornisce informazioni, sulle carte nazionali, sulla rete degli itinerari e sui servizi segnalati ufficialmente per il traffico lento in Svizzera. L'applicazione comprende informazioni sugli oltre 700 itinerari nazionali, regionali e locali di «La Svizzera a piedi», «La Svizzera in bici», «La Svizzera in mountainbike», «La Svizzera in skating» e «La Svizzera in canoa». Inoltre include pure circa 60 percorsi per persone con mobilità ridotta (percorsi senza barriere). L'app mostra inoltre l'intera rete di sentieri segnalati della Svizzera e comprende informazioni su tutte le slowUp (giornate di festa senza automobile) e segnala oltre 4500 punti di interesse (POI) quali alloggi, assistenza bici, attrattive e località.

L'applicazione risulta particolarmente utile perché combina le 25.000 fermate del trasporto pubblico con la rete segnalata per il traffico lento.

Best practice: AlpInfoNet – rete di informazione sulla mobilità sostenibile

AlpInfoNet è un programma di cooperazione territoriale dell' Alpine Space partito nel 2012 e coordinato dal Ministero bavarese per l'economia, le infrastrutture, i trasporti e la tecnologia. Il suo scopo è quello di elaborare una strategia per la diffusione di informazioni sui trasporti pubblici, integrandole con quelle presenti nei sistemi di informazioni esistenti e rendendole accessibili in una rete d'informazioni sulla mobilità sostenibile. La realizzazione degli obiettivi si basa su un accordo di partenariato che coinvolge 15 partners provenienti da 5 nazioni diverse includendo stakeholder provenienti da diversi settori (trasporti, turismo, economia), da amministrazioni e enti di ricerca e da diversi livelli istituzionali.

Per maggiori informazioni:

- www.alpinfonet.eu/SiteAssets/ALPINFONET_project_abstract_IT.pdf
- www.alpine-space.eu/projects/projects/detail/AlpInfoNet/show/

Fotografia 16. Lago di Loppio nel Parco Naturale Locale Monte Baldo, Foto di M. Francesconi

C. Governance

Per realizzare le numerose azioni presentate all'interno della presente strategia sono necessari numerosi ingredienti. È necessaria innanzitutto, come più volte ricordato, una volontà fattiva di collaborazione da parte degli *stakeholder* coinvolti nelle azioni, al fine realizzare compiutamente i principi che ispirano le iniziative: partecipazione, sussidiarietà e integrazione.

Lo sviluppo locale trainato dal turismo attraversa infatti diversi settori e richiede la partecipazione di numerosi attori, ognuno dei quali viene chiamato, in base alle sue competenze e responsabilità, a contribuire al successo delle iniziative di sviluppo.

Ma la partecipazione e l'assegnazione delle responsabilità non avviene spontaneamente: è necessario prevedere un sistema di governance che consenta di attivare i contesti, aggregare gli attori, individuare i soggetti coinvolti, stabilire le responsabilità, assegnare i ruoli, provvedere ad un coordinamento efficace, facilitare massimamente lo scambio e la comunicazione interna. In assenza di un meccanismo efficiente ed efficace di governance, i principi di rete e integrazione alla base di questa strategia – e di molti altri progetti di sviluppo locale - rischiano di restare dei buoni propositi, senza ricadute apprezzabili sui territori interessati.

In un mercato sempre più competitivo e globalizzato vale più che mai il detto “l’unione fa la forza”, e questo vale ancora di più per le AAPP, che in alcuni casi hanno dimensioni e capacità operativa limitate, lungi dal raggiungere impatti e risultati autonomamente.

L’attuazione delle azioni contenute nei precedenti assi strategici sono necessariamente legate alle risorse disponibili e a un’efficace collaborazione tra tutti i portatori d’interesse, locali e provinciali, pubblici e privati, vieppiù necessaria per migliorare l’efficienza degli investimenti pubblici e sviluppare forme di attrazione di capitali.

La governance delle AAPP mira ad ottenere i seguenti obiettivi

- Contribuire al rafforzamento della capacità innovativa del sistema sociale e produttivo del Trentino (cfr. PUP) proponendo le AAPP come luoghi di sperimentazione di politiche di sostenibilità;
- Favorire coesione sociale, benessere, qualità della vita incentivando un più diretto coinvolgimento delle forze economiche e sociali in un’ottica di maggiore responsabilizzazione e promuovendo una maggiore partecipazione dei cittadini nella produzione e gestione dei beni e servizi di interesse comune (PSP, asse 6);
- Garantire l’attuazione della strategia TurNat attraverso un coordinamento verticale (tra livello locale e provinciale) che orizzontale (sia tra AAPP sia tra diversi settori tra cui natura, agricoltura, urbanistica e turismo);

Contribuire al rafforzamento della capacità innovativa del sistema sociale e produttivo del Trentino (cfr. PUP) proponendo le AAPP come luoghi di sperimentazione di politiche di sostenibilità;

Il PUP fornisce un quadro di indirizzo per il governo e lo sviluppo territoriale all’insegna della sostenibilità, della sussidiarietà, la competitività e l’integrazione. I principi alla base delle AAPP e della strategia che ne ispira lo sviluppo turistico sono i medesimi e quindi tali aree potrebbero da questo punto di vista diventare dei luoghi privilegiati ove declinare in modo coerente e innovativo tali principi. Le AAPP infatti devono conciliare ambiente e sviluppo, identità e innovazione e devono, probabilmente più di altre zone del Trentino, sperimentare nuovi approcci e nuovi metodi di innescare lo sviluppo locale.

La sostenibilità è nel DNA delle AAPP, la sussidiarietà implica una precisa distribuzione dei compiti a seconda delle competenze dei diversi livelli istituzionali e operativi, la competitività riguarda la capacità di rinnovare l’offerta locale per ambire a nuovi mercati e raggiungere nuova domanda, l’integrazione infine implica la capacità di connettersi con reti lunghe per cogliere le opportunità progettuali che si generano su scala internazionale.

Garantire l’attuazione della strategia TurNat promuovendo una governance integrata e multi-livello, nella consapevolezza che la gestione dei fenomeni turistici deve comprendere sia azioni integrate di carattere locale sia azioni integrate di sistema;

Il metodo di lavoro della presente strategia è stato caratterizzato da una notevole partecipazione delle categorie legate allo sviluppo turistico. Il coinvolgimento degli *stakeholder* ha permesso di costruire contenuti di qualità, ma ha anche alimentato aspettative per il futuro. L’attuazione della strategia quindi non può che confermare il medesimo grado di coinvolgimento e continuare a sollecitare i loro contributi.

La sostenibilità del turismo, nell’accezione ampia che si vuole dare in questa strategia, è molto trasversale, attraversa cioè tutti i sub-settori dell’industria turistica e i diversi settori dell’economia. La natura composita del turismo impone un forte coordinamento tra attori, sia a in senso orizzontare (tra diversi settori), ma anche in senso verticale, tra diversi livelli istituzionali. È indispensabile quindi che, fin dalla sua impostazione, l’offerta turistica sostenibile delle AAPP accolga l’integrazione intersettoriale e intrasettoriale come principio regolatore. Questo vuol dire alimentare costantemente le condizioni per un’efficace comunicazione interna e per una continua partecipazione da parte dei soggetti coinvolti, anche per favorire la massima coerenza interna delle azioni e per verificare il rispetto dei criteri di sostenibilità attraverso un continuo monitoraggio.

