

# I parchi in Emilia Romagna: una attrattiva turistica in evoluzione

*a cura di*



**OSSERVATORIO REGIONALE  
PER IL TURISMO**

**ATTIVITA' DI ANALISI TEMATIZZATA  
Programma 2012**



1	Obiettivi .....	3
2	Analisi di scenario .....	4
2.1	I parchi dell'Emilia Romagna .....	5
2.2	Bacino di riferimento: residenti e imprese.....	10
2.3	Consistenza ricettiva e movimentazione turistica dei parchi dell'Emilia Romagna .....	16
2.4	Modelli di sviluppo turistico .....	26
3	I servizi turistici offerti nei parchi e il mercato di riferimento.....	28
3.1	Intervista agli operatori ricettivi e ristorativi che operano nei parchi .....	28
3.1.1	Gli operatori e i parchi – il campione .....	28
3.1.2	Stagionalità dell'attività delle strutture intervistate .....	37
3.1.3	Provenienza della clientela .....	39
3.1.4	Tipologia di clientela.....	41
3.1.5	Andamento del mercato.....	42
3.1.6	Il turismo scolastico .....	45
3.1.7	Turismo sportivo.....	47
3.1.8	Servizi turistici offerti dalle strutture .....	51
3.1.9	Azioni per promuovere le strutture e iniziative del parco .....	52
3.1.10	Valutazioni sul parco e criticità.....	55
3.2	Interviste ai soggetti coinvolti nelle politiche territoriali .....	58
4	Le potenzialità dei parchi e delle aree protette in Emilia Romagna come prodotto turistico .....	64

A cura di Paola Ragazzini e Lucia Silvi

*Si ringraziano per la collaborazione Confcooperative Federcultura Turismo e Sport e Legacoop Turismo, tutti gli operatori che hanno dato la loro disponibilità per le indagini, il Servizio Parchi e Risorse Ambientali della Regione Emilia Romagna, l'Unione di Prodotto Appennino e Verde, i parchi, Legambiente e WWF.*

## 1 Obiettivi

In Emilia Romagna sono presenti 2 parchi nazionali condivisi con la Toscana, 1 parco interregionale ai confini con le Marche, 14 parchi regionali, 15 riserve e numerose altre tipologie di aree protette.

Si tratta di un sistema estremamente esteso e complesso, che comprende territori di crinale e di alta montagna, territori di collina e media montagna, aree di pianura e umide, che ha un alto valore naturalistico. Questo patrimonio viene proposto in chiave turistica, attraverso un'articolazione che associa insieme alle potenzialità ambientali anche l'offerta ricettiva e ristorativa. Un esempio evidente è rappresentato dall'organizzazione di numerosi eventi come proposte di visita legate alla natura, alla presenza dell'uomo con le sue tradizioni, alla gastronomia (decine i prodotti tipici riconosciuti anche come DOP, IGP, PAT, presidi di Slow Food che fanno riferimento al territorio protetto) e allo sport.

Su queste aree sono presenti numerosi operatori della filiera turistica: strutture ricettive, pubblici esercizi, centri visita/informazioni, guide escursionistiche, ecc. A questa ricchezza di offerta corrisponde una continua crescita di interesse per la natura e per l'ambiente da parte dei turisti.

È evidente quindi il valore turistico che hanno i parchi, ma in uno scenario in evoluzione come quello attuale, è risultato opportuno approfondire i modelli dell'offerta e della domanda che si associano al turismo in questo tipo di ambiente.

Il sistema dei parchi e delle aree protette merita quindi di essere osservato e monitorato, al fine di coglierne l'importanza nello scenario turistico regionale, anche nelle sue interrelazioni con altri prodotti turistici.

Il progetto di ricerca si prefigge dunque l'obiettivo di esaminare il fenomeno turistico nei parchi e nelle aree protette dell'Emilia Romagna per identificarne le caratteristiche e cogliere le potenzialità di sviluppo.

In questo studio, che rappresenta un primo momento di approfondimento del tema in regione, è stata analizzata in particolare l'offerta turistica.

Il punto di vista degli operatori che lavorano sul territorio e in stretto contatto con la clientela è infatti molto importante, perché consente di cogliere gli elementi essenziali che caratterizzano questo tipo di mercato e di definire lo scenario in cui realizzare le azioni per lo sviluppo.

Lo studio è stato articolato nelle seguenti sezioni:

- Analisi di scenario
- I servizi turistici offerti nei parchi e il mercato di riferimento
- Le potenzialità dei parchi e delle aree protette come prodotto turistico

## 2 Analisi di scenario

Il turismo negli ultimi anni ha vissuto un periodo di profondi cambiamenti. Pertanto, per affrontare un qualsiasi approfondimento, per di più finalizzato a verificare le prospettive di sviluppo di un prodotto specifico come quello naturalistico, non si può prescindere da un preliminare inquadramento di scenario.

Saranno quindi presentati gli aspetti più significativi attinenti agli obiettivi dello studio, per dare al lettore la chiave di lettura e di interpretazione dei dati raccolti con le indagini sul campo.

La “Legge quadro delle aree protette” (L. 6 dicembre 1991, n. 394) istituisce la possibilità di tutelare aree il cui patrimonio naturale, le formazioni fisiche, geologiche, geomorfologiche e biologiche, o gruppi di esse, abbiano rilevante valore naturalistico e ambientale, con priorità nei casi in cui tali risorse siano vulnerabili.

L’obiettivo di tale tutela deve essere<sup>1</sup>:

- a) conservazione di specie animali o vegetali, di associazioni vegetali o forestali, di singolarità geologiche, di formazioni paleontologiche, di comunità biologiche, di biotopi, di valori scenici e panoramici, di processi naturali, di equilibri idraulici e idrogeologici, di equilibri ecologici;
- b) applicazione di metodi di gestione o di restauro ambientale idonei a realizzare un'integrazione tra uomo e ambiente naturale, anche mediante la salvaguardia dei valori antropologici, archeologici, storici e architettonici e delle attività agro-silvo-pastorali e tradizionali;
- c) promozione di attività di educazione, di formazione e di ricerca scientifica, anche interdisciplinare, nonché di attività ricreative compatibili;
- d) difesa e ricostituzione degli equilibri idraulici e idrogeologici.

Possono essere istituiti parchi nazionali, se il patrimonio risulta avere rilievo internazionale o nazionale per valori naturalistici, scientifici, estetici, culturali, educativi e ricreativi e in tal caso l'intervento è a carico dello Stato. È invece di competenza delle regioni costituire i parchi naturali regionali, cioè “aree terrestri, fluviali lacuali ed eventualmente tratti di mare prospiciente la costa, di valore naturalistico e ambientale, che costituiscono, nell'ambito di una o più regioni limitrofe, un sistema omogeneo individuato dagli assetti naturali dei luoghi, dai valori paesaggistici ed artistici e dalle tradizioni culturali delle popolazioni locali”.

La legge istituisce anche le riserve naturali se vi sono da tutelare una o più specie naturalisticamente rilevanti della flora e della fauna, o ecosistemi importanti per le diversità biologiche o per la conservazione delle risorse genetiche. Le riserve naturali possono essere statali o regionali in base alla rilevanza degli interessi in esse rappresentati.

I parchi naturali, nazionali o regionali, hanno di solito una certa valenza turistica. L’accesso ai non addetti alle riserve naturali è invece soggetto a significative limitazioni, per questa ragione lo studio prende in considerazione solo i parchi e non le riserve.

---

<sup>1</sup> Legge 6 dicembre 1991, n. 394, Art. 1 comma 3

## 2.1 I parchi dell'Emilia Romagna

L'Emilia Romagna ha sul proprio territorio una porzione di 2 parchi nazionali.

In Italia sono stati istituiti 24 parchi nazionali, distribuiti su tutto il territorio nazionale, ma con una maggiore concentrazione nel meridione.

I 2 parchi che occupano parte del territorio emiliano-romagnolo, rappresentano ciascuno il 2% della superficie totale dei parchi nazionali.

Tabella 1. Elenco dei parchi nazionali italiani (in ordine decrescente per superficie)

Parchi nazionali	Province	Istituzione	Superficie ha %
Parco Nazionale del Pollino	CS, MT, PZ	1988	12%
Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni	SA	1991	12%
Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga	AP, AQ, PE, RI, TE	1991	10%
Parco Nazionale dello Stelvio	BZ, BS, SO, TN	1935	8%
Parco Nazionale del Gargano	FG	1991	8%
Parco Nazionale della Majella	CH, AQ, PE	1991	5%
Parco Nazionale del Gennargentu e del Golfo di Orosei	OG, NU	1998	5%
Parco Nazionale della Sila	CZ, CS, KR	1997	5%
Parco Nazionale del Gran Paradiso	AO, TO	1922	5%
Parco Nazionale dei Monti Sibillini	AP, FM, MC, PG	1993	5%
Parco Nazionale dell'Appennino Lucano - Val d'Agri - Lagonegrese	PZ	2007	4%
Parco Nazionale dell'Alta Murgia	BA, BT	2004	4%
Parco Nazionale dell'Aspromonte	RC	1989	4%
Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise	FR, IS, AQ	1923	3%
<b>Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona, Campigna</b>	<b>AR, FC, FI</b>	<b>1989</b>	<b>2%</b>
Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi	BL	1988	2%
<b>Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano</b>	<b>RE, PR, MS, LU</b>	<b>1997</b>	<b>2%</b>
Parco Nazionale dell'Arcipelago Toscano	GR, LI	1989	1%
Parco Nazionale della Val Grande	VB	1991	1%
Parco Nazionale del Circeo	LT	1934	1%
Parco Nazionale del Vesuvio	NA	1991	1%
Parco Nazionale dell'Asinara	SS	1997	0%
Parco Nazionale dell'Arcipelago di La Maddalena	OT	1994	0%
Parco Nazionale delle Cinque Terre	SP	1999	0%

Fonte: nostre elaborazioni su dati [www.parks.it](http://www.parks.it) e [www.minambiente.it](http://www.minambiente.it)

