

# NATURA E CULTURA. INDIVIDUAZIONE E VALORIZZAZIONE DI ITINERARI DI PROPOSTA TURISTICA SOSTENIBILE NEI PARCHI NATURALI

## Sintesi dell'Analisi tecnica

### ANALISI DELLE DINAMICHE DI DOMANDA E DI OFFERTA DEI PRODOTTI TURISTICI PER LA DEFINIZIONE DEGLI ASSET DI PRODOTTO E DELLE NICCHIE E PER IL LORO POSIZIONAMENTO COMPETITIVO

I risultati che seguono sono il frutto delle numerose attività svolte per il Ministero dell'Ambiente da Federparchi, Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile e Unioncamere. Tali attività hanno pertanto costruito un output complessivo che fornisce, in una logica di esaustività e di chiarezza, il panorama delle reali potenzialità delle realtà territoriali del sistema dei Parchi<sup>1</sup>.

E' stata così realizzata una compiuta fase di analisi della domanda - con un approccio ad imbuto che rendesse conto delle dinamiche del turismo a livello nazionale, ed in questo contesto, della specifica domanda di turismo natura e quindi un focus sul turismo nei parchi naturali italiani – che ha consentito di definire alcuni aspetti nei comportamenti e nelle scelte necessarie alla definizione degli itinerari turistici e dei servizi da connettervi.

#### **1 turista su 2 in Italia desidera la vacanza in un Parco**

In Italia, si contano **circa 30,5 milioni<sup>2</sup> di presenze** legate al turismo naturalistico, il potenziale dei parchi naturali risulta ancora maggiore, costituendo il vero cuore dei prodotti turistici naturalistici in Italia: sul totale turisti presenti nel Paese il 42,5% dichiara di **desiderare una vacanza in un parco naturale**, addirittura il **44,5% se il parco è in Italia**.

#### **Vacanze lunghe per un turismo di coppia e familiare**

Si tratta di uomini (54,5%) e donne (45,5%) di **età prevalentemente adulta tra i 30 ed i 50 anni** (52,5%) sebbene tra gli italiani si rilevi il 28,3% di under 30. Sono sposati o conviventi con figli (37,6%) o single (32,8%). Per lo più **diplomati** (43,9%) ma si conta il 37,6% di laureati (40% tra gli stranieri). In condizione professionale di occupati (il 75,5% degli stranieri ed il 63,4% degli italiani) dichiarano una **situazione economica media** (57,3%) sebbene tra i turisti italiani il 35,3% la dichiara medio-alta.

I turisti italiani e stranieri delle vacanze nei parchi **hanno viaggiato in coppia** senza bambini (34,9% gli italiani, 44,2% gli stranieri), molti addirittura da soli (24,9% gli italiani, 23,5% gli stranieri). Poi **gli italiani hanno svolto le loro vacanze con la famiglia con bimbi piccoli** (19,6%) mentre gli stranieri in gruppo di amici (11,3%). I turisti dei Parchi italiani hanno soggiornato in hotel solo nel 39,3% dei casi (52,9% gli stranieri, 29,1% gli italiani), scegliendo prevalentemente **hotel a 3 stelle** (17,5%). Il 39,6% degli italiani ha alloggiato in **casa privata** a cui si aggiunge il 12,4% che l'ha presa in affitto ed il 10,9% che ha soggiornato presso l'abitazione di amici e parenti. Tra le altre modalità il campeggio ha visto i soggiorni del 9,1% degli stranieri e del 6,4% degli italiani. Anche per queste scelte, si tratta di **soggiorni lunghi, in media 9 notti** (10 per gli stranieri).

**Turisti alla ricerca di attività per la vacanza nel Parco attraverso il web e lo smartphone.** Il 73,7% dei turisti dei Parchi **ricerca informazioni utili alla vacanza durante il soggiorno** (66% gli italiani, 83,8% gli stranieri). **Il web è la principale fonte di informazioni** (59,2%) e si rileva un **altissimo utilizzo di smartphone** (47,6%) come supporto per queste ricerche. I turisti italiani fanno comunque riferimento anche alla

<sup>1</sup> Per ulteriori approfondimenti si rinvia al testo complessivo ed ai singoli lavori prodotti.

<sup>2</sup> Fonte: Osservatorio Nazionale delle Filiera del Turismo - dati UNIONCAMERE-SICAMERA, febbraio 2015



Per ciascuna vocazione di prodotto di ciascun parco, si segnalano i Comuni interessati dal relativo itinerario di prodotto/nicchia. È stato costruito, pertanto, il posizionamento di ciascun Parco sulle risorse di prodotto esistenti in una graduatoria da 1 a 23 (qualora le variabili di prodotto fossero assenti la graduatoria è ridotta). Il sistema di rating utilizzato ha origine nei dati di attribuzione di prodotto a livello comunale sul totale comuni del Parco, ed al rapporto tra risorse e imprese presenti (culturali, enogastronomiche, sportive ecc.) sempre sul totale dei comuni del Parco. I Parchi sono stati così analizzati attraverso un sistema di rating relativo a ciascuna delle 11 tipologie di prodotto al fine di verificare, sia nel contesto generale del rapporto tra Parchi ed in quello più specifico di ciascun Parco, il posizionamento sulle tematiche turistiche alla base degli itinerari. Infine, a ciascun Parco è stata attribuita una vocazione di prodotto prevalente quale guida per lo sviluppo degli itinerari.

La tavola successiva<sup>3</sup> suggerisce i mercati potenziali di riferimento per le vocazioni di prodotto identificate per gli itinerari, sulla base delle analisi condotte sia in termini di turismo organizzato che individuale. Sono stati esclusi da questa matrice i mercati long-haul perché la costruzione del prodotto del turismo dei parchi ancora in *nuce* non è ancora adatta a mercati complessi e ancora poco habitué delle destinazioni italiane, ad eccezione del mercato statunitense che per tradizione costituisce il principale mercato turistico extraeuropeo per l'Italia.