Garantire spazi continui e credibili di collaborazione e partecipazione incentivando un più diretto coinvolgimento delle forze economiche e sociali in un’ottica di maggiore responsabilizzazione e promuovendo una maggiore partecipazione dei cittadini nella produzione e gestione dei beni e

servizi di interesse;

Il turismo rappresenta un volano di sviluppo economico, talvolta a costi (sociali e culturali) molto elevati. Il turismo nelle AAPP dovrebbe essere somministrato, come suggeriva Alexander Langer, a “dosi omeopatiche”, ovvero in modo tale da non alterare l’equilibrio ecologico di un sistema. Per massimizzare i benefici del turismo, minimizzandone gli impatti negativi, l’unica via percorribile è la piena partecipazione della comunità locale nella costruzione dell’offerta turistica, in modo da conferire carattere e unicità alle proposte da inserire sul mercato e in modo da responsabilizzare diffusamente il tessuto imprenditoriale e istituzionale locale.

L’asse di azione

C.1. Attivazione sistematica di processi partecipativi e collaborativi a livello provinciale e territoriale

Le azioni previste per quest'asse sono le seguenti:

- Sistematizzare e valorizzare le collaborazioni a livello provinciale coordinando diversi ruoli e competenze tra gli stakeholder provinciali (es. FEM, APPA, MUSE, Trentino Marketing, ApT/ Consorzi, tsm, Step, SAT, Comunità di Valle e gli uffici provinciali competenti) per definire e attuare le azioni di sistema di supporto alle gestioni locali.
  - Prevedere l'attuazione della strategia TurNat attraverso il coordinamento e la responsabilizzazione di tutti gli *stakeholder* coinvolgendoli attraverso consultazioni bi- o multi- laterali;
  - Stipulare un accordo scritto dove obiettivi, responsabilità e azioni di sistema siano condivisi;
  - Favorire l'adesione alla Carta Europea del Turismo Sostenibile (CETS) per il Parco Naturale Paneveggio-Pale di San Martino, Parco dello Stelvio e per tutto il sistema delle RR;
  - Analizzare e cogliere le diverse opportunità offerte dai fondi europei.

La Tabella 06 individua i servizi provinciali responsabili e i principali attori da coinvolgere nell'attuazione della strategia TurNat.

Fase	Chi coordina	Attori	Risultato atteso
1. Strategia	Dip. Turismo/ Serv. Turismo	Dipartimenti turismo e ambiente e Trentino Marketing (TTT)	Turismo sostenibile come asse strategico del turismo trentino
2. Prodotto	Dip. Territorio/ Serv. sviluppo sostenibile e AAPP; Serv. Turismo	AAPP, Trentino Marketing, ApT/ Consorzi, ass. di categoria, mondo ambientalista	Prodotti turistici sostenibili "di sistema"
3. Promozione	Trentino Marketing	Apt/Consorzi, operatori turistici	Valorizzazione del turismo sostenibile nelle AAPP nelle attività di promozione

Tabella 06. La governance provinciale della strategia TurNat

- **Attivare processi partecipativi e di partenariato a livello locale** secondo i metodi e le fasi previste dalla Carta Europea per il Turismo Sostenibile – CETS (allo stesso tempo certificazione europea e metodo di governance territoriale) per la definizione, attuazione e monitoraggio di **azioni locali** di sviluppo turistico:
  - Gestire e coordinare in maniera efficace i forum territoriali (favorita dalla formazione data ai coordinatori RR);
  - Individuare insieme a tutti i portatori d'interesse quei valori ambientali e storico-culturali distintivi del territorio;
  - Stipulare un accordo scritto dove obiettivi, responsabilità e azioni locali di sviluppo siano condivisi.

La Carta Europea per il Turismo Sostenibile

La governance multi-livello per l'attuazione della strategia TurNat presuppone l'attivazione di metodi partecipativi a livello locale come quelli sistematizzati nella CETS che coinvolgono i soggetti territoriali come le ApT/Consorzi d'ambito, gli Ecomusei e altre realtà private.

La scelta di raccomandare l'adesione alla CETS è dettata dalla praticità di questo strumento di governance che, oltre a dare visibilità internazionale alle AAPP del Trentino, rappresenta un'occasione per garantire una visione solida, concreta e di lungo periodo (almeno 5 anni) allo sviluppo turistico delle AAPP, soprattutto alle RR che sono istituzionalmente più flessibili, ma anche organizzativamente più deboli dei Parchi.

Come abbiamo già visto in precedenza, aprire alle comunità i processi decisionali è innanzitutto una necessità democratica oltre che politica in un'ottica di responsabilizzazione degli attori locali e di trasparenza decisionale. Inoltre la partecipazione della comunità nella definizione e attuazione di una strategia di sviluppo turistico sostenibile aumenta le possibilità che l'offerta turistica sia percepita più autentica e quindi credibile andando incontro alle tendenze della domanda sempre più in cerca di personalizzazione e unicità delle esperienze.

La CETS può fornire una visione solida e concreta perché prescrive alle AAPP di pianificare una strategia basandosi su un'analisi socio-economica dei bisogni della comunità, e poi di attuarla monitorandone i risultati. Inoltre la CETS prevede anche di applicare i principi di collaborazione e partecipazione promuovendo partnership e accordi scritti tra le parti che danno vita a innovazione di processo e di prodotto.

Fotografia 17. Malga Valchestria nel Parco Naturale Adamello Brenta, Foto di G. Alberti

Best practice – lavorare in partnership nelle AAPP: l'Australia

Un grande contributo alla comprensione pratica sul successo e il fallimento di processi partecipativi e collaborativi nella pianificazione di turismo sostenibile nelle AAPP è stato dato dall'Australia e in particolare dagli studi di un gruppo di ricerca (Pfueller et al., 2011; Laing et al., 2008a; 2008b; 2009; Weiler et al., 2007; Moore et al., 2009). In Australia il settore del turismo natura ha contribuito all'economia nazionale per più di 33 miliardi di dollari, contando più di 28 milioni di visitatori legati a questa motivazione e che per lo più hanno visitato le AAPP (Australian Government – Dep. of Environment. 2014). Il governo australiano stima che questo settore offra più di 200.000 posti di lavoro. Tale successo è dovuto all'esteso patrimonio naturale dell'Australia, il cui governo, consapevole della dipendenza economica dalla conservazione di tali risorse, ha elaborato una strategia ventennale, the Australia's Strategy for the National Reserve System (Natural Resource Management Ministerial Council, 2009). Il sistema di AAPP australiano conta 9000 aree e corrisponde al 12.9% dell'intera superficie dello stato. L'Australia è considerata una best practice mondiale nella gestione delle AAPP anche se le sfide da affrontare ogni giorno sono innumerevoli. Nella strategia di gestione dei prossimi 20 anni le parole-chiave sono adaptive management and partnerships, il primo con un esplicito riferimento alla necessità di incorporare la ricerca alle azioni di conservazioni integrando pianificazione, gestione e monitoraggio permettendo così risposte flessibili ed efficaci ai rischi che si potrebbero presentare. In secondo luogo, la strategia auspica il rafforzamento del metodo delle partnership rendendo più efficiente la collaborazione e la co-gestione dell'area protetta e dei suoi servizi da parte di autorità locali e provinciali, stakeholder privati, proprietari terrieri, comunità locale e organizzazioni non governative. Questi principi sono da anni applicati all'interno delle AAPP australiane e dal 2001 sono state finanziate ricerche scientifiche per capirne i benefici e le possibilità di miglioramento. Presso il Sustainable Tourism Cooperative Research Centre, il lavoro del gruppo di ricerca di Laing et al. ha dato un contributo significativo alla valutazione dell'efficacia delle partnership con un focus specifico sulla pianificazione di sviluppo turistico sostenibile all'interno delle AAPP australiane. In particolare lo studio si è concentrato nell'identificare le caratteristiche e gli elementi che intercorrono per creare, rafforzare e mantenere una governance partecipativa e collaborativa per lo sviluppo turistico sostenibile in AAPP, individuando quegli aspetti che ne incrementano il successo nei risultati. I loro risultati si sono basati su una ricerca di due anni che ha analizzato 21 casi in cui sono state avviate delle partnership legate a un'area protetta e al suo sviluppo turistico sostenibile.