Figura 1. Parchi nazionali italiani (Fonte: [www.minambiente.it](http://www.minambiente.it))

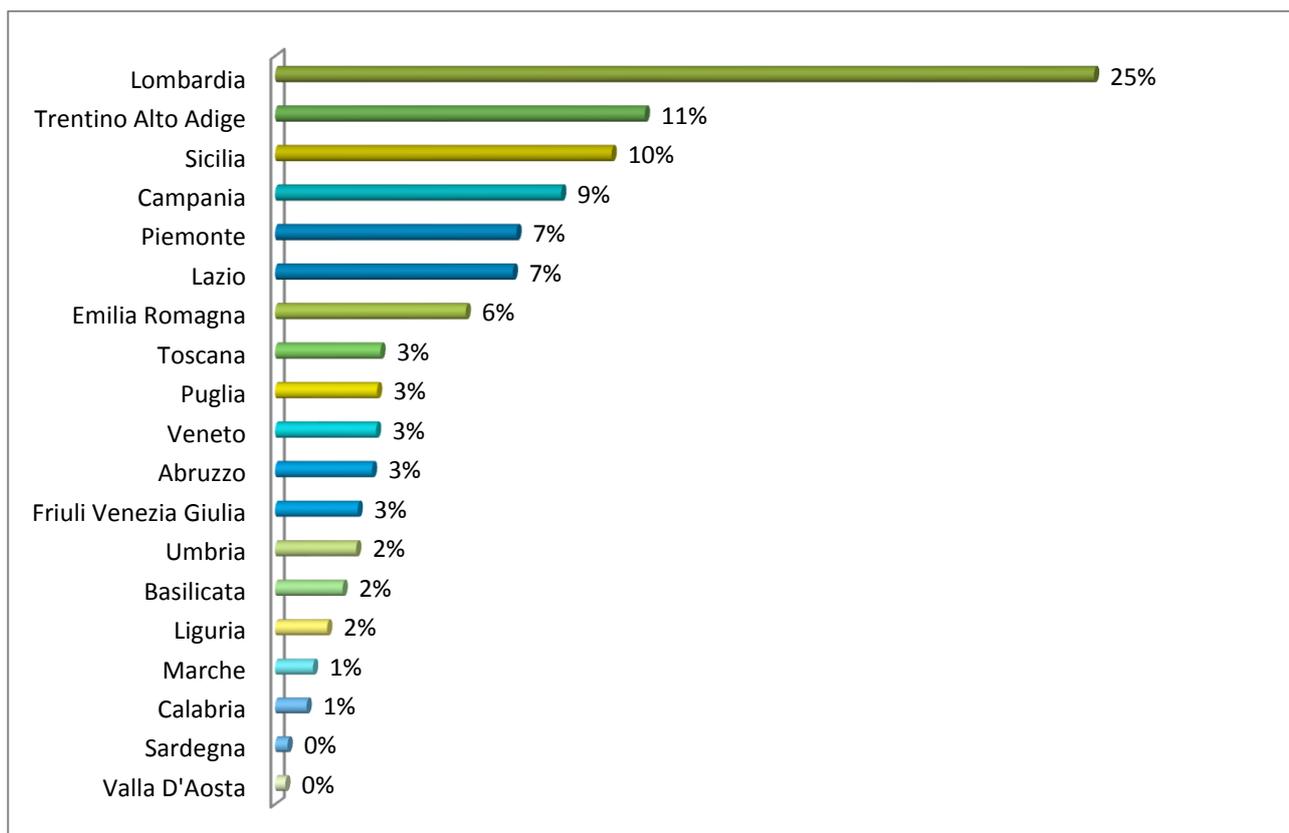


I parchi regionali sono 151<sup>2</sup> e comprendono anche quelli che hanno versanti su due regioni contigue, come ad esempio in Emilia Romagna il Parco del Sasso Simone e Simoncello che ha circa  $\frac{3}{4}$  del proprio territorio nelle Marche e la parte restante nella provincia di Rimini.

La Lombardia ospita il 25% del totale della superficie italiana dei parchi regionali. L'Emilia Romagna si posiziona al 7° posto con il 6%.

<sup>2</sup>Fonte: [www.parks.it](http://www.parks.it)

Figura 2. Superficie destinata a parchi regionali per regione



Fonte: nostre elaborazioni su dati [www.minambiente.it](http://www.minambiente.it)

In Emilia Romagna oltre ai 2 parchi nazionali ci sono ben 14 parchi regionali ed è presente circa un terzo del Parco Interregionale del Sasso Simone e Simoncello.

Tabella 2. I Parchi nazionali, interregionali e regionali dell'Emilia Romagna per estensione in ettari (ha)

Parchi nazionali	Superficie
Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona, Campigna	36.426 ha di parco (18.696 in Emilia Romagna, 17.730 in Toscana)
Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano	23.613 ha di parco (16.336 in Emilia Romagna, 7.277 in Toscana)
Parchi interregionali	Superficie
Parco del Sasso Simone e Simoncello	12.256 ha di parco (5.063 in Emilia Romagna, 7.193 nelle Marche)

Parchi regionali	Sup. ha	Sup.Parco(ha)	Sup.Areacontigua (ha)
Parco Regionale Delta del Po	54.502	20.378	34.124
Parco Regionale Alto Appennino Modenese	15.351	8.833	6.518
Parco Regionale Gessi Bolognesi e Calanchi dell'Abbadessa	4.802	3.425	1.377
Parco Regionale Laghi Suviana e Brasimone	3.718	3.037	681
Parco Fluviale Regionale Trebbia	4.031	2.611	1.420
Parco Regionale Corno alle Scale	4.699	2.578	2.121
Parco Regionale Monte Sole	6.265	2.553	3.712
Parco Regionale Stirone e Piacenziano	2.716	2.173	543
Parco Regionale Vena del Gesso Romagnola	6.062	2.040	4.022
Parco Fluviale Regionale Taro	3.092	2.023	1.069
Parco Regionale Valli del Cedra e del Parma	26.270	1.473	24.797
Parco Regionale Sassi di Roccamalatina	2.300	1.415	885
Parco Regionale Boschi di Carrega	2.669	1.304	1.365
Parco Regionale Abbazia di Monteveglio	882	882	-

Fonte: nostre elaborazioni su dati Regione Emilia Romagna - [ambiente.emilia-romagna.it](http://ambiente.emilia-romagna.it)

I parchi nazionali occupano porzioni dell'Appennino Tosco-Emiliano e hanno parte della superficie in comune con la Toscana. In Emilia Romagna ricadono circa il 50% del parco dell'Appennino Tosco-Emiliano e circa il 70% di quello delle Foreste Casentinesi.

Il Parco Interregionale del Sasso Simone e Simoncello è la conseguenza del passaggio di alcuni comuni dalla provincia di Pesaro e Urbino a quella di Rimini, con conseguente modifica delle competenze regionali di riferimento. Il versante emiliano-romagnolo è circa un terzo della superficie totale.

Il parco regionale che ha una superficie più estesa è quello del Delta del Po Emiliano-Romagnolo. Oltre alla dimensione, questo parco presenta altre peculiarità rispetto agli altri. Innanzitutto è un parco di pianura, localizzato in una delle più importanti aree umide d'Italia, e si trova a ridosso del litorale ed in particolare dell'alta riviera emiliano-romagnola. C'è quindi una sinergia, anche se al momento non ancora espressa completamente, tra i prodotti turistici prevalenti di questa zona -il balneare, quello di alcune importanti città d'arte (Ravenna, Ferrara) e alcuni centri minori (ad esempio Comacchio e Cervia)- e quello naturalistico.

Anche il Parco dell'Alto Appennino Modenese ha un suo posizionamento turistico nel contesto regionale. Il Frignano infatti ricopre il crinale modenese e include località note da un punto di vista turistico per il prodotto montagna, sia estiva che invernale. L'ampia dimensione (sopra i 15.000 ha) favorisce questa vocazione.

Sul crinale appenninico sono localizzati anche altri parchi. Sfruttando questa potenzialità è stata organizzata l'"Alta Via dei Parchi", un percorso escursionistico a valenza turistica di circa 500 km con 27 tappe<sup>3</sup> che va da Berceto (PR) fino alla rupe della Verna nel Casentino (AR). I parchi interessati sono appunto, oltre ai due nazionali e a quello interregionale, il Parco Regionale delle Valli del Cedra e del Parma, il Parco Regionale dell'Alto Appennino Modenese e il Parco Regionale del Corno alle Scale, il Parco Regionale dei Laghi di Suviana e Brasimone, nel bolognese, e il Parco Regionale della Vena del Gesso Romagnola. Gli altri parchi

<sup>3</sup>Fonte: [ambiente.regione.emilia-romagna.it/parchi-natura2000/fruizione/altavia](http://ambiente.regione.emilia-romagna.it/parchi-natura2000/fruizione/altavia)

hanno una minore estensione rispetto a quelli già citati e racchiudono alcune bellezze naturalistiche di pregio o piccoli borghi. La capacità attrattiva di questi altri parchi però genera soprattutto escursionismo e flussi infraregionali.

Con la legge regionale 23 dicembre 2011, n. 24 "Riorganizzazione del sistema regionale delle aree protette e dei siti della Rete Natura 2000", la gestione dei parchi regionali è stata affidata a 5 enti denominati macroaree: Emilia occidentale, Emilia centrale, Emilia orientale, Delta del Po e Romagna.

Si tratta di una profonda revisione del sistema parchi, finalizzata a ottimizzare la gestione dei territori protetti. L'elemento che caratterizza questo scenario è l'aggregazione delle varie aree parchive per contiguità territoriale e anche per affinità sul patrimonio naturalistico, sotto un unico ente di gestione, che avrà in carica oltre ai parchi regionali e interregionali anche i siti della Rete Natura 2000. Le riserve naturali continueranno invece a far capo alle province, le aree di riequilibrio ecologico ai comuni, e i paesaggi naturali e seminaturali protetti ai comuni o altre forme associative che li gestiscono<sup>4</sup>.