La matrice dei mercati potenziali per le vocazionalità di prodotto

| <b>VOCAZIONI DI PRODOTTO E NICCHIE</b> | <b>Austria</b> | <b>Francia</b> | <b>Germania</b> | <b>Regno unito</b> | <b>Spagna</b> | <b>Svizzera</b> | <b>Russia</b> | <b>Repubblica ceca</b> | <b>Ungheria</b> | <b>Polonia</b> | <b>Bulgaria</b> | <b>Belgio</b> | <b>Olanda</b> | <b>Norvegia</b> | <b>Danimarca</b> | <b>Svezia</b> | <b>Usa</b> |
|--|----------------|----------------|-----------------|--------------------|---------------|-----------------|---------------|------------------------|-----------------|----------------|-----------------|---------------|---------------|-----------------|------------------|---------------|------------|
| borghi di interesse culturale          |                |                |                 |                    |               |                 |               |                        |                 |                |                 |               |               |                 |                  |               |            |
| montagna                               |                |                |                 |                    |               |                 |               |                        |                 |                |                 |               |               |                 |                  |               |            |
| terme                                  |                |                |                 |                    |               |                 |               |                        |                 |                |                 |               |               |                 |                  |               |            |
| lago                                   |                |                |                 |                    |               |                 |               |                        |                 |                |                 |               |               |                 |                  |               |            |
| mare                                   |                |                |                 |                    |               |                 |               |                        |                 |                |                 |               |               |                 |                  |               |            |
| natura                                 |                |                |                 |                    |               |                 |               |                        |                 |                |                 |               |               |                 |                  |               |            |
| eno-gastronomia                        |                |                |                 |                    |               |                 |               |                        |                 |                |                 |               |               |                 |                  |               |            |
| religioso                              |                |                |                 |                    |               |                 |               |                        |                 |                |                 |               |               |                 |                  |               |            |
| sport                                  |                |                |                 |                    |               |                 |               |                        |                 |                |                 |               |               |                 |                  |               |            |
| archeologia                            |                |                |                 |                    |               |                 |               |                        |                 |                |                 |               |               |                 |                  |               |            |
| arte e storia                          |                |                |                 |                    |               |                 |               |                        |                 |                |                 |               |               |                 |                  |               |            |

<sup>3</sup> Elaborazione Unioncamere su dati vari, 2015

Ad esempio, le risorse culturali sono più interessanti per il mercato statunitense, francese, russo e del nord Europa, la montagna ha più appeal sui mercati dell'est europeo, il turismo naturalistico attrae i britannici e l'Europa del Nord, l'enogastronomia interessa l'Olanda e la Norvegia ma anche il mercato spagnolo. La vacanza attiva è una proposta attrattiva per l'est ed il nord Europa.

## **IL CAPITALE CULTURALE DEI PARCHI NAZIONALI**

L'analisi realizzata ha evidenziato come alcuni possibili prodotti turistici siano ancora poco o non adeguatamente sviluppati nonostante una dotazione di risorse di assoluto valore e, potenzialmente, di forte attrattiva per differenti tipologie di visitatori. E' il caso, ad esempio, di tutte le proposte legate alla presenza di luoghi della cultura. All'interno dei Parchi Nazionali, infatti, non si ritrovano solo sistemi naturali di grande bellezza e valore ecologico ma anche un grandioso patrimonio architettonico, archeologico e storico, frutto di una ricchezza di luoghi localizzati in aree geograficamente strategiche, frequentate già in epoche remote e fin da allora sede di insediamenti e teatro di scambi culturali.

Nei Parchi Nazionali il paesaggio è caratterizzato da un mosaico di ambienti naturali e di origine antropica, alcuni dei quali divenuti elementi di straordinario valore naturalistico. Analogamente l'osservazione delle aree archeologiche, dei borghi, delle fortezze e dei palazzi d'interesse storico, restituisce una informazione più completa sulla storia delle comunità delle aree protette e consente di comprendere meglio l'identità dei luoghi.

Allo scopo è stata compiuta una profonda attività di sistematizzazione del censimento avviato dalla Direzione Generale per la Protezione della Natura e del Mare, finalizzato alla realizzazione di una prima quantificazione dei beni archeologici e artistico-architettonici di interesse storico presenti nel territorio dei Parchi Nazionali. Le informazioni pervenute sono state analizzate per verificare la loro effettiva conformità ai requisiti richiesti nel censimento e riorganizzate secondo uno schema comune a tutte le aree protette prese in esame. Successivamente è stata compiuta una seconda indagine finalizzata alla contabilizzazione dei musei e delle biblioteche, così da creare una mappa esaustiva dei luoghi della cultura dei Parchi Nazionali.

I risultati evidenziano un valore davvero ragguardevole: quasi 800 tra biblioteche e musei, più di 400 beni archeologici, oltre 1.250 beni artistico architettonici di interesse storico. Ne fanno parte elementi di assoluto rilievo nell'ambito del panorama complessivo dei beni culturali del nostro Paese. Alcuni di essi hanno una visibilità che valica decisamente i confini nazionali. A tale proposito si conferma l'importanza di una valorizzazione comune delle risorse ambientali e culturali, già naturalmente connessi sui territori.

| <b>Parchi Nazionali</b>                           | beni artistico<br>architettonici<br>d'interesse<br>storico | beni<br>archeologici | biblioteche | musei |
|---|--|----------------------|-------------|-------|
| Abruzzo, Lazio e Molise                           | 47   | 9                    | 15          | 25    |
| Alta Murgia                                       | 12   | 11                   | 8           | 12    |
| Appennino Lucano - Val d'Agri - Lagonegrese       | 12   | 6                    | 24          | 13    |
| Appennino Tosco-Emiliano                          | 109  | 8                    | 11          | 7     |
| Arcipelago di La Maddalena                        | 36   | 13                   | 1           | 4     |
| Arcipelago Toscano                                | 9  | 8                    | 9           | 10    |
| Asinara   | 23   | 1                    | 1           | 2     |
| Aspromonte  | 18   | 5                    | 12          | 20    |
| Cilento, Vallo di Diano e Alburni                 | 188  | 75                   | 53          | 49    |
| Cinque Terre                                      | 46   | 1                    | 8           | 7     |
| Circeo  | 10   | 27                   | 6           | 7     |
| Dolomiti Bellunesi                                | 66   | 2                    | 5           | 10    |
| Foreste Casentinesi, Monte Falterona,<br>Campigna | 66   | 1                    | 13          | 11    |
| Gargano   | 48   | 14                   | 16          | 18    |
| Gran Paradiso                                     | 38   | 7                    | 9           | 19    |
| Gran Sasso e Monti della Laga                     | 38   | 4                    | 2           | 22    |
| Majella   | 35   | 6                    | 31          | 33    |
| Monti Sibillini                                   | 247  |                      | 7           | 20    |
| Pollino   | 95   | 36                   | 35          | 48    |
| Sila  | 78   | 6                    | 3           | 7     |
| Stelvio - Stifserjoch                             | 42   |                      | 28          | 15    |
| Val Grande  | 21   | 1                    | 4           | 4     |
| Vesuvio   | 27   | 13                   | 13          | 10    |

## **LA DOMANDA DI TURISMO NEI PARCHI**

### **Le stime generali**

L'esigenza -da più parti avvertita- di dare una adeguata quantificazione al turismo ambientale, ispirata alla corretta percezione di una sua crescita attuale ed ancor più potenziale, ha condotto negli ultimi anni alla formulazione di stime che vanno considerate con attenzione.