I risultati dello studio hanno rilevanza sia teorica che pratica nel senso che contribuiscono alla comprensione di come questo genere di governance funziona e come può essere per il futuro. Nel complesso si può sintetizzare che le partnership australiane sono state valutate sulla base dei loro outcome e la relazione di questi ultimi con il processo di governance, considerando sempre la percezione degli attori coinvolti Gli outcome identificati corrispondono alle tre dimensioni di sostenibilità (economica, ambientale e sociale).

I fattori che hanno contribuito al successo della partnership che corrisponde a un outcome positivo sono i seguenti:

- Coinvolgimento di politici e amministratori e supporto dell'ente area protetta e coordinamento portato avanti da almeno uno delle parti. Sembra che sia auspicabile che tale ruolo di leadership e di fornitore di input sia giocato dall'area protetta stessa.
- Comunicazione, fiducia e impegno da parte di e tra tutte le parti. In particolare l'impegno dimostrato dalle parti è fondamentale per il raggiungimento dell'obiettivo della collaborazione e per massimizzare i benefici per tutti. Mentre una comunicazione condivisa, aperta e trasparente influenza positivamente molti altri elementi fondamentali come la fiducia tra gli attori.
- Supporto organizzativo e finanziario e l'adeguatezza della legislazione esistente riguardante il turismo nelle AAPP.

Mentre i fattori che hanno contribuito in maniera negativa ai risultati sono i seguenti:

- **Incomprensione delle posizione delle parti.** Uno dei fattori più importanti che è stato valutato responsabile di alcuni insuccessi è il fatto che le parti non capissero le posizione reciproche e questo ha costituito un problema enorme sia per costruire la fiducia che per ottenere una comunicazione aperta e trasparente.
- **Ruoli e poteri.** Un altro fattore critico riguarda la definizione e l'accettazione dei ruoli e delle responsabilità, e soprattutto la flessibilità che è richiesta in un ambiente così complesso di collaborazione.
- **Accordi e regolamenti.** La redazione di un accordo scritto può aiutare a definire in maniera chiara obiettivi, ruoli e competenze in modo da aumentare la comprensione reciproca e la propria consapevolezza riguardo le responsabilità e le azioni da portare avanti.
- **Mancanza di risorse.** Sembra che di converso questo sia uno dei fattori che può risultare determinante nell'intero fallimento delle politiche turistiche sostenibili e della collaborazione efficace tra diversi attori infatti una penuria di risorse a disposizione della collaborazione può risultare nella mancanza di staff e nella perdita di entusiasmo da parte degli attori coinvolti.

Best practice – Processi partecipativi e CETS nel PNAB a 10 anni di distanza

Il PNAB ha iniziato a valutare l'idea di aderire alla CETS all'inizio del 2000, concretizzando il proprio impegno nel 2004 anno in cui è iniziata il percorso di analisi e di coinvolgimento degli stakeholder. È fondamentale una premessa storica, all'epoca l'ente parco si trovava, sin dal momento della sua effettiva operatività (anni '90) in un contesto particolarmente conflittuale con molti stakeholder locali, intesi sia come amministrazioni che come attori economici e turistici. La CETS rappresentò e rappresenta tutt'ora un percorso di avvicinamento culturale e relazionale con le comunità locali. ts ha condotto nel 2013 una ricerca qualitativa per capire, a quasi dieci anni dall'inizio del processo, come le relazioni tra gli attori si sono evolute e quanto questo ha influito sui risultati della strategia e delle azioni.

Di seguito proviamo a illustrare quali sono le condizioni di una governance collaborativa efficace che sono state tenute in considerazione nella strategia TurNat e che dovranno essere considerate anche nella sua attuazione. Le raccomandazioni proposte sono nate da un'attenta analisi della letteratura esistente e dalla valutazione dell'analisi del caso-studio del Parco Naturale Adamello-Brenta, permettendo quindi delle conclusioni che tengono bene conto del contesto trentino.

Integrando la ricerca condotta nel PNAB basata sulla raccolta di più di trenta interviste in profondità con gli attori locali, con l'analisi della letteratura e della casistica internazionale si può concludere che una gestione partecipata delle risorse naturali con scopi ricreativi necessita prima di tutto di un ente di gestione dell'area (protetta) che sia il più possibile stabile e in grado di mettere a disposizione risorse umane, organizzative, tecniche e finanziarie. Infatti, il coordinamento degli attori e delle politiche in atto necessita di risorse dedicate che non possono essere date per scontate.

Inoltre, si è evidenziata la necessità di rafforzare il ruolo del livello provinciale delle politiche che incentivino la sostenibilità ambientale e agricola, ma soprattutto turistica, dove, a sostegno della formulazione di politiche a lungo termine, sono necessari finanziamenti oculati per affrontare in maniera strutturale il problema della stagionalità e intensità dell'affluenza turistica. Un tale cambiamento servirebbe anche per stimolare positivamente l'atteggiamento e il ruolo attivo degli attori rilevanti (per esempio: ApT, ma anche operatori turistici, Comuni e associazioni di uso civico).

I risultati sulla governance delle politiche di turismo sostenibile del PNAB suggeriscono anche la necessità di una maggiore partecipazione dell'azienda provinciale alla promozione turistica nello sviluppo del prodotto turistico per evitare problemi nella successiva promozione.

In conclusione, è necessario che il maggior numero di attori partecipino in maniera proattiva (anche in termini finanziari) al processo di individuazione e di formulazione della governance in modo da assicurare una corretta attuazione delle politiche proposte. Questo è possibile solo se si mette in moto un processo trasparente, coordinato, strutturato, dove si condividono visione e obiettivi, responsabilità e benefici, un processo che si basi sulla fiducia reciproca degli attori coinvolti. Chiarire responsabilità e competenze in accordi scritti e programmare incontri regolari sono elementi che facilitano la costruzione di un processo collaborativo efficace.

Per riassumere, integrando i risultati dell'analisi della letteratura con quelli di altri casi internazionali e l'esperienza trentina del PNAB, si possono estrarre le seguenti raccomandazioni:

1. Selezionare le parti in maniera efficace ossia includendo tutte quelle parti che hanno interesse/potere e competenze per contribuire alle azioni che compongono le politiche e assicurare un adeguato coordinamento a questa fase
2. Coordinare la definizione dei partenariati assicurando una comunicazione costante e trasparente, la fiducia reciproca e l'impegno di tutte le parti a portare avanti le proprie responsabilità anche attraverso un documento scritto.
3. Gestire l'ambiente operativo dei partenariati assicurando un contesto legale di rispetto degli impegni presi, lo sviluppo di un accordo scritto e una legislazione favorevole, oltre che un supporto organizzativo e finanziario adeguato.

In particolare:

4. Raggiungere una comunicazione aperta e trasparente

Conclusioni in dieci punti

Dopo avere analizzato lo stato dell'arte relativo alle forme di sviluppo sostenibile del turismo nelle AAPP e avere prospettato possibili soluzioni, chiudiamo questo manuale con una sintesi in 10 punti dei contenuti della strategia nella speranza che le riflessioni e le raccomandazioni di questo lavoro di ricerca si riflettano nelle scelte politiche e quindi nelle azioni di tutti i soggetti che detengono interessi e competenze nel contesto della strategia TurNat.

1.

Sviluppare una strategia turistica chiara e un coordinamento efficace.