**Tabella 3. I Parchi regionali dell'Emilia Romagna divisi per macroaree**

Macroarea	Parchi regionali	Sup.Parco(ha)
Macroarea 1 Emilia occidentale	Parco Regionale Boschi di Carrega	1.304
	Parco Regionale Stirone e Piacenziano	2.173
	Parco Fluviale Regionale Taro	2.023
	Parco Fluviale Regionale Trebbia	2.611
	Parco Regionale Valli del Cedra e del Parma	1.473
Macroarea 2 Emilia centrale	Parco Regionale Alto Appennino Modenese	8.833
	Parco Regionale Sassi di Roccamalatina	1.415
Macroarea 3 Emilia orientale	Parco Regionale Abbazia di Monteveglio	882
	Parco Regionale Corno alle Scale	2.578
	Parco Regionale Gessi Bolognesi e Calanchi dell'Abbadessa	3.425
	Parco Regionale Laghi Suviana e Brasimone	3.037
	Parco Regionale Monte Sole	2.553
Macroarea 4 Delta del Po	Parco Regionale Delta del Po	20.378
Macroarea 5 Romagna	Parco Regionale Vena del Gesso Romagnola	2.040

Fonte: nostre elaborazioni su dati Regione Emilia Romagna - [ambiente.emilia-romagna.it](http://ambiente.emilia-romagna.it)

Con la riorganizzazione le superfici dei parchi vengono ripartite in maniera omogenea per le aree emiliane. L'area romagnola e ferrarese sono invece caratterizzate diversamente.

**Tabella 4. Macroaree dell'Emilia Romagna per estensione in ha (Fonte: Regione ER)**

Macroarea	Numero parchi	Superficie totale (ha)
Macroarea 1 Emilia occidentale	5	9.584
Macroarea 2 Emilia centrale	3	10.248
Macroarea 3 Emilia orientale	5	12.475
Macroarea 4 Delta del Po	1	20.378
Macroarea 5 Romagna	1	2.040

Fonte: nostre elaborazioni su dati Regione Emilia Romagna - [ambiente.emilia-romagna.it](http://ambiente.emilia-romagna.it)

<sup>4</sup> Fonte: [ambiente.regione.emilia-romagna.it](http://ambiente.regione.emilia-romagna.it)

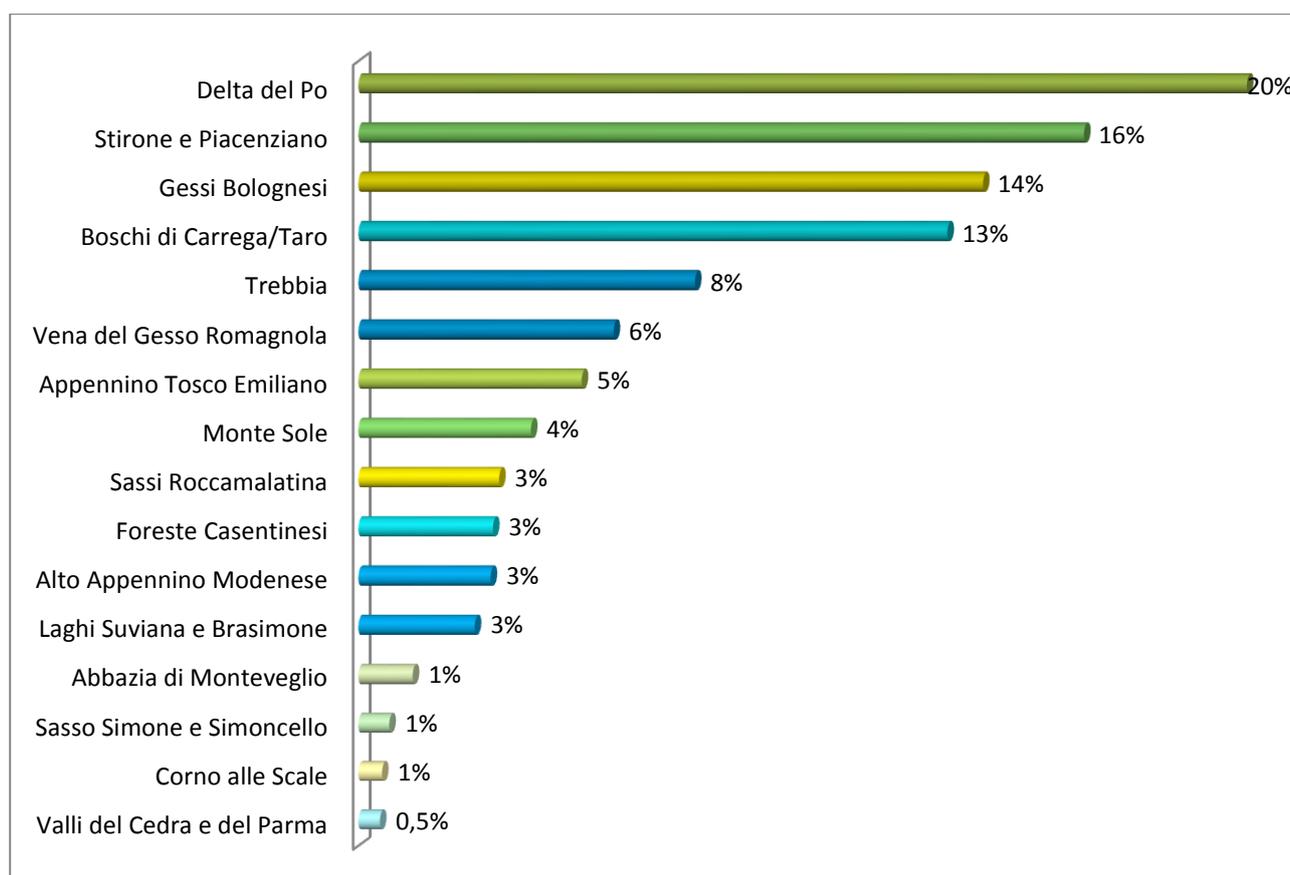
## 2.2 Bacino di riferimento: residenti e imprese

Il bacino di riferimento a cui è destinato ogni progetto di sviluppo turistico nell'ambito dei parchi è costituito da circa 435.923 residenti, pari a 199.547 famiglie<sup>5</sup> e 43.492 imprese attive.<sup>6</sup>

Si precisa però che dai comuni considerati nelle elaborazioni sono stati esclusi i capoluoghi provinciali di Piacenza, Parma e Ravenna, e Cervia, i cui dati avrebbero alterato le valutazioni per la forte vocazione turistica balneare che li caratterizza. Si è invece scelto di mantenere nell'elenco i comuni termali del forlivese e del parmense, che possono esprimere un'integrazione tra prodotto wellness/terme e turismo natura.

La popolazione dei comuni che hanno tutto o parte del territorio all'interno dei parchi in Emilia Romagna è concentrata per il 20% nell'area del Delta del Po. La diversa distribuzione dipende non tanto dall'estensione del parco, quanto piuttosto dalla presenza di poli urbani collegati ai capoluoghi che risultano più densamente abitati rispetto ad alcuni territori appenninici.

Figura 3. Popolazione residente al 31/12/2011 nei comuni dei parchi (esclusi Ravenna, Parma, Piacenza e Cervia) in ordine decrescente per numero di residenti<sup>7</sup>



Fonte: nostre elaborazioni su dati ISTAT (dati 2011 post censimento)

<sup>5</sup> Fonte Istat, dati 2011 post censimento

<sup>6</sup> Fonte Infoimprese, dati al 31/12/2012

<sup>7</sup> Per semplificare la lettura del grafico i valori riferiti ai parchi regionali dei Boschi di Carrega e del Taro che hanno alcuni comuni che appartengono a entrambe sono stati accorpati. Inoltre i comuni che appartengono sia al Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano che al Parco Regionale delle Valli del Cedra e del Parma sono stati inseriti nella dotazione del parco nazionale.

Nel dettaglio dei comuni emerge che il 54% dei residenti è concentrato nelle 14 cittadine che hanno una popolazione superiore ai 10.000 abitanti. Gli altri comuni sono molto piccoli.

**Tabella 5. Popolazione residente al 31/12/2011 nei comuni dei parchi (esclusi Ravenna, Parma, Piacenza e Cervia) in ordine decrescente per numero di residenti**

Prov.	Comune	Popolazione	Parco
BO	San Lazzaro di Savena	31.093	Gessi Bolognesi
PR	Fidenza	25.515	Stirone e Piacenziano
FE	Comacchio	22.563	Delta del Po
FE	Argenta	22.100	Delta del Po
PR	Salsomaggiore Terme	19.496	Stirone e Piacenziano
BO	Pianoro	16.909	Gessi Bolognesi
PR	Collecchio	13.874	Boschi di Carrega/Taro
BO	Ozzano dell'Emilia	12.910	Gessi Bolognesi
PR	Noceto	12.690	Taro
FE	Codigoro	12.401	Delta del Po
RA	Alfonsine	12.236	Delta del Po
PC	Rottofreno	11.703	Trebbia
PR	Medesano	10.649	Taro
RE	Castelnovo ne' Monti	10.495	Appennino Tosco-Emiliano
PR	Felino	8.630	Boschi di Carrega
RA	Brisighella	7.662	Vena del Gesso Romagnola
PC	Carpaneto Piacentino	7.542	Stirone e Piacenziano
FE	Mesola	7.087	Delta del Po
PC	Rivergaro	6.843	Trebbia
BO	Marzabotto	6.704	Monte Sole
FE	Ostellato	6.448	Delta del Po
PR	Fornovo di Taro	6.164	Boschi di Carrega/Taro
BO	Monzuno	6.139	Monte Sole
FC	Bagno di Romagna	6.121	Foreste Casentinesi
BO	Castiglione dei Pepoli	5.871	Laghi Suviana e Brasimone
RA	Riolo Terme	5.789	Vena del Gesso Romagnola
PC	Gossolengo	5.443	Trebbia
PR	Sala Baganza	5.432	Boschi di Carrega
BO	Monteveglia	5.291	Abbazia di Monteveglia
MO	Zocca	4.873	Sassi Roccamalatina
MO	Marano sul Panaro	4.829	Sassi Roccamalatina
PC	Alseno	4.818	Stirone e Piacenziano
PC	Castell'Arquato	4.691	Stirone e Piacenziano
PC	Gragnano Trebbiese	4.379	Trebbia
FC	Santa Sofia	4.174	Foreste Casentinesi
PC	Lugagnano Val d'Arda	4.144	Stirone e Piacenziano
MO	Guiglia	4.019	Sassi Roccamalatina
BO	Grizzana Morandi	3.982	Monte Sole
FE	Goro	3.899	Delta del Po
RE	Villa Minozzo	3.897	Appennino Tosco-Emiliano
BO	Castel di Casio	3.470	Laghi Suviana e Brasimone
BO	Casalfiumanese	3.460	Vena del Gesso Romagnola