La prima in ordine di tempo è quella desumibile dal "Primo Rapporto sul Turismo nei Parchi Nazionali italiani" del 2005, che, sulla base di informazioni provenienti dai 21 Parchi all'epoca istituiti, arriva a valutare le relative presenze turistiche annualmente in 19,2 milioni di notti.

Questa stima, pur utilissima in linea generale, reca in sé il "peccato originale" che accomunerà anche le altre successive valutazioni, e cioè quello di considerare tutti i turisti pernottanti nei Comuni aventi una porzione territoriale in area parco, senza poter distinguere la loro effettiva attività e motivazione di vacanza.

Persistendo in questa indefinitezza di fondo, sono state poi formulate altre valutazioni, in particolare da parte dell'ISTAT, che portavano a considerare tutti i territori comunali oggetto di qualsivoglia forma di protezione della natura. In questo caso la visione particolarmente estensiva ha portato ad un numero di 88 milioni di notti trascorse nel 2008<sup>4</sup>.

Successivamente sono state formulate ulteriori stime, l'ultima delle quali in occasione di Ecotour 2016 con riferimento al 2015, che porta ad un totale di circa 103 milioni di presenze/notti<sup>5</sup>. Si tratta di un valore evidentemente sovrastimato, se si pensa che corrisponderebbe al 27% del totale delle presenze turistiche registrate in Italia. Il che, considerando i luoghi effettivamente frequentati ed i comportamenti praticati dai turisti, appare francamente irrealistico.

A questo punto, per estensione e proiezione successiva, ed anche con una certa libertà di pensiero, si potrebbe anche sostenere -come già avviene per la cultura- che tutti i turisti si muovono alla ricerca della natura.

Ma nei fatti non è così, e soprattutto non si verifica che simili flussi di persone affollino le Aree Protette. Il che per certi versi, pensando all'esigenza primaria di tutelare la natura, può anche essere considerato un bene.

### **Una valutazione più attenta**

Una considerazione puntuale basata sui territori dei 504 Comuni il cui territorio ricade almeno in parte nel perimetro dei 23 Parchi Nazionali porta ad un totale di offerta di 371.055 posti letto negli esercizi ricettivi "convenzionali" con riferimento al 2014.

---

<sup>4</sup> Il turismo nei Parchi Nazionali e Regionali in Italia nel complesso e focus su cinque Parchi Nazionali - Offerta ricettiva e flussi turistici nell'anno 2008 secondo le rilevazioni Istat in 8° Rapporto Ecotur sul Turismo Natura, 2010

<sup>5</sup> 13° Rapporto Ecotur sul Turismo Natura, 2016

Questi posti letto, stando alle rilevazioni correnti (disponibili per 13 Parchi Nazionali che hanno conseguito la CETS) e ad una stima per i 10 mancanti sulla base dei parametri rilevati (tasso di occupazione lorda), porta ad una valutazione complessiva di circa 20,2 milioni di presenze nei comuni delle aree Parco. Si tratta in maggioranza di presenze turistiche motivate dall'offerta turistica delle destinazioni e non dalla presenza del Parco.

Infatti, i dati raccolti nel corso di una serie di indagini locali, seppur frammentari, forniscono utili informazioni che consentono una lettura più raffinata ed una valutazione più corretta per stimare le presenze turistiche realmente motivate dalla vacanza nel Parco:

- i Parchi Nazionali che hanno importanti porzioni di territorio costiero registrano una domanda turistica fortemente caratterizzata dalla motivazione balneare. Una caratterizzazione che le indagini sui turisti collocano intorno al valore del 90%;
- i Parchi che, invece, hanno una rilevante attività sciistica sul proprio territorio, mostrano una motivazione di questo tipo nel 25% circa dei turisti;
- altre situazioni presentano infine motivazioni ulteriori, come il turismo d'affari o quello termale, in quota stimabile intorno al 50%.

Se si applicano questi coefficienti correttivi alle presenze rilevate o stimate, si ottiene un dato molto più realistico, che colloca la domanda motivata dal turismo ambientale nei Parchi Nazionali intorno agli 8 milioni di presenze/notte. Il che vuol dire approssimativamente 2 milioni di persone che, rapportato al dato citato precedentemente di 30,5 milioni di presenze legate al turismo naturalistico, evidenzia ancora una volta l'enorme potenziale inespresso del turismo dei parchi nazionali italiani

Inoltre in alcuni Parchi Nazionali è stato rilevato (purtroppo solo in estate) il rapporto tra pernottanti ed escursionisti, ed il dato medio porta ad un sostanziale equilibrio tra le due categorie di fruitori.

Il numero dei frequentatori dei Parchi, sulla base delle stime precedenti, dovrebbe essere calcolato annualmente in almeno 4 milioni (2 milioni di turisti ed altrettanti escursionisti), ma probabilmente è molto maggiore, in quanto nelle altre stagioni diverse dall'estate la visita giornaliera è la norma, piuttosto che non l'eccezione.

### **Come misurare correttamente questa realtà**

Non si riesce e non si riuscirà a comprendere ed a gestire il fenomeno della domanda turistica che si rivolge ai Parchi, se non ci si pone in grado di innovare profondamente la raccolta dei dati al riguardo. O, meglio, di impostare ex novo un efficace sistema di raccolta ed analisi degli stessi.

Allo stato attuale, le rilevazioni sulla domanda turistica seguono di norma uno standard che prevede la registrazione e la contabilizzazione dei clienti degli esercizi ricettivi, sia in quanto persone (arrivi) che in quanto a notti (presenze).

Questo metodo, oltre a diversi altri problemi, nel caso dei Parchi ne presenta alcuni specifici:

- si applica a tutti gli esercizi ricettivi di un determinato territorio (il Comune), a prescindere dalla effettiva localizzazione dell'esercizio stesso (in area Parco o meno);
- non considera la motivazione del viaggio e della permanenza, sommando indistintamente i dati di turisti per lavoro, per vacanza di altro tipo, e quelli specifici per soggiorni con finalità connesse alle attrattive del Parco;

- non si applica alle forme ricettive che non prevedono l'obbligo di registrare gli ospiti, che in diversi casi rischiano di essere molto rilevanti, se non addirittura maggioritarie (case private, seconde case, altre forme "non convenzionali");
- infine, non considera i visitatori escursionisti (e quindi i non pernottanti) che possono essere residenti fissi nella zona, alloggiati in esercizi ricettivi di zone e comuni limitrofi, o anche piuttosto lontani.

Nell'esperienza italiana, dettagliatamente raccolta ed analizzata in questo lavoro per i Parchi Nazionali, sono state praticate diverse tecniche di integrazione dei dati generali, ognuna utile ed interessante per certi versi, nessuna però completa, esaustiva e soddisfacente.