La PaT dovrebbe impegnarsi nel turismo sostenibile supportandolo come una delle priorità della corrente legislatura. Ciò significa un impegno per trasformare i principi dei documenti fondanti della legislatura come PUP, PSP e PASSO e le linee-guida del turismo in azioni concrete. La strategia TurNat fornisce un approccio analitico e una prospettiva che guarda al medio-lungo periodo (3-5 anni), proponendo un sistema di coordinamento trasparente e strutturato dove vengono definiti ruoli, competenze, obiettivi e azioni da attuare coinvolgendo a livello provinciale tutti gli *stakeholder* interessati.

2.

Focalizzarsi su esperienze autentiche.

I tre parchi del Trentino e le 7 RR insieme ai relativi ambiti territoriali sono le aree chiave su cui focalizzare il *prodotto natura trentino* offrendo così un'immagine e una forte esperienza di impatto emozionale.

Lo sviluppo del prodotto dovrà essere integrato anche da eventi simbolici che possono attirare diversi target di persone come ad esempio: una giornata dedicata a un particolare tema oppure camminate tematiche. Il prodotto deve essere anche integrato da possibilità di ristoro e alloggio adeguate e coerenti: conduzioni famigliari, agriturismi, rifugi, malghe e baite di montagna costituiscono importanti asset da rafforzare ulteriormente.

3.

Strutture ricettive e agricoltura in coerenza con gli obiettivi dell'area protetta e con la motivazione della vacanza.

Considerando i valori che si intendono promuovere attraverso la vacanza sostenibile nelle AAPP del Trentino, si raccomanda di definire quali caratteristiche dovrebbero avere le strutture ristorative e di pernottamento nonché i fornitori di servizi per essere coerenti e quindi promossi all'interno di questo prodotto turistico. Uno sforzo migliorativo e un impegno ambientale del settore agricolo e del settore ricettivo sono presupposti fondamentali per un'offerta integrata e attrattiva di turismo sostenibile. Quindi va promossa a tutti i livelli la diffusione di certificazioni riconosciute come Ecolabel europeo e Biologico anche attraverso l'utilizzo di programmi di finanziamento europei.

4.

Favorire la fruizione turistica e l'accessibilità garantendo al contempo un approccio adeguato alla gestione dei flussi in senso spaziale e temporale.

L'intensità del turismo in Trentino richiede una gestione dei flussi da un punto di vista sia spaziale che temporale. Una strategia di respiro provinciale ha il valore aggiunto di poter adottare una prospettiva abbastanza ampia da favorire il riequilibro spaziale e temporale dei flussi turistici in modo da alleviare la pressione da aree congestionate e portare nuovi flussi in aree finora più marginali e allo stesso modo incoraggiare l'utilizzo di periodi meno importanti turisticamente per aumentare la stagione e quindi la redditività turistica.

5.

Coerenza tra Parco e territorio fuori parco.

È importante che le AAPP non vengano recepite come riserve e quindi è fondamentale che anche le aree circostanti ai meri confini tutelati siano in coerenza e continuità con l'area protette vera e propria.

6.

Un approccio aperto, innovativo, integrato e partecipativo per lo sviluppo locale.

È fondamentale portare avanti questa strategia turistica e di gestione di AAPP in un'ottica integrata e coerente con il territorio circostante. Bisogna armonizzare in tal senso le pianificazioni urbanistiche relative ai PTC in modo da favorire le sinergie tra livelli e settori e perseguire così insieme un piano di sviluppo locale sostenibile.

Inoltre, la strategia TurNat, volendo innovare l'offerta turistica valorizzando i temi ambientali e culturali di un territorio, incentiva quelle forme di sviluppo locale fortemente radicate nel territorio e nella comunità. Questo è possibile solo se la declinazione dell'offerta turistica e la gestione dell'area protetta vengono condivise sin dall'inizio da tutti gli *stakeholder* interessati. Diventa quindi fondamentale che si attivino a livello locale dei forum di concertazione.

7.

Marketing e promozione.

Per il successo della strategia è fondamentale che alle attività di promozione e marketing vengano garantite adeguate risorse e competenze. In particolare, gli investimenti dovranno mirare ad integrare e coordinare le azioni delle DMO d'ambito, dei gestori delle AAPP e di Trentino Marketing.

8.

Informazioni sul web.

È molto importante anche rendere accessibili ed efficaci le informazioni disponibili online in modo da essere usate sia per ottenere informazioni sulla destinazione che consigli per una vacanza sostenibile prima, durante e dopo il viaggio con l'obiettivo finale di utilizzare le esperienze dei visitatori per incentivare l'arrivo di altri.

9.

Ricerca e monitoraggio.

Si raccomanda di integrare la pianificazione e l'attuazione delle politiche turistiche e naturalistiche a un'estensiva attività di monitoraggio e ricerca. In particolare, si raccomanda l'utilizzo del sistema europeo di indicatori turistici come base del monitoraggio da integrare con altri più specifici per gli equilibri ecosistemici.

A tal fine è necessario promuovere collaborazioni con centri di ricerca e università locali e internazionali, nonché altre realtà internazionali per migliorare la conoscenza e quindi l'efficacia delle decisioni. Si raccomanda in particolare modo di approfondire e applicare in zone pilota l'approccio di identificazione e valorizzazione dei servizi ecosistemici.

10.

Rete di investimenti per la tutela della biodiversità, dell'ambiente e dei paesaggi.

È infine fondamentale assicurare che parte dei benefici economici che derivano dai flussi turistici motivati dalla vacanza natura siano re-investiti per assicurare la gestione e la manutenzione dei servizi dei parchi e delle AAPP. I vantaggi economici del turismo, specialmente nelle aree ad alto valore naturalistico e storico-culturale devono essere capitalizzati in piani di conservazione e in progetti che favoriscano lo sviluppo locale sostenibile nelle diverse filiere economiche.

TurNat – Una strategia di sviluppo turistico sostenibile nelle Aree Protette del Trentino

Lista dei Comuni, delle Comunità di Valle e delle Aziende per il Turismo delle aree protette

PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO
Comuni (3)
Pejo
Pellizzano
Rabbi
Comunità di Valle
Comunità Val di Sole
Aziende per il Turismo
ApT Val di Sole

PARCO NATURALE ADAMELLO BRENTA
Comuni (38)
Andalo
Bocenago
Breguzzo
Caderzone
Campodenno
Carisolo
Cavedago

Cles
Comano Terme
Commezzadura
Cunevo
Daone
Dare'
Denno
Dimaro
Dorsino
Flavon
Giustino
Massimeno
Molveno
Monclassico
Montagne
Nanno
Pelugo
Pinzolo
Ragoli
San Lorenzo In Banale
Spiazzo
Spormaggiore
Sporminore
Stenico
Strembo
Tassullo
Terres
Tione di Trento
Tuenno

Vigo Rendena
Villa Rendena
Comunità di Valle
Comunità Paganella
Comunità Val di Sole
Comunità Giudicarie
Comunità Val di Non
Aziende per il Turismo
ApT Val di Sole
ApT Val di Non
ApT Campiglio
ApT Dolomiti Paganella
ApT Comano
Consorzio Rendena
Consorzio Giudicarie

PARCO NATURALE PANEVEGGIO- PALE DI SAN MARTINO
Comuni (10)
Canal San Bovo
Imer
Fiera di Primiero
Mezzano
Moena
Predazzo
Sagron mis
Siror
Tonadico
Transacqua
Comunità di Valle
Comunità di Fiemme

Comun General de Fascia
Comunità di Primiero
Aziende per il Turismo
ApT San Martino Castrozza
ApT Fiemme
ApT Fassa

RETE DI RISERVE BASSO SARCA
Comuni (9)
Arco
Calavino
Cavedine
Dro
Lasino
Padergnone
Riva del Garda
Vezzano
Nago-Torbole
Comunità di valle
Comunità Valle dei Laghi
Comunità Rovereto e Vallagarina
Aziende per il Turismo
ApT di Trento, Bondone e valle dei Laghi
ApT Rovereto e Vallagarina
ApT Ingarda