Prov.	Comune	Popolazione	Parco
BO	Borgo Tossignano	3.309	Vena del Gesso Romagnola
MO	Fanano	3.017	Alto Appennino Modenese
RN	Pennabilli	3.007	Sasso Simone e Simoncello
RA	Casola Valsenio	2.723	Vena del Gesso Romagnola
MO	Sestola	2.597	Alto Appennino Modenese
PC	Calendasco	2.448	Trebbia
PC	Gropparello	2.322	Stirone e Piacenziano
BO	Lizzano in Belvedere	2.300	Corno alle Scale
MO	Pievepelago	2.242	Alto Appennino Modenese
PC	Vernasca	2.236	Stirone e Piacenziano
PR	Tizzano Val Parma	2.099	Valli del Cedra e del Parma
PC	Gazzola	2.005	Trebbia
BO	Camugnano	1.997	Laghi Suviana e Brasimone
PR	Corniglio	1.988	Appennino Tosco-Emiliano/Valli del Cedra e del Parma
MO	Frassinoro	1.985	Alto Appennino Modenese
BO	Fontanelice	1.943	Vena del Gesso Romagnola
MO	Fiumalbo	1.301	Alto Appennino Modenese
RE	Ramiseto	1.288	Appennino Tosco-Emiliano
RE	Busana	1.284	Appennino Tosco-Emiliano
FC	Tredozio	1.264	Foreste Casentinesi
MO	Montecreto	991	Alto Appennino Modenese
RE	Collagna	981	Appennino Tosco-Emiliano
PR	Monchio delle Corti	981	Appennino Tosco-Emiliano/Valli del Cedra e del Parma
RE	Ligonchio	860	Appennino Tosco-Emiliano
FC	Premilcuore	796	Foreste Casentinesi
FC	Portico e San Benedetto	767	Foreste Casentinesi
MO	Riolunato	757	Alto Appennino Modenese
<b>Totale popolazione residente nei parchi</b>			<b>435.923</b>

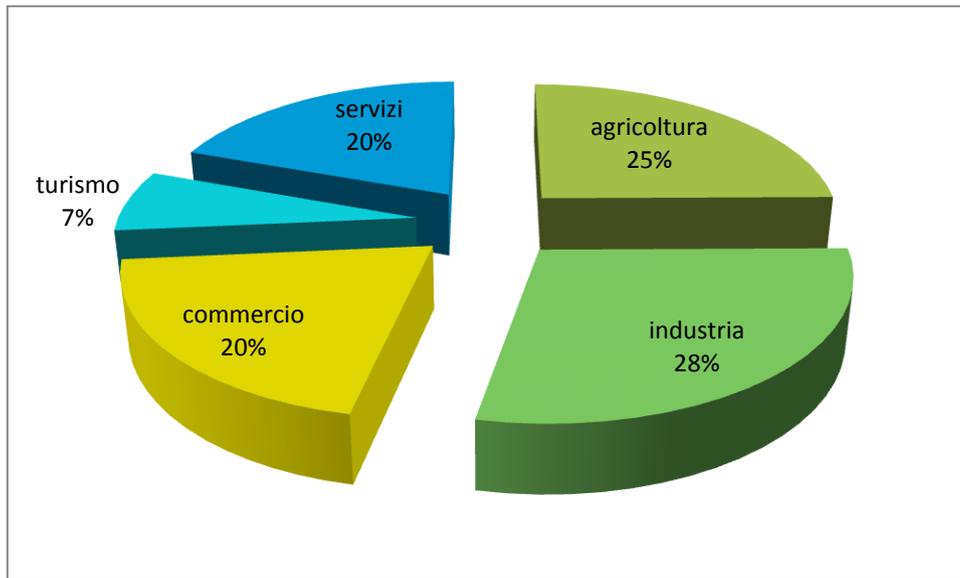
Fonte: nostre elaborazioni su dati ISTAT (dati 2011 post censimento)

Per quanto riguarda la consistenza delle attività economiche dei comuni che ospitano i parchi, il terziario - che nella rappresentazione è stato diviso in commercio, turismo e servizi- ha il maggior numero di imprese attive, 47%. Seguono l'industria con il 28% e l'agricoltura.

Le imprese turistiche, catalogate come ricettivo e pubblici esercizi (ristoranti, bar, ecc.), rappresentano il 7% del totale delle imprese attive localizzate nei parchi.

Naturalmente questo tessuto imprenditoriale è legato solo in minima parte all'attività del parco, ma la creazione di valore sul territorio può contribuire a consolidare alcuni settori e a fermare il declino di altri.

Figura 4. Imprese attive al 31/12/2012 nei comuni dei parchi (esclusi Ravenna, Parma, Piacenza e Cervia) per settore



Fonte: nostre elaborazioni su dati Infoimprese

Tabella 6. Imprese Attive al 31/12/2012 nei comuni dei parchi (esclusi Ravenna, Parma, Piacenza e Cervia) in ordine decrescente per il settore turismo - (Fonte: Infoimprese)

Prov.	Comune	Parco	Agricoltura	Industria	Commercio	Turismo	Servizi	Imprese attive
FE	Comacchio	Delta del Po	564	666	651	382	679	2.942
PR	Salsomaggiore Terme	Stirone e Piacenziano	194	594	429	240	366	1.823
PR	Fidenza	Stirone e Piacenziano	306	633	571	146	575	2.231
BO	San Lazzaro di Savena	Gessi Bolognesi	125	642	748	127	790	2.432
BO	Pianoro	Gessi Bolognesi	139	416	355	88	446	1.444
FE	Codigoro	Delta del Po	367	281	239	81	219	1.187
RE	Castelnovo nè Monti	Appennino Tosco-Emiliano	238	343	281	74	198	1.134
FC	Bagno di Romagna	Foreste Casentinesi	181	158	141	73	150	703
FE	Argenta	Delta del Po	684	497	398	71	404	2.054
PR	Collecchio	Boschi di Carrega/Taro	120	427	317	65	351	1.280
RA	Alfonsine	Delta del Po	347	265	218	65	234	1.129
BO	Ozzano dell'Emilia	Gessi Bolognesi	116	423	258	63	287	1.147
MO	Sestola	Alto Appennino Modenese	97	133	80	56	78	444
PC	Rottofreno	Trebbia	73	295	233	56	159	816
PR	Noceto	Taro	230	377	244	56	214	1.121
PC	Carpaneto Piacentino	Stirone e Piacenziano	217	225	194	47	133	816
MO	Zocca	Sassi Roccamalatina	197	209	94	46	92	638
PR	Medesano	Taro	190	325	164	46	186	911
RA	Brisighella	Vena del Gesso Romagnola	427	178	117	45	108	875
BO	Lizzano in Belvedere	Corno alle Scale	74	68	48	44	47	281
BO	Castiglione dei Pepoli	Laghi Suviana e Brasimone	105	178	147	44	83	557
MO	Fanano	Alto Appennino Modenese	111	122	75	43	61	412
PC	Castell'Arquato	Stirone e Piacenziano	223	119	112	41	76	571
RA	Riolo Terme	Vena del Gesso Romagnola	135	143	103	41	81	503
FC	Santa Sofia	Foreste Casentinesi	108	64	66	40	62	340
FE	Mesola	Delta del Po	431	195	154	40	97	917
PC	Rivergaro	Trebbia	117	178	150	40	129	614
RE	Villa Minozzo	Appennino Tosco-Emiliano	120	138	74	40	60	432
PR	Fornovo di Taro	Boschi di Carrega/Taro	91	226	128	38	112	595
BO	Monzuno	Monte Sole	65	239	136	35	126	601
BO	Marzabotto	Monte Sole	108	177	87	35	112	519
PR	Sala Baganza	Boschi di Carrega	54	247	96	34	96	527
FE	Ostellato	Delta del Po	243	130	107	33	93	606
PC	Lugagnano Val d'Arda	Stirone e Piacenziano	153	123	77	32	61	446
PR	Felino	Boschi di Carrega	104	298	146	31	149	728
MO	Pievepelago	Alto Appennino Modenese	46	80	52	30	52	260