Al di là del caso-limite del Parco Nazionale del Gran Paradiso, che ha sperimentato una analisi "big data" mediante le connessioni delle celle telefoniche, di norma i Parchi che tentano approfondimenti si limitano ad una indagine di campo sui visitatori, senza però trarne risultati esaustivi, soprattutto per limiti oggettivi di tipo tecnico o economici, derivanti:

- dalla scarsa numerosità campionaria e/o dei punti di rilevazione, e dalla loro scelta inopportuna o parziale;
- dalla limitatezza nel tempo delle rilevazioni, di solito concentrate e limitate all'alta stagione (estate);
- dalla imprecisa definizione dei soggetti intervistati, se residenti o escursionisti o pernottanti;
- dalla omessa raccolta di informazioni circa le motivazioni e le attività svolte, come pure della percezione di trovarsi o meno all'interno di un'Area Protetta;
- dalla frequente assenza di dati economici in grado di supportare una analisi di impatto.

Date le osservazioni critiche appena riassunte, si può passare a definire quali possano invece essere le modalità di una analisi soddisfacente e solida sul fenomeno.

Conoscendo le difficoltà insite nella rilevazione di dati presso i soggetti di offerta (le strutture ricettive), che al più raccolgono il numero e la provenienza degli ospiti, sembra il caso di concentrarsi sulla domanda.

Le analisi generali ricorrenti che vengono oggi condotte in Italia sono essenzialmente due:

- quella dell'ISTAT sui Viaggi e le Vacanze degli Italiani<sup>6</sup>;
- quella di Banca d'Italia sui viaggiatori stranieri nel nostro Paese<sup>7</sup>.

In entrambi questi casi si potrebbe ampliare la tipologia di motivazioni di viaggio e vacanza rilevate, mediante uno specifico riferimento ai temi ambientali, ed ai territori di visita e viaggio che ricadono nella fattispecie di Aree Protette.

Ma queste informazioni di quadro non sarebbero comunque esaustive se non sostenute da altre informazioni a supporto sulle dinamiche dei flussi di fruizione, come per esempio eventuali rilevazioni "alle porte" dei Parchi<sup>8</sup> oppure attraverso altri sistemi di rilevazione come per esempio l'utilizzo dei Big Data<sup>9</sup>,

---

<sup>6</sup> indagine multiscopo 'Viaggi e vacanze', condotta trimestralmente a partire dal 1997 su un campione di 14.000 famiglie (3.500 a trimestre)

<sup>7</sup> Turismo internazionale dell'Italia, indagine campionaria sul turismo alle frontiere, condotta mensilmente dal 1996

<sup>8</sup> Per "Porte" si intendono i luoghi di maggiore accesso, come ad esempio parcheggi, stazioni, punti informativi, centri visita, ecc.

<sup>9</sup> Si tratta di un'iniziativa nata con lo scopo di esplorare i flussi turistici di visitatori nel Parco del Gran Paradiso basandosi sui dati telefonici e le metodologie dei Big Data, ovvero tramite l'analisi di una enorme quantità di dati, in questo caso relativi alla telefonia mobile, che grazie alle tecnologie sono stati anonimizzati, aggregati e processati con algoritmi ad hoc.



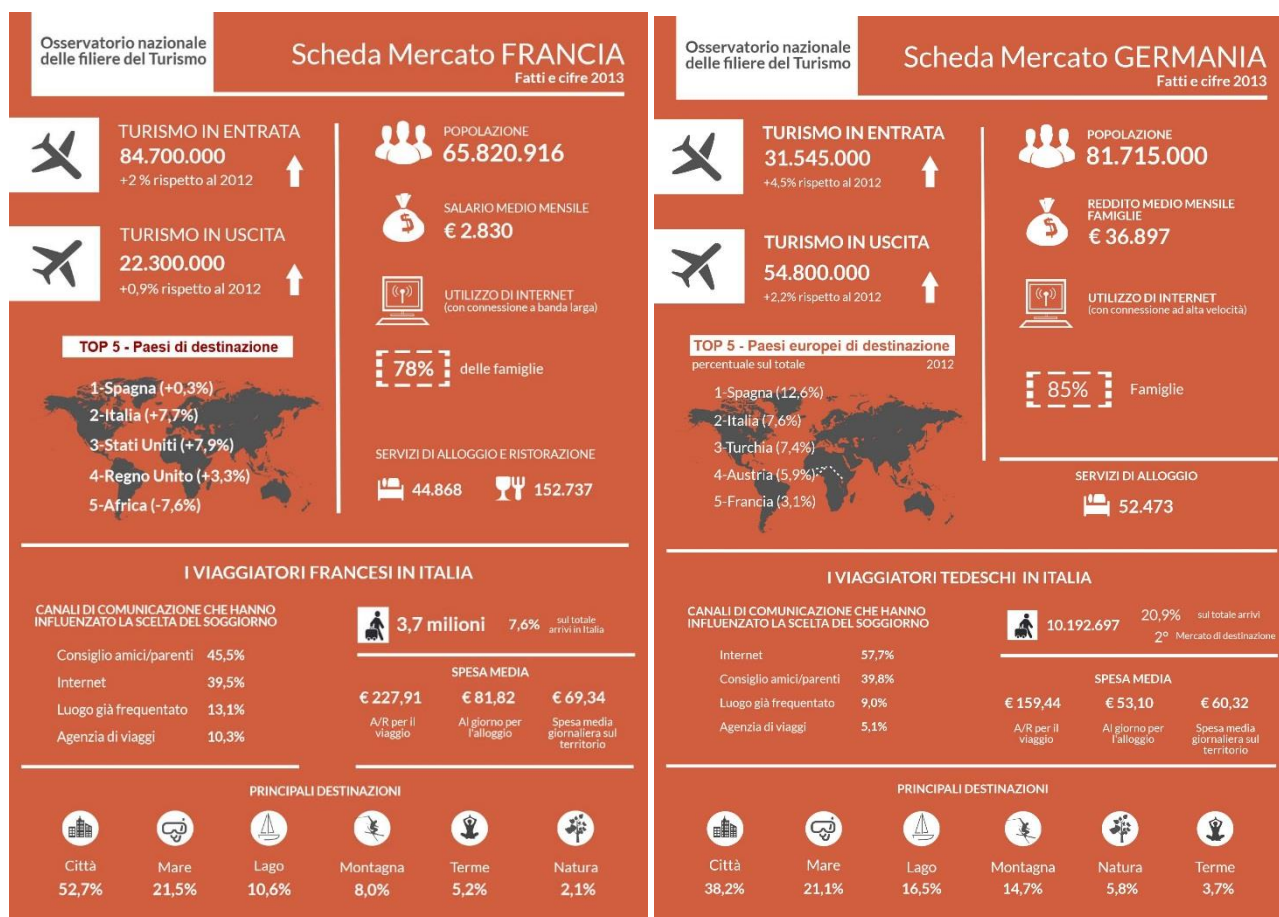
come ha sperimentato con successo il Parco Nazionale del Gran Paradiso, che permettano di stimare anche i valori assoluti della fruizione.