RETE DI RISERVE SARCA MEDIO E ALTO CORSO
Comuni (26)
Bleggio Superiore
Bocenago
Bolbeno
Bondo
Breguzzo
Caderzone Terme
Comano Terme
Carisolo
Darè
Dorsino
Fiavè
Giustino
Massimeno
Montagne
Pinzolo
Preore
Ragoli
Roncone
San Lorenzo in Banale
Spiazzo
Stenico
Strembo
Vigo Rendena
Villa Rendena
Tione di Trento
Zuclo
Comunità di Valle
Comunità delle Giudicarie
Aziende per il Turismo
ApT Campiglio
ApT Comano

Consorzio Rendena
Consorzio Giudicarie
Consorzio Valle del Chiese

RETE DI RISERVE PARCO NATURALE DEL BALDO
Comuni (5)
Ala
Avio
Brentonico
Mori
Nago-Torbole
Comunità di Valle
Comunità della Vallagarina
Comunità alto Garda e Ledro
Aziende per il Turismo
ApT Rovereto e Vallagarina
ApT Ingarda

RETE DI RISERVE ALTA CEMBRA- AVISIO
Comuni (5)
Capriana
Faver
Grauno
Grumes
Valda
Comunità di Valle
Comunità Val di Cembra
Comunità di Fiemme
Aziende per il Turismo
ApT Altopiano di Pinè e Valle di Cembra
ApT Fiemme

RETE DI RISERVE FIEMME – DESTRA AVISIO
Comuni (11)
Carano
Castello-Molina di Fiemme
Cavalese
Daiano
Moena
Panchia'
Predazzo
Tesero
Varena
Vigo di Fassa
Ziano di Fiemme
Comunità di Valle
Comun General de Fascia
Comunità di Fiemme
Aziende per il Turismo
Apt Fiemme
Apt Fassa

RETE DI RISERVE ALPI LEDRENSI
Comuni (5)
Bondone
Ledro
Storo
Tenno
Riva del Garda
Comunità di Valle

Comunità Giudicarie
Comunità Alto Garda e Ledro
Aziende per il Turismo
ApT Ingarda
Consorzio Val del Chiese
Consorzio Pro Loco Val di Ledro

Fotografia 18. ZSC Nodo di Latemar, Torre di Pisa nella Rete di Riserve Fiemme-Destra Avisio

Bibliografia

- AASTER, (2013), Parchi come luogo di incontro tra green economy e green society, disponibile online da http://www.minambiente.it/sites/default/files/archivio/allegati/natura_italia/dossier_aaster.pdf (ultimo accesso: 10/09/2014).
- Ackermann, N., Hiess, H., Simon, C., Schreyer, Ch., Weninger, A., & Zambrini, M. (2006), "Future in the Alps"-Report of Project Question 4: Leisure, Tourism and Commuter Mobility. Vienna, Zürich, Milano, Grenoble: CIPRA.
- Ansell, C., Gash, A. (2008). Collaborative governance in theory and practice. Journal of Public Administration Research and Theory, 18, 543-571.
- Arnoldi, C., (2009), Tristi Montagna: Guida ai malesseri alpini, Priuli & Verlucca.
- Aronsson, L. (1997), Tourism in Time and Space: An Example from Smögen, Sweden', pp. 118–36 in D.G. Lockhart and D. Drakakis-Smith (eds) Island Tourism:Trends a Prospects. London and New York: Pinter.
- Australian Government – Dep. of Environment, (2014), Australia's protected areas, Home – Topics -

LandNational Reserve System - About the NRS, disponibile a http://www.environment.gov.au/topics/land/nrs/about-nrs/australias-protected-areas (ultimo accesso: 26/02/2014).

Ayuso, S. (2007), Comparing voluntary policy instruments for sustainable tourism: The experience of the Spanish hotel sector, Journal of Sustainable Tourism, 15 (2), pp. 144-159.

Ayuso, S. (2007), Comparing Voluntary Policy Instruments for Sustainable Tourism: The Experience of the Spanish Hotel Sector, Journal of Sustainable Tourism, 15:2, 144-159.

Baggio, R. (2011). Collaboration and cooperation in a tourism destination: a network science approach. Current Issues in Tourism, 14, 183-189.

Balbi, S., Giupponi, C., Bonzanigo, L. (a cura di) (2011): Climate change and its impacts on tourism in the Alps. The pilot area of Auronzo di Cadore (Belluno). Lecce, Euro-Mediterranean Centre for Climate Change.

Balsiger, J. (2007), Regionalism Reconsidered: The Alpine Convention as a Model of Earth System Governance, Paper prepared for presentation at the 2007 Amsterdam Conference on the Human Dimensions of Global Environmental Change, May 24-26 2007.

Barone, A., Lo Surdo, G., Di Napoli, R., (2003), Agriturismo & marketing. Analisi delle tendenze e strategie per lo sviluppo delle attività agrituristiche, Agra Edizioni.

Barr, S., Shaw, G.,Coles, T., Prillwitz, J., (2010), 'A holiday is a holiday': practicing sustainability, home and away, Journal of Transport Geography 18, pp. 474–481.

Bassetti, C., (2002a), La SAT e la tutela dell'ambiente, in Ambrosi, C., Angelini, B., (a cura di) La SAT: Centotrent'anni (1872-2002), p. 353-378, Editrice Rendena.

Bassetti, C., (2002b), Le malghe ed il paesaggio, in Ambrosi, C., Angelini, B., (a cura di) La SAT: Centotrent'anni (1872-2002), p. 379-390, Editrice Rendena.

Bergin-Seers, S., Mair, J., (2009), Emerging Green Tourists in Australia: Their Behaviours and Attitudes, Tourism and Hospitality Research, 9, pp. 109-119.

Bimonte, S., Pagni, R., (2003), Protezione, fruizione e sviluppo locale: aree protette e turismo in Toscana, IRPET Regione Toscana, Firenze.

Bimonte, S., Pisani, C., (2009), Risultati Della Seconda Indagine Sugli Utenti Dei Parchi.

Böler, S., Grichskat, S., Haustein, S., Hunecke, M., (2006), Encouraging environmentally sustainable holiday travel", Transportation Research Part A: Policy and Practice, 40 (8), pp. 652-670.

Bramwell, B. (2005). Interventions and policy instruments for sustainable tourism. In W. Theobold (Ed.), Global tourism (3rd ed.) (406-426). Oxford: Elsevier.

Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. Journal of Sustainable Tourism, 19, 411-421.

Bushell, R., Staiff, R., Eagles, P. F. J., (2007), Tourism and Protected Areas: Benefits beyond boundaries, in (eds) R. Bushell and P.F.J. Eagles, Tourism and Protected Areas: Benefits Beyond Boundaries, CABI Publishing, pp. 1-11.

Butler, R. W., (1980), The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. The Canadian Geographer/Le Géographe canadien, 24(1), 5-12.

Canadian Tourism Commission, (2011), Experiences: a toolkit for partners of the Canadian Tourism Commission, disponibile online da http://en-corporate.canada.travel/sites/default/files/pdf/Resources/sec_exptoolkit_lores_final.pdf (ultimo accesso: 29/09/2014).

Cannas, R., Solinas, M., (2005), Primo Rapporto sul Turismo nei Parchi Nazionali: una visione di sistema, CTS.

Casari, M., (2007), Emergence of endogenous legal institutions: property rights and community gover-

nance in the Italian Alps, Journal of Economic History, 67 (1), pp. 191-226.

Castelnovi, P., (2013), Editoriale: Parchi come piattaforma per lo sviluppo locale, in IRES Piemonte , Politiche Piemonte: Aree protette , n. 20, disponibile a http://www.politichepiemonte.it/site/ (ultimo accesso: 08/04/2014).