Prov.	Comune	Parco	Agricoltura	Industria	Commercio	Turismo	Servizi	Imprese attive
MO	Marano sul Panaro	Sassi Roccamatatina	124	152	93	30	98	497
MO	Guiglia	Sassi Roccamatatina	140	122	60	29	69	420
PC	Alseno	Stirone e Piacenziano	139	156	101	29	83	508
BO	Grizzana Morandi	Monte Sole	57	105	64	27	54	307
MO	Frassinoro	Alto Appennino Modenese	54	70	37	26	39	226
PC	Gragnano Trebbiense	Trebbia	55	127	64	22	60	328
RE	Collagna	Appennino Tosco-Emiliano	17	28	20	22	23	110
BO	Monteveglia	Abbazia di Monteveglia	119	225	105	21	99	569
PC	Vernasca	Stirone e Piacenziano	200	80	29	21	28	358
FE	Goro	Delta del Po	1.045	33	78	20	53	1.229
MO	Fiumalbo	Alto Appennino Modenese	54	70	26	20	32	202
PR	Corniglio	Appennino Tosco-Emiliano/ Valli del Cedra e del Parma	133	70	35	20	35	293
RA	Casola Valsenio	Vena del Gesso Romagnola	156	43	38	20	29	286
MO	Montecreto	Alto Appennino Modenese	49	51	17	19	21	157
RE	Busana	Appennino Tosco-Emiliano	12	56	28	19	28	143
RN	Pennabilli	Sasso Simone e Simoncello	106	93	44	19	55	317
BO	Casalfiumanese	Vena del Gesso Romagnola	132	91	56	18	37	334
PC	Gossolengo	Trebbia	53	121	94	18	65	351
PR	Tizzano Val Parma	Valli del Cedra e del Parma	126	115	36	18	40	335
PR	Monchio delle Corti	Appennino Tosco-Emiliano/ Valli del Cedra e del Parma	46	36	19	16	14	131
BO	Camugnano	Laghi Suviana e Brasimone	99	54	27	15	29	224
RE	Ligonchio	Appennino Tosco-Emiliano	20	32	16	15	6	89
BO	Borgo Tossignano	Vena del Gesso Romagnola	74	83	41	14	45	257
PC	Gropparello	Stirone e Piacenziano	149	74	31	12	31	297
PC	Gazzola	Trebbia	116	49	33	12	43	253
RE	Ramiseto	Appennino Tosco-Emiliano	76	40	20	12	18	166
FC	Tredozio	Foreste Casentinesi	34	36	18	11	13	112
FC	Portico e San Benedetto	Foreste Casentinesi	30	26	12	11	11	90
MO	Riolunato	Alto Appennino Modenese	30	22	14	11	12	89
PC	Calendasco	Trebbia	75	120	27	11	36	269
BO	Castel di Casio	Laghi Suviana e Brasimone	59	90	22	10	43	224
BO	Fontanelice	Vena del Gesso Romagnola	84	44	25	9	27	189
FC	Premilcuore	Foreste Casentinesi	43	12	23	9	9	96
Totale imprese attive nei comuni dei parchi dell'Emilia Romagna			10.806	12.338	8.843	3.054	8.451	43.492

La popolazione residente nell'area di riferimento è pari all'1% del totale dell'Emilia Romagna. I parchi sono infatti scarsamente abitati, sia perché comprendono territori vergini, di crinale o boschivi, sia perché la montagna e la campagna hanno subito un progressivo processo di spopolamento a favore dei poli urbani di pianura.

**Tabella 7. Popolazione residente al 31/12/2012 nei comuni dei parchi (esclusi Ravenna, Parma, Piacenza e Cervia) confronto con Emilia Romagna e Italia**

	Residenti al 31/12/2011	% su ER	% su Italia
Totale comuni dei parchi	43.492	1%	0,1%
Totale Emilia Romagna	4.341.240	100%	7,3%
Totale Italia	59.394.207		100%

Fonte: nostre elaborazioni su dati ISTAT (dati 2011 post censimento)

Il territorio dei parchi ospita il 10% circa delle imprese attive. Se ne deduce che si tratta di piccole e medie imprese molto polverizzate sul territorio che, già provate dalla crisi degli ultimi anni, hanno bisogno di una rivitalizzazione dell'economia locale.

**Tabella 8. Imprese Attive al 31/12/2012 nei comuni dei parchi (esclusi Ravenna, Parma, Piacenza e Cervia) confronto con Emilia Romagna e Italia**

	N. imprese attive	% su ER	% su Italia
Totale comuni dei parchi	43.492	10%	1%
Totale Emilia Romagna	424.213	100%	8%
Totale Italia	5.239.924		100%

Fonte: nostre elaborazioni su dati Infoimprese

Si tratta in ogni caso di una fetta di popolazione e di imprese a cui vanno date prospettive di sviluppo, tra le quali anche quella di implementare un'offerta turistica tematica che possa essere efficace per recuperare competitività economica.

### 2.3 Consistenza ricettiva e movimentazione turistica dei parchi dell'Emilia Romagna

La capacità ricettiva di un'area è uno dei parametri che esprime la vocazione turistica del territorio.

Per avere questo dato sono stati presi i dati relativi agli esercizi ricettivi alberghieri ed extralberghieri dei comuni dei parchi, con le eccezioni precisate nel precedente paragrafo<sup>8</sup>.

Nei parchi ci sono circa 1.200 esercizi ricettivi per un totale di poco meno di 67.000 posti letto<sup>9</sup>.

Gli alberghi sono il 38% del totale degli esercizi e il 33% dei posti letto. Si tratta quindi prevalentemente di piccole strutture.

Gli esercizi extralberghieri rappresentano il 62% del totale e offrono il 67% dei posti letto. Quest'ultimo dato si giustifica con il fatto che nel Delta del Po emiliano-romagnolo sono localizzati numerosi campeggi ad alta capacità ricettiva che rendono meno rappresentativo il dato totale. Infatti di solito le strutture

<sup>8</sup> Sono stati esclusi i capoluoghi di provincia e Cervia.

<sup>9</sup> A livello nazionale nei comuni considerati dall'Osservatorio Permanente sul Turismo Natura, che include i comuni afferenti a parchi nazionali e regionali al 2010 che risultano ricettivi (1.851) esclusi i capoluoghi di provincia al 2005 sono presenti, al 31/12/2011, 35.324 esercizi ricettivi, per una disponibilità totale di quasi 1,2 milioni di posti letto. Fonte: 10° Rapporto Ecotur sul turismo natura.

extralberghiere come gli agriturismi e i B&B sono molto numerosi ma hanno pochi posti letto. Se si toglie il valore riferito al Parco del Delta l'incidenza dei posti letto dell'extralberghiero scende al 52%.

Analizzando la situazione parco per parco si riscontra che la maggiore dotazione in termini di strutture e anche di posti letto è concentrata nei 2 parchi nazionali e nel Delta del Po.

Il posizionamento ai primi posti del Parco dello Stirone e Piacenziano è dovuto esclusivamente alla presenza tra i comuni considerati di Salsomaggiore Terme, che ha una elevata dotazione alberghiera ma riferita al prodotto termale.

**Tabella 9. Numero di esercizi alberghieri ed extralberghieri al 31/12/2010, in ordine decrescente per i parchi dell'ER**

Parco	Alberghi	Extralberghiero	Totale ricettivo
Stirone e Piacenziano	113	76	189
Delta del Po	47	132	179
Alto Appennino Modenese	77	66	143
Foreste Casentinesi	34	106	140
Appennino Tosco-Emiliano	46	77	123
Vena del Gesso Romagnola	18	71	89
Gessi Bolognesi	17	45	62
Boschi di Carrega/Taro <sup>10</sup>	20	35	55
Sassi Roccamalatina	14	37	51
Monte Sole	11	38	49
Corno alle Scale	29	11	40
Laghi Suviana e Brasimone	18	17	35
Abbazia di Monteveglio	0	14	14
Trebbia	3	11	14
Sasso Simone e Simoncello	2	8	10
Valli del Cedra e del Parma <sup>11</sup>	1	5	6
<b>Totale complessivo</b>	<b>450</b>	<b>749</b>	<b>1.199</b>

Fonte: nostre elaborazioni su dati ISTAT al 31/12/2010

**Tabella 10. Numero di posti letto alberghieri ed extralberghieri al 31/12/2010, in ordine decrescente per i parchi dell'ER**

Parco	Letti albergo	Letti extralberghiero	Totale letti
Delta del Po	3.444	24.945	28.389
Stirone e Piacenziano	5.527	2.490	8.017
Alto Appennino Modenese	2.979	3.997	6.976
Appennino Tosco-Emiliano	1.368	3.872	5.240
Foreste Casentinesi	1.920	3.277	5.197
Vena del Gesso Romagnola	949	2.852	3.801
Gessi Bolognesi	1.615	317	1.932
Monte Sole	425	1.113	1.538
Boschi di Carrega/Taro	1.227	268	1.495
Sassi Roccamalatina	631	491	1.122
Corno alle Scale	970	142	1.112

<sup>10</sup>Per semplificare la lettura dei dati sono stati accorpati i due parchi che hanno alcuni comuni che appartengono ad entrambe.

<sup>11</sup>Per semplificare la lettura, i comuni che appartengono sia al Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano che al Parco Regionale delle Valli del Cedra e del Parma sono stati inseriti nella dotazione del parco nazionale.

## I parchi in Emilia Romagna: una attrattiva turistica in evoluzione

Parco	Letti albergo	Letti extralberghiero	Totale letti
Laghi Suviana e Brasimone	645	210	855
Trebbia	55	323	378
Valli del Cedra e del Parma	15	358	373
Sasso Simone e Simoncello	82	137	219
Abbazia di Monteveglio	-	122	122
<b>Totale complessivo</b>	<b>21.852</b>	<b>44.914</b>	<b>66.766</b>

Fonte: nostre elaborazioni su dati ISTAT al 31/12/2010

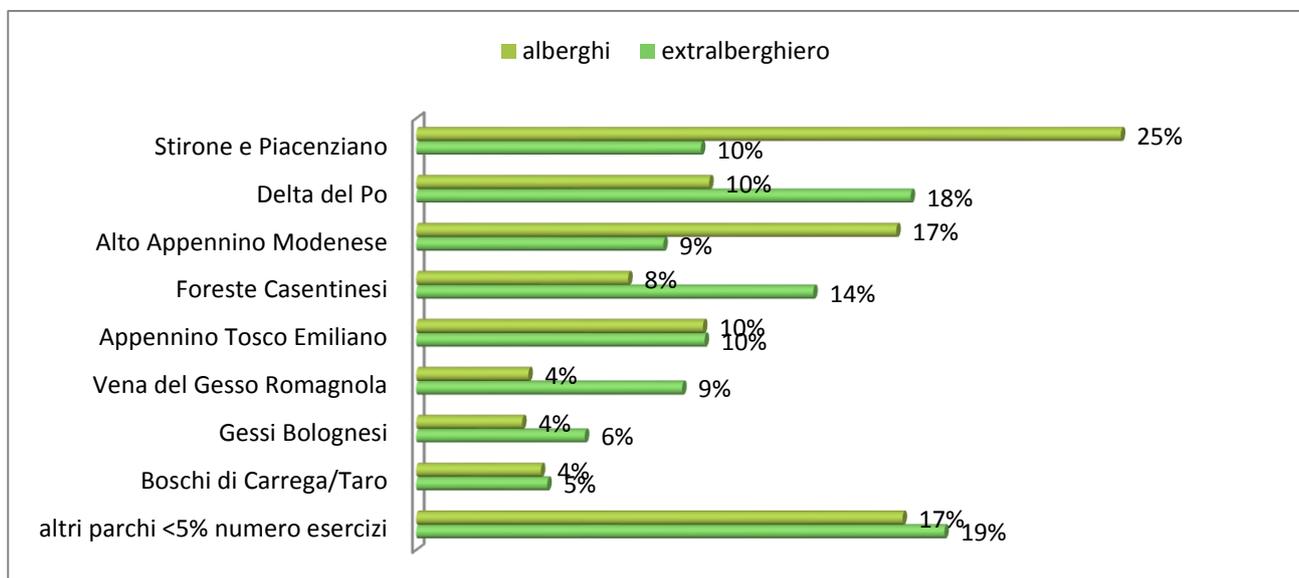
Naturalmente le varie realtà sono disomogenee e questo dato è spiegato dal fatto che alcuni parchi hanno un'offerta turistica consolidata, legata anche ad altri prodotti oltre a quello del turismo naturalistico.