## ANALISI DOMANDA ESTERA

Al fine di completare l'analisi sulla domanda potenziale identificata per ciascuna vocazione di prodotto, per i principali mercati turistici internazionali sono state utilizzate delle vere e proprie schede informative contenenti per ciascun Paese dati e informazioni (da fonti vari e per l'ultimo dato disponibile) relativi a

- popolazione, reddito e livello di digitalizzazione
- il sistema turistico
- i dati del turismo
- i viaggi e le vacanze
- i viaggi verso l'Italia
- l'organizzazione del turismo.

In particolare, sono stati analizzati i comportamenti e le scelte turistiche dai principali mercati internazionali (Germania, Francia, Regno Unito, Spagna, Svizzera, USA). Inoltre, per le aree mercato ancora potenzialmente molto interessanti che risultano incidenti sulla tematica naturalistica e dei Parchi naturali sono stati approfonditi i mercati scandinavi e olandese in termini di comportamenti e scelte di vacanza.





### TURISMO IN ENTRATA

**32.813.238**  
+5,6% rispetto al 2012 ↑



### TURISMO IN USCITA

**58.506.887**  
+3,5% rispetto al 2012 ↑



POPOLAZIONE  
**64.105.700**



REDDITO ANNUALE LORDO DEI DIPENDENTI  
**€ 25.717**



UTILIZZO DI INTERNET (con connessione ad alta velocità)

#### TOP 5 - Paesi di destinazione



**84%**  
Famiglie

**76%**  
Utenti

#### SERVIZI DI ALLOGGIO E RISTORAZIONE

**85.677**

#### I VIAGGIATORI INGLESI IN ITALIA

##### CANALI DI COMUNICAZIONE CHE HANNO INFLUENZATO LA SCELTA DEL SOGGIORNO

|                         |       |
|-------------------------|-------|
| Internet                | 50,3% |
| Consiglio amici/parenti | 34,6% |
| Luogo già frequentato   | 9,7%  |
| Agenzia di viaggi       | 5,4%  |



**2.829.000** +7,5% sul 2012  
5° mercato di destinazione

##### SPESA MEDIA

|                    |                          |  |
|--------------------|--------------------------|--|
| <b>€ 311,59</b>    | <b>€ 91,51</b>           | <b>€ 79,92</b>                         |
| A/R per il viaggio | Al giorno per l'alloggio | Spesa media giornaliera sul territorio |

##### PRINCIPALI DESTINAZIONI



Città  
49,5%



Mare  
24,9%



Lago  
11,8%



Montagna  
6,1%



Natura  
4,0%



Terme  
2,0%



### TURISMO IN ENTRATA

**60.675.489**  
+5,6% rispetto al 2012 ↑



### TURISMO IN USCITA

**11.245.964**  
-7,7% rispetto al 2012 ↓



POPOLAZIONE  
**46.512.199**



REDDITO NETTO ANNUALE PER ABITANTE  
**€ 18.171**



UTILIZZO DI INTERNET (con connessione a banda larga)

#### TOP 5 - Paesi di destinazione



**73,0%**  
Famiglie (con accesso a internet)

**76,2%**  
Utenti (adulti di 16 anni e più)

#### SERVIZI DI ALLOGGIO

**154.228** strutture

#### I VIAGGIATORI SPAGNOLI IN ITALIA

##### CANALI DI COMUNICAZIONE CHE HANNO INFLUENZATO LA SCELTA DEL SOGGIORNO

|   |       |
|---|-------|
| Internet                                  | 59,3% |
| Consiglio/Racconto amici/parent/familiari | 26,8% |
| Già soggiornato/Esperienza personale      | 25,4% |



**1,3 milioni** 3,5% sul totale arrivi in Italia

##### SPESA MEDIA

|                    |                          |  |
|--------------------|--------------------------|--|
| <b>€ 264,16</b>    | <b>€ 66,28</b>           | <b>€ 101,39</b>                        |
| A/R per il viaggio | Al giorno per l'alloggio | Spesa media giornaliera sul territorio |

##### PRINCIPALI DESTINAZIONI



Città  
45,5%



Mare  
39,1%



Montagna  
7,2%



Lago  
5,0%



Natura  
1,8%



Terme  
1,4%



### TURISMO IN ENTRATA

**69.768.455**  
+4,7% rispetto al 2012 ↑



### TURISMO IN USCITA

**61.874.000**  
+1,9% rispetto al 2012 ↑



POPOLAZIONE  
**316.128.839**



RETRIBUZIONE SETTIMANALE LORDA MEDIA  
**\$ 72.641**



UTILIZZO DI INTERNET (con connessione a banda larga)

#### TOP 5 - Paesi di destinazione



**74,4%**  
Famiglie con accesso

**79,0%**  
Individui con accesso

#### SERVIZI DI ALLOGGIO E RISTORAZIONE

**63.896** **598.585**

#### I VIAGGIATORI AMERICANI IN ITALIA

##### CANALI DI COMUNICAZIONE CHE HANNO INFLUENZATO LA SCELTA DEL SOGGIORNO

|  |       |
|--|-------|
| Internet                                   | 53,6% |
| Consiglio/Racconto amici/parenti/familiari | 25,7% |
| Già soggiornato/Esperienza personale       | 17,6% |
| Agenzia di viaggi                          | 8,2%  |
| Motivi di lavoro                           | 2,1%  |



**1.799.000** 5° mercato di destinazione  
3° mercato in Europa

##### SPESA MEDIA

|                    |                          |  |
|--------------------|--------------------------|--|
| <b>€ 423,83</b>    | <b>€ 60,44</b>           | <b>€ 103,46</b>                        |
| A/R per il viaggio | Al giorno per l'alloggio | Spesa media giornaliera sul territorio |

##### PRINCIPALI DESTINAZIONI



Città  
35,1%



Mare  
27,4%



Lago  
18,5%



Natura  
5,9%



Montagna  
5,1%



Terme  
3,4%



### TURISMO IN ENTRATA

**16,8 milioni di arrivi**



### TURISMO IN USCITA

**12,9 milioni di viaggi (2012)**



POPOLAZIONE  
**8.139.631**



REDDITO MENSILE LORDO MEDIO NEL SETTORE PRIVATO - 2012  
**€ 7.374**



UTILIZZO DI INTERNET (con connessione a banda larga)

#### TOP 3 - Paesi di destinazione



**89%** Famiglie

#### SERVIZI DI ALLOGGIO

**6.567** strutture

#### I VIAGGIATORI SVIZZERI IN ITALIA

##### CANALI DI COMUNICAZIONE CHE HANNO INFLUENZATO LA SCELTA DEL SOGGIORNO

|   |       |
|---|-------|
| Già soggiornato/Esperienza personale      | 55,9% |
| Internet                                  | 25,8% |
| Consiglio/Racconto amici/parent/familiari | 17,1% |
| Motivi di lavoro                          | 12,2% |