Cavallo, M., Degli Esposti, P., Konstantinou, K., (2012), Green marketing per le aree industriali. Metodologie, strumenti e pratiche, Franco Angeli Edizioni, pp. 256.

Centro Studi JFC, (2014), Tra conferme e novità: le tendenze delle discipline sportive . Disponibile on-line http://www.jfc.it/documenti/dicono_di_noi/sciare_magazine_n669_15-31_gennaio_2014.pdf (ultimo accesso 25/07/2014).

CIPRA Italia (a cura di), (2004), Mobilità turistica nelle valli alpine. Problemi, proposte ed esperienze per un turismo sostenibile, La Grafica Nuova.

CIPRA, (2007), CIPRA INFO, 83, Edizione Italiana.

Cirillo, C., (2006), Trasporti e mobilità nelle aree protette, Forest@, 3(3), pp. 315-316

De Vries, B.J.M., (2013), Sustainability science, Cambridge University Press.

Deflorian, T., Richiardone, G.M., (2002), Sentieri ed escursionismo in Ambrosi, C., Angelini, B., (a cura di) La SAT: Centotrent'anni (1872-2002), Editrice Rendena, pp. 311-338.

Del Baggio, C. (2009), The institutionalization of the alpine region: an analysis based on a study of two panalpine networks (Alliance in the Alps and Alparc), Journal of Alpine Research, 97 (2), pp. 99-115.

Di Santo, M., Silveri, D., (2004), "Coltiviamo la diversità" Progetto Per Il Recupero, La Conservazione E La Valorizzazione Delle Risorse Genetiche Agricole Autoctone Del Parco Nazionale Della Majella, Majambiente Edizioni

Dickinson, J. E., Lumsdon, L., (2010), Slow Travel and Tourism, Earthscan, pag. 231.

Dickinson, J. E., Robbins, D., Lumsdon, L., (2010), Holiday travel discourses and climate change, Journal of Transport Geography 18, pp. 482–489

Direzione Studi e Ricerche TCI, (2005), Sviluppo sostenibile e competitività del settore turistico Libro Bianco del Touring Club Italiano,

Driessen, P. P.J., Dieperink, C., Laerhoven, F., Runhaar, H. A. C., Vermeulen, W.J.V., (2012), Towards a conceptual framework for the study of shifts in modes of environmental governance–experiences from the Netherlands, Environmental policy and governance, 22 (3), pp. 143-160.

Dües, C., Tan, K., & Lim, M., (2013), Green as the new Lean: how to use Lean practices as a catalyst to greening your supply chain. Journal Of Cleaner Production, Vol. 40, February, 93-100.

Eagles, P. F. J., McCool, S. F. (a cura di), (2004),Tourism in national parks and protected areas: planning and management.

Ecotur, (2013), 11° Rapporto Ecotur sul Turismo Natura, Osservatorio permanente sul Turismo Natura.

Elmi, M., Wagner, M. (2013), Turismo sostenibile nelle Dolomiti, Una strategia per il Bene Patrimonio Mondiale UNESCO. Bolzano, Accademia Europea Bolzano.

Euromonitor International, (2007), WTM Global Trends Report 2007. Euromonitor, London.

European Commission, (2007), Communication From The Commission, Agenda for a sustainable and competitive European tourism, Brussels, 19.10.2007, COM(2007) 621 final.

European Commission, (2010a), Communication from the Commission Europe, 2020. A strategy for smart, sustainable and inclusive growth, Brussels, 3.3.2010 COM(2010) 2020 final.

European Commission, (2010b), Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European economic and social committee and the Committee of the Regions Brussels,

Analysis of options to move beyond 20% greenhouse gas emission reductions and assessing the risk of carbon leakage, COM(2010) 265 final.

European Commission, (2010c), Comunicazione Della Commissione Al Parlamento Europeo, Al Consiglio, Al Comitato Economico E Sociale Europeo Ed Al Comitato Delle Regioni, L'Europa, prima destinazione turistica mondiale - un nuovo quadro politico per il turismo europeo, Brussels, 30.6.2010, COM(2010) 352 definitivo.

Federparchi, (1999), Introduzione alla Conferenza nazionale ruralità e ambiente, Parchi: Rivista della Federazione Italiana Parchi e delle Riserve Naturali, 27; disponibile online a http://www.parks.it/federparchi/rivista/P27/81.html (ultimo accesso: 13/03/2014).

Federparchi, (2009), L'Oro Verde d'Italia, Percorsi, esperienze e valori del sistema delle aree naturali protette.

Flash Eurobarometer 256, (2009), Attitudes of European towards Sustainable production and consumption, Conducted by TNS Political & Social at the request of the European Commission, Directorate-General for Enterprise and Industry, disponibile online da http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_256_en.pdf (ultimo accesso: 08/01/2014).

Flash Eurobarometer 370, (2013), Attitudes Of Europeans Towards Tourism, Conducted by TNS Political & Social at the request of the European Commission, Directorate-General for Enterprise and Industry, disponibile online da http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_370_en.pdf (ultimo accesso: 23/12/2013).

Flash Eurobarometer 409, (2014), Climate Change, TNS Opinion & Social at the request of the European Commission, Directorate-General for Climate Action (DG CLIMA), disponibile online da http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_409_en.pdf (ultimo accesso: 02/04/2014).

Font, X., (2002), Environmental certification in tourism and hospitality: progress, process and prospects, Tourism Management, 23, 197–205.

Gaida, L., (2010), Oltre il Prodotto: La situazione, DOSSIER RIPENSARE LA MONTAGNA supplemento al numero 2/3-2010 di ECONOMIA TRENTINA, Anno LVIV – n. 2/3-2010.

Glasbergen, P., Biermann, F., & Mol, A. P. J., (2007), Partnerships, governance for sustainable development, Reflections on theory and practice, UK: Edward Elgar Publishing Limited.

Gössling, S. (2009), Carbon neutral destinations: a conceptual analysis. Journal of Sustainable Tourism, 17, 17–37.

Graci S. & Dodds R. (2008), Why Go Green? The Business Case for Environmental Commitment in the Canadian Hotel Industry, Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 19:2, 251-270.

Graci S. & Dodds R. (2008), Why Go Green? The Business Case for Environmental Commitment in the Canadian Hotel Industry, Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 19:2, 251-270.

Graham A. M., (2003), Consumerism in Sustainable Tourism:A Survey of UK Consumers, Journal of Sustainable Tourism, 11:1, pp. 17-39.

H. & Thomas, R. (2003), Encouraging Sustainable Business Practices in a Non-regulatory Environment: A Case Study of Small Tourism Firms in a UK National Park, Journal of Sustainable Tourism, 11:5, 383-403.

H. & Thomas, R. (2003), Encouraging Sustainable Business Practices in a Non-regulatory Environment: A Case Study of Small Tourism Firms in a UK National Park, Journal of Sustainable Tourism, 11:5, 383-403.

Hall, M.C:, (2000), Tourism Planning: Policies, Processes and Relations, Singapore: Prentice Hall.

Jamal, T., Stronza, A., (2009), Collaboration theory and tourism practice in protected areas: stakehol-

ders, structuring and sustainability, Journal of Sustainable Tourism, 17 (2), pp. 169-189.

Jungmeier, M., Kohler, Y., Ossola, C., Plassmann, G., Schmidt, C., Zimmer, P., Zollner, D., (2006), Protected Areas: Can large protected areas be instruments of sustainable development and at the same time suitable instruments for protecting natural diversity, disponibile online a http://alpsknowhow.cipra.org/main_topics/protected_areas/PDFs/Jungmeier%20et%20al.%20060627eReportQ3Final.pdf (ultimo accesso: 07/04/2014).