Il Delta del Po ospita il 18% delle strutture extralberghiere e con queste strutture copre il 56% della disponibilità di posti letto non alberghieri di tutti i parchi, oltre ad avere una buona dotazione di hotel. Va però evidenziato che si tratta di una capacità ricettiva che si rivolge prevalentemente al turismo balneare, anche se può svolgere una funzione ibrida tra parco e riviera.

L'Alto Appennino Modenese con le località sciistiche del comprensorio del Cimone ospita il 17% delle strutture alberghiere e il 9% di quelle extralberghiere, con le quali offre il 14% dei posti letto alberghieri e il 9% dell'extralberghiero di tutti i parchi.

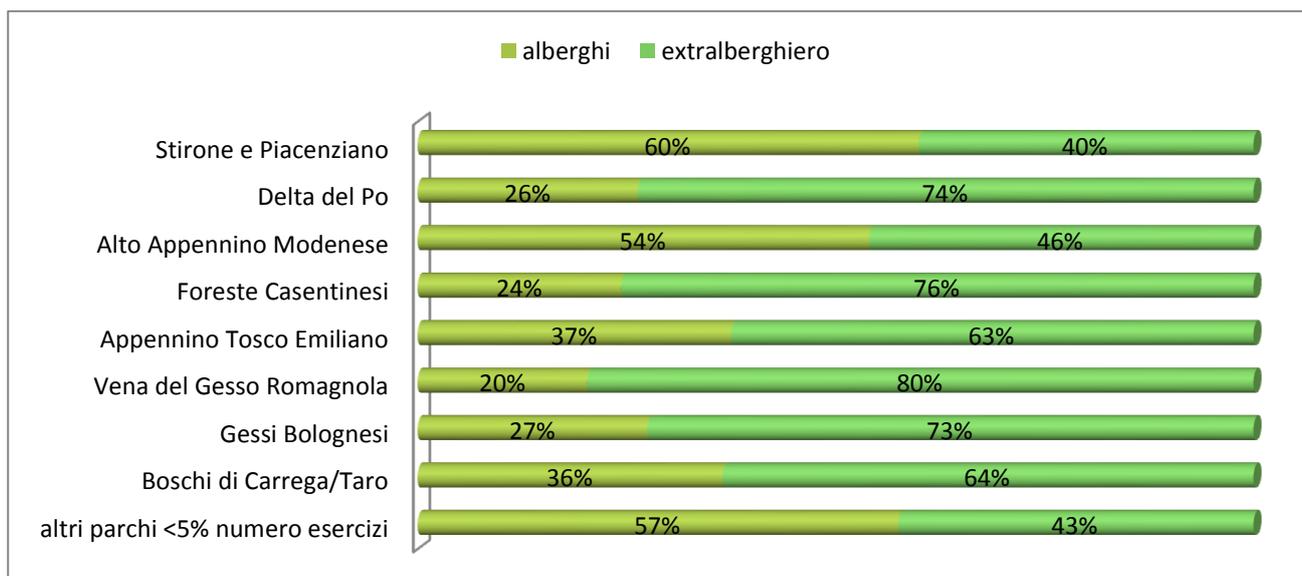
La dotazione dei parchi nazionali risulta caratterizzata soprattutto da un'elevata presenza di strutture extralberghiere con pochi posti letto ciascuna, si tratta infatti prevalentemente di B&B ed agriturismi.

Figura 5. Numero di esercizi alberghieri ed extralberghieri al 31/12/2010 per i parchi dell'ER in percentuale sul totale tipologia



Fonte: nostre elaborazioni su dati ISTAT al 31/12/2010

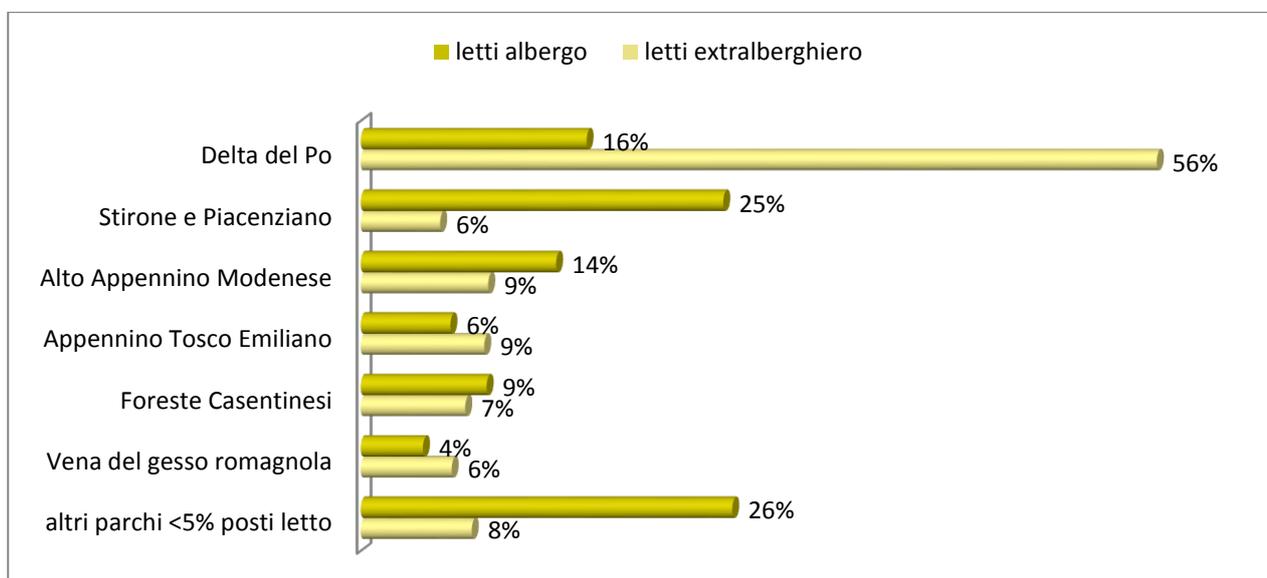
Figura 6. Numero di esercizi alberghieri ed extralberghieri al 31/12/2010 per i parchi dell'ER in percentuale sul totale parco



Fonte: nostre elaborazioni su dati ISTAT al 31/12/2010

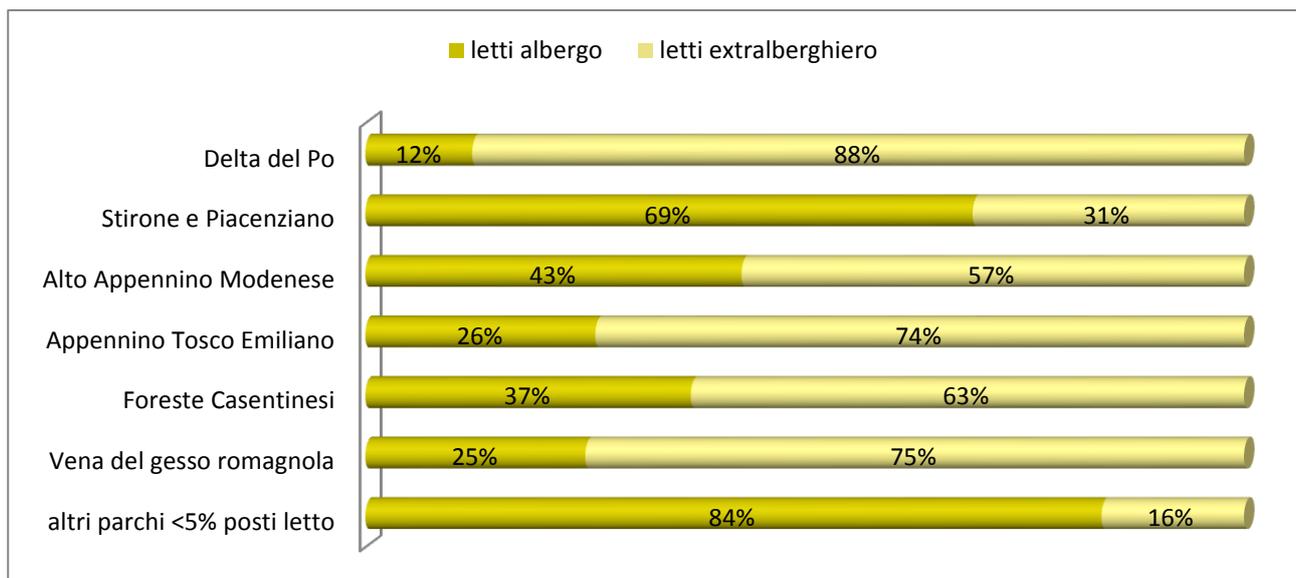
Dall'analisi della distribuzione dei posti letto tra alberghi e strutture extralberghiere si riscontra che nelle aree che hanno già una certa connotazione turistica, si è sviluppata l'offerta extralberghiera, mentre nei parchi minori è prevalente la dotazione alberghiera che svolge una funzione di servizio non solo per il mercato dei turisti leisure, ma viene incontro anche alle esigenze di accoglienza dei centri urbani del territorio.