**2,1 milioni** 4,4% sul totale arrivi in Italia

##### SPESA MEDIA

|                    |                          |  |
|--------------------|--------------------------|--|
| <b>€ 95,79</b>     | <b>€ 54,49</b>           | <b>€ 68,96</b>                         |
| A/R per il viaggio | Al giorno per l'alloggio | Spesa media giornaliera sul territorio |

##### PRINCIPALI DESTINAZIONI



Città  
31,0%



Lago  
22,8%



Mare  
20,9%



Montagna  
14,9%



Natura  
7,4%



Terme  
1,1%

## **Costruzione delle proposte turistiche: la domanda potenziale del prodotto 'parchi' in un'area-mercato pilota quale il Canada**

Il passaggio dalla definizione degli itinerari alla costruzione di proposte turistiche commercializzabili è ciò che rende fruibile per il turista il percorso di vacanza. Per gli obiettivi di policy turistica dei Parchi nazionali italiani, l'analisi delle caratteristiche della domanda potenziale da un'area mercato pilota – individuata nel Canada, in quanto Paese leader nello sviluppo sostenibile e con una diffusa sensibilità sui temi del turismo sostenibile - può contribuire a velocizzare la definizione e commercializzazione dei pacchetti turistici che includono il prodotto 'parchi'. Allo stesso tempo, il confronto con policy e strumenti di sviluppo del 'prodotto parchi' di un Paese come il Canada può facilitare un costruttivo percorso di *policy learning* attraverso la definizione di azioni strutturate di *benchmarking* e scambio buone pratiche.

Sulla base di tale premessa, un'analisi desk e sul campo, realizzata direttamente nel 2015 anche attraverso un confronto diretto tra *stakeholder* italiani e canadesi ha consentito di:

- mappare e descrivere gli operatori turistici canadesi interessati a sviluppare e/o valorizzazione il prodotto 'parchi';
- identificare gli attrattori turistici di potenziale maggior interesse per i consumatori canadesi;
- identificare i *target group* primari di una potenziale offerta turistica indirizzata ai canadesi;
- tracciare obiettivi strategici ed operativi e piano di lavoro di breve periodo finalizzato a facilitare la costruzione/integrazione di primi pacchetti e la loro immediata promozione;
- facilitare la costruzione di un network istituzionale con gli attori-chiave pubblici coinvolti nella gestione delle aree naturali protette sia a livello federale (Parks Canada), sia a livello provinciale (SÉPAQ).

Rispetto alla possibile costruzione e/o integrazione di pacchetti turistici che includano il 'prodotto parchi', l'analisi desk e sul campo ha confermato l'interesse potenziale degli operatori canadesi ed altresì fatto emergere: (i) una sola parziale conoscenza della rete nazionale dei Parchi e delle aree marine protette e dei loro attrattori; (ii) la coerenza tra offerta potenziale dei turismi 'esperienziali' dei parchi italiani e i trend della domanda canadese, soprattutto per il gruppo target dei cosiddetti baby boomers; (iii) le caratteristiche generali delle esigenze di ospitalità (hotel di fascia medio alta e agriturismi prevalentemente), servizi (guide turistiche professionali soprattutto), informazioni prioritarie (elenco puntuale attrattori, accessibilità,..) per lo sviluppo e/o integrazione di pacchetti turistici.

Nell'insieme, emerge l'esigenza di una consistente e continua attività di *branding* sia per la rete nazionale, sia per i singoli parchi e di *'education'* anche per il consumatore finale: il turista nord americano associa, infatti, il parco ad aree naturalistiche senza presenza antropica, esclusivamente dedicate ad attività *en plain air*.

La costruzione e promo-commercializzazione di nuovi pacchetti può, altresì, essere facilitata nell'immediato dalla costruzione di progetti pilota che includano un gruppo selezionato di parchi italiani ed operatori turistici canadesi (tour operator e agenzie viaggio specializzate).

Infine, l'analisi "sul campo" ha permesso anche di effettuare un confronto diretto tra il modello di *governance* dei Parchi nazionali italiano e canadese – sia a livello federale, sia provinciale – attraverso il quale sono emerse potenziali aree di confronto e scambio di esperienze. A titolo meramente esemplificativo, l'esperienza italiana di gestione 'partecipata' e inclusione delle comunità locali, di applicazione e gestione della certificazione europea del turismo sostenibile (CETS) sono indubbe buone pratiche da condividere con gli omologhi nord-americani, soprattutto ora che i parchi canadesi si accingono per la prima volta nella loro storia a sviluppare progetti che prevedono la localizzazione di attività imprenditoriali e comunità di persone all'interno dei parchi stessi. Al contempo, l'esperienza nord-americana di sviluppo di nuovi *business model* di gestione e sviluppo delle aree naturali protette e di politiche e strumenti di *branding* e marketing possono indubbiamente costituire uno stimolo di riflessione per gli stakeholder italiani, al fine di valorizzare al meglio la ricca offerta culturale e naturalistica delle nostre aree parco.

## GLI STRUMENTI DI PROMOZIONE

Per gli scopi del presente lavoro è stata effettuata una ricognizione sugli strumenti utilizzati dai Parchi ai fini della valorizzazione dell'offerta turistica sostenibile e della promozione dei territori e delle imprese, a partire dall'adozione della Carta Europea del Turismo Sostenibile, proseguendo per i riconoscimenti Unesco per finire con i GAL - Gruppi di azioni locale che operano nei territori rurali attraverso fondi della programmazione comunitaria.

### La Carta Europea del Turismo Sostenibile

La Carta Europea del Turismo Sostenibile nelle aree protette, oggetto del Piano Strategico del Turismo per l'Italia, rappresenta il più importante strumento di valorizzazione turistica che i Parchi nazionali (e non solo) hanno intrapreso con successo. La tabella che segue sintetizza i risultati dell'analisi relativa ai 14 parchi che già hanno adottato la certificazione. Nel mese di dicembre 2015 altri due parchi hanno avviato il processo partecipativo, Aspromonte e Gargano.