Ketterer, L., Siegrist, D. (2009): Touristische Potenziale der Österreichischen Naturparke. Rapperswil: Schriftenreihe des Institut fur Landschaft und Freiraum.

Laing, J.H., Lee, D., Moore, S.A., Wegner, A., Weiler, B., (2009), Advancing conceptual understanding of partnerships between protected area agencies and the tourism industry: A postdisciplinary and multi-theoretical approach. Journal of Sustainable Tourism, 17, pp. 207–229.

Laing, J.H., Wegner, A., Moore, S.A., Weiler, B., (2008a), Identifying success factors behind partnerships for managing recreation and tourism in urban fringe parks, Annals of leisure research, 11 (1-2), pp. 101-122.

Laing, J.H., Wegner, A., Moore, S.A., Weiler, B., Pfueller, S.L., Lee, D., Macbeth, J., Croy, G., Lockwood, M., (2008b), Understanding partnerships for protected areas tourism: Learning from the literature, Queensland: Sustainable Tourism Cooperative Research Center.

Landi, S., (2013), Presentazione dei risultati dell'indagine: "I parchi come luoghi di incontro tra green economy e green society", disponibile online da http://www.minambiente.it/sites/default/files/archivio/allegati/natura_italia/abstract/abstract%20Landi.pdf (ultimo accesso: 26/09/2014).

Leonidou, L.C., Leonidou, T. A., Constantinos, N., Fotiadis T. A., Zeriti, A., (2013), Resources and capabilities as drivers of hotel environmental marketing strategy: Implications for competitive advantage and performance, Tourism Management, 35, 94-110.

Leonidou, L.C., Leonidou, T. A., Constantinos, N., Fotiadis T. A., Zeriti, A., (2013), Resources and capabilities as drivers of hotel environmental marketing strategy: Implications for competitive advantage and performance, Tourism Management, 35, 94-110.

LePree, J., (2009), Certifying Sustainability: The Efficacy of Costa Rica's Certification for Sustainable Tourism, Florida Atlantic Comparative Studies Journal, Vol. 11.

Levi Sacerdotti, S., Coda Zabetta, M., (2013), Le aree protette al centro dello sviluppo turistico del territorio, in IRES Piemonte , Politiche Piemonte: Aree protette , n. 20, disponibile a http://www.politichepiemonte.it/site/ (ultimo accesso: 08/04/2014).

Macchiavelli, A., (2004), Il turismo della neve. Condizioni per operare in un contesto competitivo, FrancoAngeli.

Macdonald, D., Crabtree, Jr., Wiesinger, G., Dax, T., Stamou, N., Fleury, P., Gutierrez Lazpita, J., Gibon, A., (2000), Agricultural abandonment in mountain areas of Europe: environmental consequences and policy response, Journal of Environmental Management, 59, 47-69.

Mantelli, M.N., (2013), A conclusione di un percorso di riflessione: quando la natura fa quadrato con l'arte e la cultura, è impresa, in IRES Piemonte , Politiche Piemonte: Aree protette , n. 20, disponibile a http://www.politichepiemonte.it/site/ (ultimo accesso: 08/04/2014).

Marini, L., Klimek, S., Battisti, A., (2011), Mitigating the impacts of the decline of traditional farming on mountain landscapes and biodiversity: a case study in the European Alps, Environmental Science & Policy, 14, 258 -267.

Marino, M., (2012), Piano Nazionale sulla Biodiversità di interesse agricolo: introduzione alle linee guida per la conservazione e la caratterizzazione della biodiversità vegetale, animale e microbica di interesse per l'agricoltura.

Martini, U., Buffa, F., (2012), Turismo rurale e prodotti esperienziali. Opportunità di sviluppo per i ter-

ritori marginali in –atti del XXIV Convegno annuale di Sinergie; Il territorio come giacimento di vitalità per l'impresa Università del Salento, Lecce, p. 343-358, Track delle sessioni parallele: "Vocazione territoriale e processi di sviluppo: il turismo". Disponibile on-line http://www.sinergiejournal.it/index.php?option=com_content&view=article&id=360&Itemid=402 (ultimo accesso: 25/06/2014).

- Massarutto, A., (2008), Politiche per lo sviluppo sostenibile della montagna, FrancoAngeli.
- Moore, S.A., Weiler, B., Croy, G., Laing, J.H., Lee, D., Lockwood, M., Pfueller, S.L., Wegner, A., (2009), Tourism – Protected areas partnerships in Australia: Designing and managing for success, Queensland: Sustainable Tourism Cooperative Research Center.
- Morandini, M., Reolon, S., (2010), Alpi regione d'Europa: da area geografica a Sistema politico, Marsilio editore.
- National Restaurant Association, (2013), What's Hot in 2014 Culinary Forecast, News and research, http://www.restaurant.org/News-Research/Research/What-s-Hot.
- Natural Resource Management Ministerial Council, (2009), Australia's Strategy for the National Reserve System, disponibile a http://www.environment.gov.au/system/files/pages/643fb071-77c0-49e4-ab2f-220733beb30d/files/nrsstrat.pdf (ultimo accesso: 26-02-2014).
- NECSTouR, (2009), European network of regions for sustainable and competitive tourism NECSTouR's general presentation, disponibile a http://www.necstour.eu/necstour/necstour.page (ultimo accesso: 25/02/14).
- Nielsen, (2014), Doing well by doing good, disponibile online da www.nielsen.com (ultimo accesso: 15/09/2014).
- O'Neill, K. (2009), The environment and international relations, Cambridge: Cambridge University Press.
- Orsi, F., (2014), Accesso dei visitatori alle Dolomiti UNESCO, Proposte per una gestione sostenibile, BQE Edizioni.
- Ostellino, I. (2013), Le aree protette del Piemonte laboratori per integrare territori e per superare divisioni culturali, in IRES Piemonte , Politiche Piemonte: Aree protette , n. 20, disponibile a http://www.politichepiemonte.it/site/ (ultimo accesso: 08/04/2014).
- Osti, G., (1993), Il Parco poliziotto: Attese, motivazioni e condizione sociale dei visitatori nel Parco Adamello-Brenta, Parco Adamello-Brenta Documenti.
- Osti, G., (1999), Il turista popolare e il turista colto. Indagine nel Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterola e Campigna, CTS, Roma.
- PAT (2012), Club e Marchi di prodotto della ricettività in Trentino.
- PAT, (2011), Linee Guida per la Politica Turistica Provinciale, Assessorato all'agricoltura, foreste, turismo e promozione.
- Paulley, N. & Pedler, A. (2000), Integration of Transport and Land Use Planning. Transland Deliverable 4. London: Transport Research Laboratory.
- Peeters, P., (2014), Getting to Nature: Clever & Clean or Quick & Dirty? Presentazione tenutasi a Trento il 22 maggio 2014 in occasione della conferenza "Managing visitors' access to natural and protected areas".
- Pilotti, L.,Apa, R., Tedeschi, A., Sarman, I., (2012), La competitività dinamica degli ecosistemi territoriali. Il caso degli eco-sistemi turistici multilocali tra Italia e Svizzera, in atti del XXIV Convegno annuale di Sinergie; Il territorio come giacimento di vitalità per l'impresa Università del Salento, Lecce, p. 591 – 604, Track delle sessioni parallele: " Vocazione territoriale e processi di sviluppo delle imprese: il turismo e l'agroindustria". Disponibile on-line http://www.sinergiejournal.it/index.php?option=com_content&view=article&id=360&Itemid=402 (ultimo accesso: 25/06/2014).

Plotter, C., Tilzey, M., (2007), Agricultural multifunctionality, environmental sustainability and the WTO: Resistance or accommodation to the neoliberal project for agriculture? , Geoforum 38, pp. 1290 – 1303.