Figura 7. Numero di posti letto alberghieri ed extralberghieri al 31/12/2010 per i parchi dell'ER in percentuale sul totale tipologia



Fonte: nostre elaborazioni su dati ISTAT al 31/12/2010

Figura 8. Numero di posti letto alberghieri ed extralberghieri al 31/12/2010 per i parchi dell'ER in percentuale sul totale per tipologia

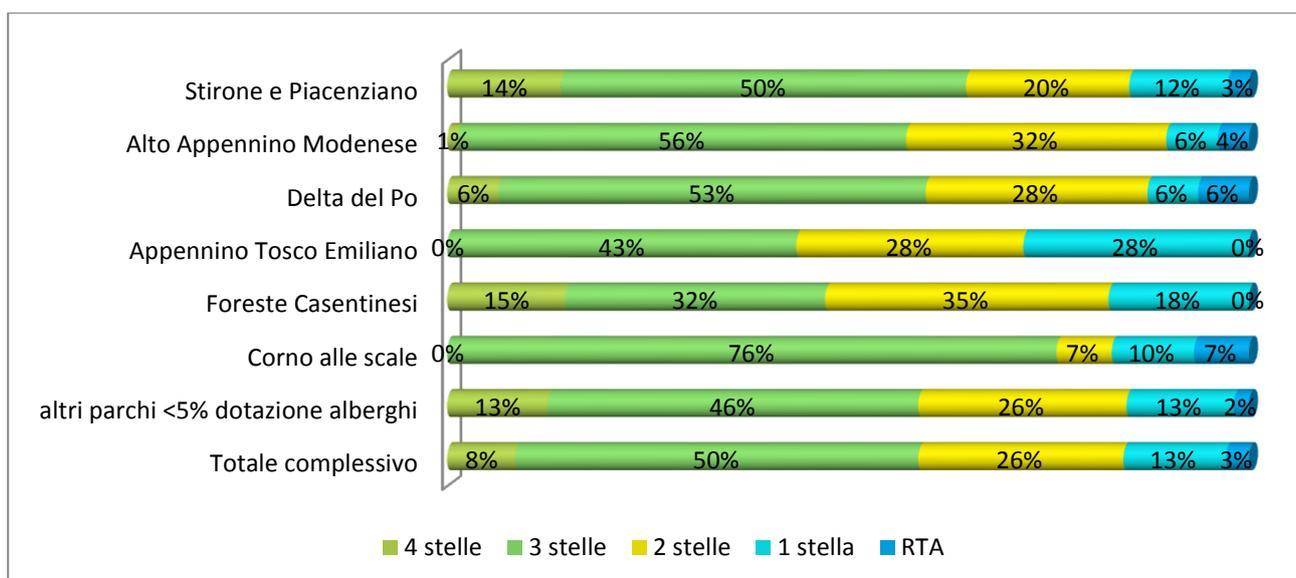


Fonte: nostre elaborazioni su dati ISTAT al 31/12/2010

Gli alberghi dei parchi sono per il 50% dei 3 stelle. Quello che però non è coerente con il profilo alberghiero regionale è la forte componente di hotel da 2 o 1 stella.

Il mercato turistico attuale premia in queste categorie basse solo le strutture che si caratterizzano molto o per il servizio o per il legame con il territorio e la tipicità. Negli altri casi ci si trova di fronte a un'offerta alberghiera marginale e spesso dequalificata.

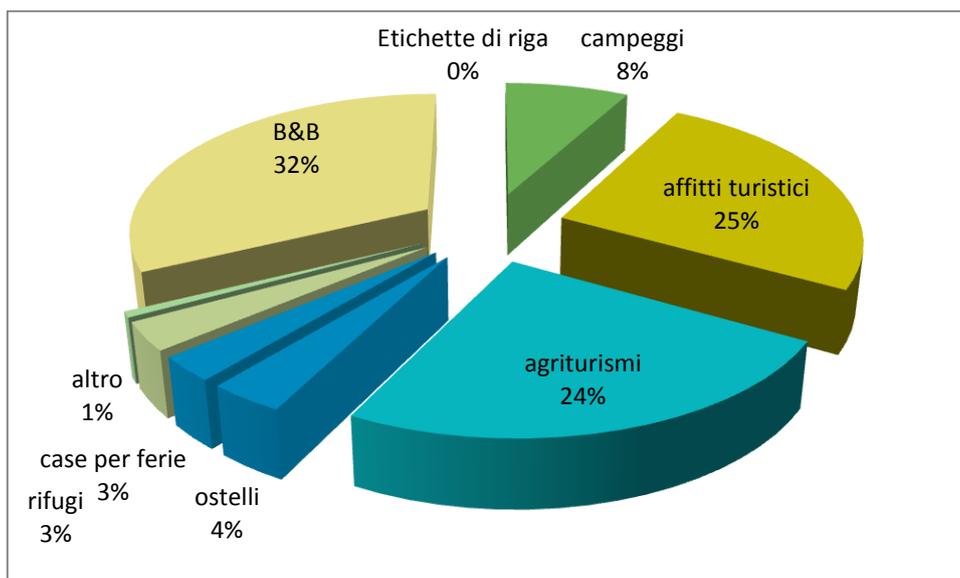
Figura 9. Numero di alberghi al 31/12/2010 per i parchi dell'ER per categoria



Fonte: nostre elaborazioni su dati ISTAT al 31/12/2010

L'offerta extralberghiera è molto articolata. Sinteticamente, quindi senza distinguere parco per parco, il 32% degli esercizi sono B&B, il 25% affitti turistici e il 24% agriturismi.

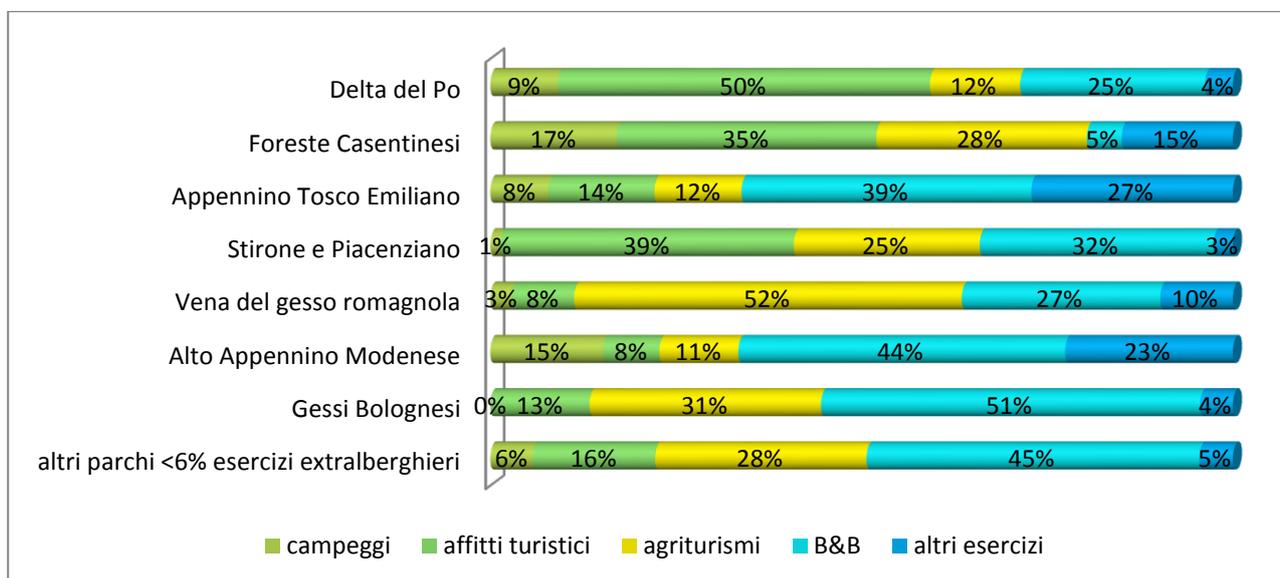
Figura 10. Dotazione di strutture extralberghiere al 31/12/2010 per i parchi dell'ER per tipologia



Fonte: nostre elaborazioni su dati ISTAT al 31/12/2010

La distribuzione degli agriturismi e dei B&B è piuttosto disomogenea tra i vari parchi. Questo dipende dal tipo di economia che caratterizza il territorio e dalle facilitazioni che possono essere state adottate per promuovere lo start up di aziende turistiche.

Figura 11. Dotazione di strutture extralberghiere al 31/12/2010 per i parchi dell'ER per tipologia



Fonte: nostre elaborazioni su dati ISTAT al 31/12/2010

La varietà che caratterizza l'offerta comunque va percepita come un punto di forza, soprattutto rispetto ad alcuni trend che si sono affermati negli ultimi anni sul mercato.

Il turista che sceglie destinazioni diverse dal mare o dalle città, nella maggior parte dei casi organizza da solo il viaggio, ricerca un contatto con il territorio e vuole vivere delle esperienze che diano contenuto alle sue scelte. Alle strutture ricettive richiede una "ospitalità autentica" in cui la soddisfazione si costruisce sia sugli aspetti di qualità della struttura sia sul servizio. I valori ricercati nella fase di scelta dell'alloggio spesso

sono legati proprio alla tipologia della struttura ricettiva e quindi la vasta gamma di opportunità che offrono i territori dei parchi rappresenta una ricchezza.

Naturalmente questo è vero se le strutture ricettive comunque rispondono a un adeguato standard turistico.

Per determinare i flussi turistici dei parchi sono stati raccolti i dati sulla movimentazione nelle strutture ricettive dei comuni che ospitano le aree protette considerate<sup>12</sup>.