### Quadro riepilogativo della programmazione CETS

| Parchi nazionali        | Soggetti   | Investimenti      |             | Azioni     |                   |                |
|-------------------------|------------|-------------------|-------------|------------|-------------------|----------------|
|                         |            | totale            | quota parco | N.         | di cui del parco: | % azioni parco |
| Val Grande              | 62         | 2.444.900         | 21,2        | 91         | 21                | 23,1           |
| Dolomiti Bellunesi      | 27         | 3.996.881         | 20,4        | 43         | 13                | 30,2           |
| Cinque Terre            | 18         | 3.565.000         | 14,4        | 39         | 19                | 48,7           |
| Appennino Tosco Emil.   | 10         | 1.951.800         | 81,4        | 60         | 44                | 73,3           |
| Foreste Casentinesi     | 65         | 1.034.375         | 20,2        | 67         | 11                | 16,4           |
| Arcipelago Toscano      | 18         | 1.501.860         | 88,0        | 35         | 17                | 48,6           |
| Monti Sibillini         | 4          | 4.381.682         | 86,6        | 52         | 47                | 90,4           |
| Gran Sasso Laga         | 20         | 870.800           | 44,1        | 32         | 10                | 31,3           |
| Abruzzo, Lazio e Molise | 33         | 3.007.100         | 37,7        | 52         | 22                | 42,3           |
| Cilento, Vallo di Diano | 18         | 3.089.100         | 81,9        | 35         | 14                | 40,0           |
| Appennino Lucano        | 41         | 1.658.000         | 71,4        | 61         | 21                | 34,4           |
| Alta Murgia             | 41         | 7.508.448         | 47,0        | 59         | 20                | 33,9           |
| Pollino                 | 17         | 12.211.812        | 76,1        | 61         | 40                | 65,6           |
| Sila                    | 5          | 335.000           | -           | 34         | 28                | 82,4           |
| <b>Totale</b>           | <b>379</b> | <b>47.556.759</b> | <b>-</b>    | <b>721</b> | <b>327</b>        | <b>45,4</b>    |

Il processo partecipativo della CETS ha fatto sì che ci siano circa 380 soggetti, tra pubblico (enti locali, enti turistici, ecc.) e privato (imprese, associazioni, singoli, ecc.) direttamente coinvolti e oltre 720 azioni che riguardano la valorizzazione turistica. Azioni che comprendono interventi in infrastrutture (sentieri, ciclabili, sedi museali, centri visita, allestimenti, ecc.), in assistenza al turista, in ricerca (monitoraggi ambientali, osservatori, ecc.), in promozione, ecc.

Interessante notare che, a differenza di quanto accade attraverso altri progetti, gli investimenti non riguardano la realizzazione di posti letto, ma il miglioramento della fruibilità dei Parchi e dei territori su cui questi insistono.

Si stima un investimento complessivo di circa 47,5 milioni (arco quinquennale) di cui più della metà con fondi dei Parchi. La CETS è uno strumento metodologico ed una certificazione che permette una migliore gestione delle aree protette per lo sviluppo del turismo sostenibile. L'elemento centrale della Carta è la collaborazione tra tutte le parti interessate a sviluppare una strategia comune ed un piano d'azione per lo sviluppo turistico, sulla base di un'analisi approfondita della situazione locale. L'obiettivo è la tutela del patrimonio naturale e culturale e il continuo miglioramento della gestione del turismo nell'area protetta a favore dell'ambiente, della popolazione locale, delle imprese e dei visitatori.

## Il programma Man and Biosphere Unesco

Lanciato nel 1971, Man and the Biosphere Programme (MAB) è un programma scientifico intergovernativo che mira a creare una base scientifica per il miglioramento delle relazioni tra le persone e l'ambiente in cui vivono. Per quanto riguarda i siti riconosciuti all'interno della Rete Mondiale delle MaB UNESCO, il Programma MaB si impegna a:

- individuare e valutare i cambiamenti nella biosfera come risultati delle attività antropiche e naturali e gli effetti di questi cambiamenti su uomo e ambiente, in particolare nel contesto dei cambiamenti climatici;
- studiare e confrontare le interrelazioni dinamiche tra ecosistemi naturali e quasi naturali ed i processi socio-economici, in particolare nel contesto della perdita accelerata della diversità biologico-culturale con conseguenze inaspettate che influiscono sulla capacità degli ecosistemi di continuare a fornire servizi essenziali per il bene dell'uomo;
- garantire il benessere umano fondamentale e un ambiente vivibile come motori del cambiamento ambientale in un contesto di rapida urbanizzazione;
- promuovere lo scambio e il trasferimento di conoscenze sui problemi e le soluzioni ambientali, e per promuovere l'educazione ambientale allo sviluppo sostenibile.

Il riconoscimento rappresenta una opportunità quindi sotto diversi aspetti, tra cui anche quello della comunicazione del Parco.

In Italia sono 6 i Parchi Nazionali certificati, di cui due recenti: Sila e Appennino Tosco-Emiliano.

### Parchi nazionali certificati MAB

|                                   | anno di istituzione | presenza del marchio in home page |
|-----------------------------------|---------------------|-----------------------------------|
| Appennino Tosco-Emiliano          | 2015                | si                                |
| Arcipelago Toscano                | 2003                | no                                |
| Circeo                            | 1977                | no                                |
| Vesuvio                           | 1997                | no                                |
| Cilento, Vallo di Diano e Alburni | 1997                | si                                |
| Sila                              | 2014                | si                                |

Fonte: Sito UNESCO, Programma MAB (Man and the Biosphere); Siti dei Parchi Nazionali; MATTM

## I “patrimoni” Unesco

Nei territori “allargati” dei Parchi insistono beni materiali e immateriali di valore riconosciuto tra i quali siti che rientrano nella lista Unesco dei patrimoni mondiali dell’Umanità. Ben più noto del programma MAB, questo riconoscimento rappresenta un vero valore aggiunto nei confronti della domanda turistica, talvolta sottovalutato in termini di comunicazione. In Italia sono quattro i Parchi Nazionali che possono vantare un patrimonio “Unesco” nel territorio di riferimento.

### Parchi nazionali e siti Unesco

|                                   | Sito Unesco   | anno di istituzione | presenza del marchio in home page |
|-----------------------------------|---|---------------------|-----------------------------------|
| Dolomiti Bellunesi                | Dolomiti  | 2009                | no                                |
| Cinque Terre                      | Cinque Terre  | 1997                | si                                |
| Cilento, Vallo di Diano e Alburni | Siti archeologici di Paestum and Velia, e Certosa di Padula | 1998                | si                                |
| Alta Murgia                       | Castel del Monte  | 1996                | no                                |

Fonte: Unesco

### La programmazione Leader

Nei territori dei Parchi operano, nella maggior parte dei casi, uno o più GAL (Gruppi di azione locale) finanziati nell’ambito della Programmazione comunitaria PSR-FEASR, e di cui gli Enti Parco sono spesso attori presenti nella compagine locale.

In termini di valorizzazione del territorio l’importanza di questo connubio è strategica in quanto i GAL, attraverso le misure dei loro piani di sviluppo, intervengono in diversi ambiti, tra cui:

- attività di animazione promozione
- supporto alle imprese (alberghi, B&B, strutture agrituristiche, musei, cooperative di servizi, punti vendita di prodotti tipici, laboratori agroalimentari)
- valorizzazione territori
- infrastrutturazione turistica (sentieri, percorsi ciclabili, ecc.)
- promozione e commercializzazione anche del prodotto turistico

A partire da queste considerazioni è stata fatta una ricognizione incrociando la presenza degli Enti Parco nelle compagini sociali, la pubblicizzazione di itinerari nei siti dei GAL, e la partecipazione di questi ultimi alle azioni della CETS, laddove adottata.