Price, M.F. (2000), The Alpine Convention: A model for other mountain regions? International Mountain Society, 20 (2), pp. 192-194.

RA (2013), Selected first results of 43rd Reiseanalyse for ITB 2013, FUR: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen.

Regione Autonoma Valle d'Aosta (2012), VdA NATURE MÉTRO: Predisposizione di uno studio preliminare e di un piano operativo di marketing relativamente all'offerta naturalistica della Valle d'Aosta: Il turismo natura: scenario e tendenze, disponibile on-line da http://www.regione.vda.it/risorsenaturali/conservazione/vdanaturemetro/default_i.asp (ultimo accesso: 14/04/2014).

Renting, H., Rossing, W.A.H., Groot, J.C.J., Van der Ploeg, J.D., Laurent, C.,Perraud, D.,Stobbelaar, D.J., Van Ittersum, M.K., (2009), Exploring multifunctional agriculture. A review of conceptual approaches and prospects for an integrative transitional framework, Journal of Environmental Management, 90, S112–S123.

Rhodes, R.A.W. (1997). Understanding governance: Policy networks, governance, reflexivity and accountability. Buckingham: Open University Press.

Rhodes, R.A.W., (2008), Understanding Governance: Ten Years On, Organization studies, 28(08), pp. 1243–1264.

Roy Morgan Research, (2005), Regional Awareness and Perceptions Survey of Victoria. Roy Morgan Research: Melbourne.

Rudaz, G., (2011), The cause of mountains: The politics of promoting a global agenda, Global Environmental Politics, 11 (4), pp. 43-6.

Ruffini V., Streifeneder, T., (2008), Agriculture in the Alps: A Challenge for Europe and Society, in CIPRA: AlpsKnowHow, Mountain Agricolture, disponibile a http://alpsknowhow.cipra.org/background_topics/mountain_agriculture/mountain_agriculture_introduction.html (ultimo accesso: 07.03.2014).

S3.Studium e Accademia di Impresa, (2013), Il futuro del turismo in Trentino, Spadamedia, Roma.

Santinato, M., (2013), Essere Green conviene? Conferenza Ecorutour, Bologna, Ottobre 2013.

Santinato, M., (2013), Essere Green conviene? Conferenza Ecorutour, Bologna, Ottobre 2013.

Scanlon, J., Burhenne-Guilmin, F. (a cura di), (2004), International Environmental Governance: An international regime for protected areas, IUCN, Gland, Switzerland & Cambridge, UK.

Scanlon, J., Burhenne-Guilmin, F. (eds), (2004), International Environmental Governance: An international regime for protected areas, IUCN, Gland, Switzerland & Cambridge, UK.

Schumacher, E.F:, (1999), Small is Beautiful: A Study of Economics As If People Mattered.

Scuttari, A., Della Lucia, M., Martini, U., (2013), Integrated planning for sustainable tourism and mobility. A tourism traffic analysis in Italy's South Tyrol region, Journal of Sustainable Tourism, 21(4), 614-637.

Segretariato permanente della Convenzione delle Alpi (a cura di), (2013), Convenzione delle Alpi, relazioni sullo stato delle Alpi – Turismo sostenibile nelle Alpi, Segnali Alpini, Edizione speciale 4, Innsbruck/Bolzano, Segretariato permanente della Convenzione delle Alpi.

Segretariato permanente della Convenzione delle Alpi (a cura di), (2007), Convenzione delle Alpi, relazioni sullo stato delle Alpi – Trasporti e mobilità nelle Alpi, Segnali Alpini, Edizione speciale 1, Innsbruck/Bolzano, Segretariato permanente della Convenzione delle Alpi.

Segretariato Permanente della Convenzione delle Alpi, (2013b), COMUNICATO STAMPA: Il Protocollo trasporti della Convenzione delle Alpi ratificato dall'Unione europea, 10.6.2013 – disponibile a

http://www.alpconv.org/it/newsevents/press/Documents/EU_Ratification_Transport_it.pdf (ultimo accesso: 06.03.2014).

Sheehan, B., (2012), Sustainability Is the New 'Quality' for 21st Century Companies, articolo da Sustainable Plant, disponibile on-line da http://www.sustainableplant.com/2012/10/sustainability-is-the-new-quality-for-21st-century-companies/Tab/Article (ultimo accesso: 25/06/2014).

Soane, I. D., Scolozzi, R., Gretter, A., Hubacek, K., (2012), Exploring Panarchy in Alpine Grasslands: an Application of Adaptive Cycle Concepts to the Conservation of a Cultural Landscape, Ecology and Society, 17.

Symbola e Unioncamere, (2011), GreenItaly, L'economia verde sfida la crisi, Rapporto 2011.

Tamme, O., Bacher, L., Dax, T., Hovorka, G., Krammer, J., Wirth, M., (2002), Der Neue Berghöfekataster, Facts & Features 23, Bundesanstalt für Bergbauernfragen.

Tappeiner, U., Tappeiner, G., Hilbert, A., Mattanovich, E., (2003), The EU Agricultural Policy and the Environment: Evaluation of the Alpine Region. Blackwell, Berlin.

Taskforce on Tourism and National Parks, (2008), Final report, State of NSW and the Department of Environment and Climate Change NSW, disponibile online a http://www.environment.nsw.gov.au/resources/commercial/20080617Text.pdf (ultimo accesso: 03/04/2014).

Tourism Sustainability Group, (2007), Action For More Sustainable European Tourism.

Tourism Victoria, (2008), Victoria's Nature-based Tourism Strategy 2008–2012, disponibile online a http://shipwreckcoastyourplan.com.au/downloads/2009_Victorias_Nature_Based_Tourism_Strategy_2008-2012.pdf, (ultimo accesso: 03/04/2014).

TripAdvisor (2013), TripBarometer by TripAdvisor: The World's Largest Accomodation and Traveler Survey, Winter 2012/2013.

tsm- Sociometrica (2012), Il Trentino è diventato grande: l'immagine della Provincia e l'impatto delle nuove tecnologie sui comportamenti turistici.

tsm, (2014), La Reputazione è quasi tutto: i commenti sulla rete dei turisti delle strutture ricettive trentine.

UNEP & UNWTO, (2005), Making tourism more sustainable

UNEP, 2011, Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication.

UNWTO, (2008), Tourism Highlights Edition. Disponibile online a http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights08_en_LR.pdf> (ultimo accesso: 01/04/2014).

Valle, M., (2013), I parchi al di là dei confini. Le esperienze del Parco Naturale delle Alpi Marittime e delle Aree Protette del Po e della Collina Torinese, in IRES Piemonte, Politiche Piemonte: Aree protette, n. 20, disponibile a http://www.politichepiemonte.it/site/ (ultimo accesso: 08/04/2014).

van der Ploeg, J.D., (2000), Revitalizing Agricolture: Farming economically as starting ground for rural development, Sociologia Ruralis, 40 (4), pp. 497-511.

WWF – World Wide Funf, (2006), Alpi e Turismo: trovare il punto di equilibrio, Milano, WWF Italia.

Zapata, M.J., Hall, M.C., (2012), Public-private collaboration in the tourism sector: balancing legitimacy and effectiveness in Spanish tourism partnerships, Journal of policy research on tourism, Leisure and Events, 4(1), pp. 62-83.

Fotografia 19. Olivaia Flamini nella Rete di Riserve Basso Sarca, foto di E.Cretti

Fotografia 20. Palù Longa nella Rete di Riserve Fiemme-Destra Avisio

Contatti

Servizio Sviluppo Sostenibile e Aree Protette
Claudio Ferrari / claudio.ferrari@provincia.tn.it

tsm – Trentino School of Management
Paolo Grigolli / paolo.grigolli@tsm.tn.it