A titolo riassuntivo si segnala che:

- 20 su 23 parchi figurano nella compagine sociale di almeno un GAL,
- in quattro casi i GAL partecipano come attuatori alle azioni della Carta Europea del turismo sostenibile.

I GAL indicati sono stati creati nell'arco della programmazione 2007 – 2013 e continuano la loro attività anche grazie ai fondi della nuova programmazione 2014-2020. I risultati descritti in forma analitica per ciascun Parco nella parte B di questo lavoro sono riassunti nella tabella che segue.

|  | Il parco è socio | IL GAL presenta itinerari | Il GAL è responsabile di azioni CETS |
|--|------------------|---------------------------|--------------------------------------|
| <b>Gran Paradiso</b>                                     |                  |                           |                                      |
| GAL ALTA VALLE   |                  |                           |                                      |
| GAL VALLI DEL CANAVESE                                   | x                | x                         |                                      |
| <b>Val Grande</b>  |                  |                           |                                      |
| GAL LAGHI E MONTI  |                  |                           |                                      |
| <b>Stelvio</b>   |                  |                           |                                      |
| GAL VAL D'ULTIMO, ALTA VAL DI NON, VAL MARTELLO          |                  |                           |                                      |
| GAL VAL DI SOLE  |                  |                           |                                      |
| GAL VALLE CAMONICA E VAL DI SCALVE                       |                  |                           |                                      |
| GAL VALTELLINA   | x                |                           |                                      |
| <b>Dolomiti Bellunesi</b>                                |                  |                           |                                      |
| GAL ALTO BELLUNESE                                       |                  |                           |                                      |
| GAL PREALPI E DOLOMITI                                   | x                |                           |                                      |
| <b>Cinque Terre</b>                                      |                  |                           |                                      |
| GAL PROVINCIA DELLA SPEZIA                               | x                |                           |                                      |
| <b>Appennino Tosco-Emiliano</b>                          |                  |                           |                                      |
| GAL ANTICO FRIGNANO E APPENNINO REGGIANO                 | x                |                           | x                                    |
| GAL GARFAGNANA AMBIENTE E SVILUPPO                       |                  |                           | x                                    |
| GAL SOPRIP   |                  |                           | x                                    |
| GAL SVILUPPO LUNIGIANA                                   | x                |                           | x                                    |
| <b>Foreste Casentinesi</b>                               |                  |                           |                                      |
| GAL CONSORZIO APPENNINO ARETINO                          | x                |                           |                                      |
| GAL L'ALTRA ROMAGNA                                      | x                |                           |                                      |
| GAL START  |                  |                           |                                      |
| <b>Arcipelago Toscano</b>                                |                  |                           |                                      |
| GAL ETRURIA  | x                |                           |                                      |
| GAL FABBRICA AMBIENTE E RURALE MAREMMA                   |                  |                           |                                      |
| <b>Monti Sibillini</b>                                   |                  |                           |                                      |
| GAL FERMANO  | x                |                           |                                      |
| GAL PICENO   | x                |                           |                                      |
| GAL SIBILLA  | x                | x                         | x                                    |
| GAL VALLE UMBRA E SIBILLINI                              | x                | x                         |                                      |
| <b>Parco Nazionale del Circeo</b>                        |                  |                           |                                      |
| GAL TERRE PONTINE  | x                |                           |                                      |
| <b>Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga</b> |                  |                           |                                      |
| GAL GRAN SASSO VELINO                                    |                  | x                         |                                      |
| GAL PICENO   |                  |                           |                                      |
| GAL TERAMANO   |                  |                           |                                      |
| GAL TERRE PESCARESI                                      | x                | x                         |                                      |
| <b>Abruzzo Lazio e Molise</b>                            |                  |                           |                                      |
| GAL VERLA  | x                |                           |                                      |
| GAL A.SVI.R. MoliGal                                     | x                |                           |                                      |
| GAL ABRUZZO ITALICO ALTO SANGRO                          | x                |                           |                                      |
| <b>Parco Nazionale della Majella</b>                     |                  |                           |                                      |
| GAL ABRUZZO ITALICO ALTO SANGRO                          |                  |                           |                                      |
| GAL MAIELLA VERDE  |                  | x                         |                                      |
| GAL TERRE PESCARESI                                      | x                | x                         |                                      |
| <b>Cilento, Vallo di Diano e Alburni</b>                 |                  |                           |                                      |



|  |   |   |   |
|--|---|---|---|
| GAL CILENTO RIGENERATIO                        |   |   |   |
| GAL CONSORZIO CASACASTRA                       |   |   |   |
| GAL I SENTIERI DEL BUON VIVERE                 |   |   |   |
| GAL VALLO DI DIANO                             |   |   |   |
| <b>Alta Murgia</b>                             |   |   |   |
| GAL CONCA BARESE                               | x |   |   |
| GAL FIOR D'OLIVI                               |   | x |   |
| GAL LE CITTÀ DI CASTEL DEL MONTE               | x |   |   |
| GAL MURGIA PIÙ                                 | x |   |   |
| GAL TERRE DI MURGIA                            | x |   |   |
| <b>Gargano</b>                                 |   |   |   |
| GAL DAUNIA RURALE                              |   |   |   |
| GAL DAUNOFANTINO                               | x |   |   |
| GAL GARGANO                                    | x |   |   |
| <b>Appennino Lucano-Val d'Agri-Lagonegrese</b> |   |   |   |
| GAL AKIRIS                                     |   |   | x |
| GAL BASENTO CAMASTRA                           |   |   |   |
| GAL CSR MARMO MELANDRO                         |   |   |   |
| GAL LA CITTADILLA DEL SAPERE                   |   |   | x |
| <b>Pollino</b>                                 |   |   |   |
| GAL ALTO JONIO COSENTINO                       |   |   |   |
| GAL COSVEL                                     |   |   |   |
| GAL LA CITTADILLA DEL SAPERE                   | x |   | x |
| GAL POLLINO SVILUPPO                           | x | x |   |
| <b>Sila</b>                                    |   |   |   |
| GAL DELLA SILA                                 | x |   |   |
| GAL KROTON                                     |   |   |   |
| GAL VALLE DEL CROCCHIO                         |   | x |   |
| <b>Aspromonte</b>                              |   |   |   |
| GAL AREA GRECANICA                             |   | x |   |
| GAL BASSO TIRRENO REGGINO                      | x |   |   |
| GAL LOCRIDE                                    | x |   |   |