I valori elaborati vanno considerati come un indicatore di massima. Infatti la movimentazione nelle aree parchive è un fenomeno per il quale sono disponibili solo dati indiretti prodotti dalle statistiche ufficiali.

Per una corretta lettura dei dati sono quindi opportune alcune precisazioni. Come nel caso dell'analisi della consistenza ricettiva sono stati esclusi dal computo i capoluoghi di provincia e Cervia. La presenza del comune di Comacchio, che include i lidi, soprattutto per quanto riguarda le presenze influisce significativamente sui dati del Parco del Delta del Po, che risulta pertanto sovrastimato. La stessa precisazione va fatta anche sul parco dello Stirone e Piacenziano, rispetto a Salsomaggiore. Comunque nella lettura dei dati si terrà conto di questo fenomeno.

Gli arrivi totali nei comuni dei parchi sono 757.602, e le presenze 3.699.687. La permanenza media (P.M.) è di circa 5 giorni.

**Tabella 11. Movimentazione turistica nei parchi dell'ER**

	Arrivi	Presenze	P.M.
Italiani	561.543	2.584.594	4,6
Stranieri	196.059	1.115.093	5,7
<b>Totale</b>	<b>757.602</b>	<b>3.699.687</b>	<b>4,9</b>

Fonte: nostre elaborazioni su dati forniti dagli uffici statistici delle province dell'ER al 31/12/2011

Questi flussi rappresentano l'8% degli arrivi regionali e il 10% delle presenze.

**Tabella 12. Movimentazione turistica nei parchi dell'ER, confronto con i dati regionali**

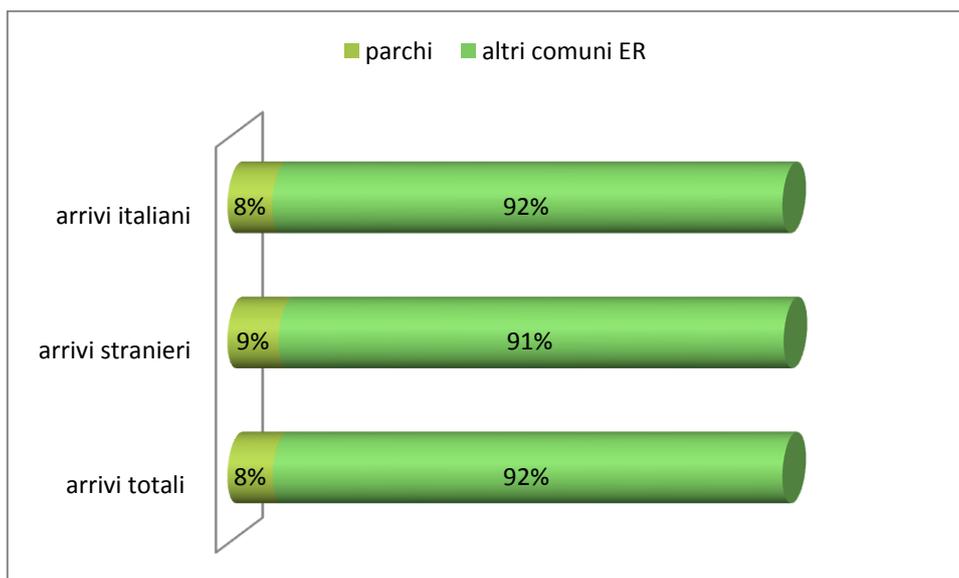
	Parchi	Altri comuni ER	Totale Emilia Romagna
Arrivi italiani	561.543	6.374.483	6.936.026
Arrivi stranieri	196.059	2.124.243	2.320.302
<b>Arrivi totali</b>	<b>757.602</b>	<b>8.498.726</b>	<b>9.256.328</b>

	Parchi	Altri comuni ER	Totale Emilia Romagna
Presenze italiani	2.584.594	26.447.515	29.032.109
Presenze stranieri	1.115.093	8.466.833	9.581.926
<b>Presenze totali</b>	<b>3.699.687</b>	<b>34.914.348</b>	<b>38.614.035</b>

Fonte: nostre elaborazioni su dati forniti dagli uffici statistici delle province dell'ER al 31/12/2011

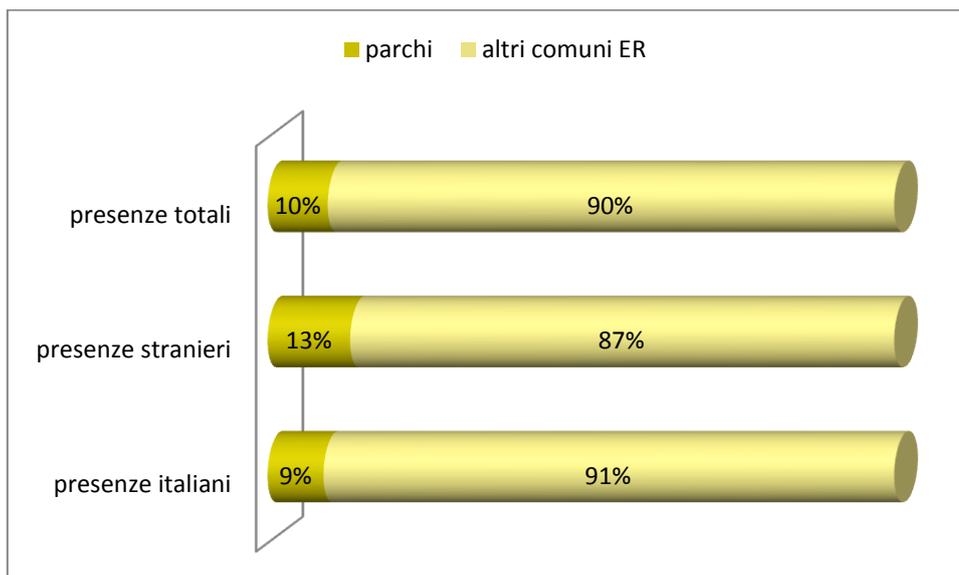
<sup>12</sup> Fonti: uffici statistici delle province dell'Emilia Romagna, Regione Emilia Romagna dati al 31/12/2011

Figura 11. Arrivi nei parchi dell'ER per provenienza, confronto con i dati regionali



Fonte: nostre elaborazioni su dati forniti dagli uffici statistici delle province dell'ER al 31/12/2011

Figura 12. Presenze nei parchi dell'ER per provenienza, confronto con i dati regionali



Fonte: nostre elaborazioni su dati forniti dagli uffici statistici delle province dell'ER al 31/12/2011

L'attrattività turistica dei parchi è diversa da zona a zona.

Nel dettaglio il Delta del Po è l'area che fa registrare una quota rilevante sia degli arrivi (34% del totale dei parchi) che delle presenze (55%). L'altra area importante come movimentazione turistica è il parco dello Stirone e Piacenziano, che ha un 20% del totale degli arrivi, e il 14% delle presenze.

Le Foreste Casentinesi, il cui territorio non ospita centri dedicati ad altri turismi, come nel caso di Comacchio e Salsomaggiore, rappresenta il 12% degli arrivi, e il 9% delle presenze. La permanenza media, è sui 3 giorni, ed è più in linea con la modalità di turismo che caratterizza i parchi: weekend, anche lunghi e ponti.

Anche i Gessi Bolognesi e i parchi dei Boschi di Carrega e del Taro hanno una certa attrattività, pur se la permanenza media è solo di 2 notti.

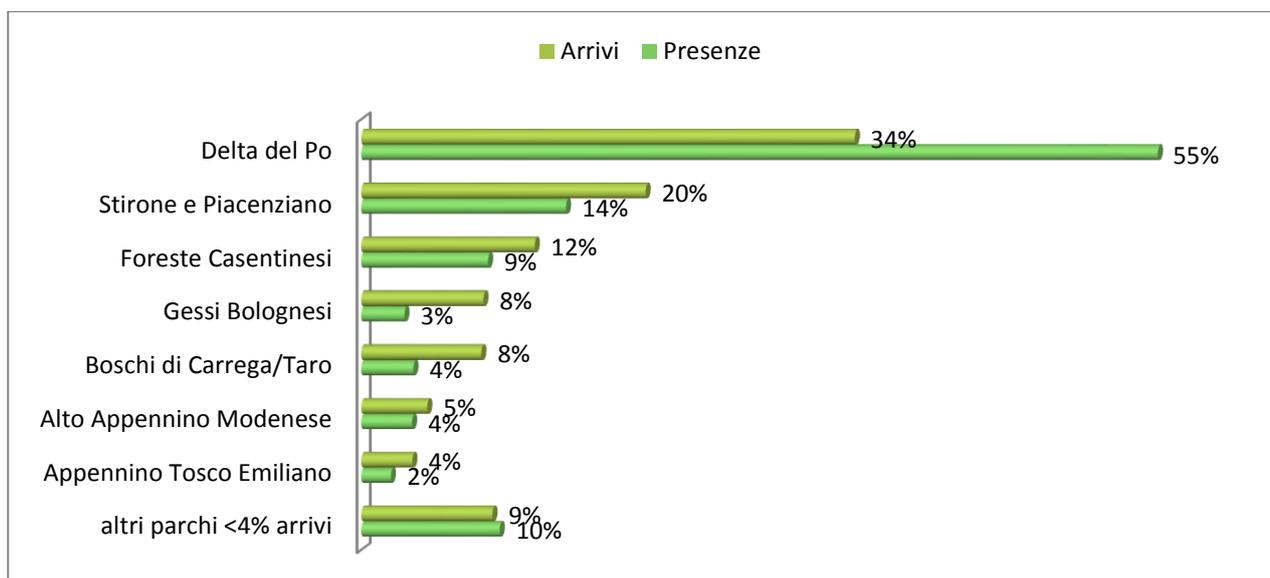
L'Alto Appennino Modenese e il Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano nel versante regionale, nonostante la loro dotazione ricettiva sia più ampia rispetto agli altri parchi minori, raccolgono ciascuno solo il 5% e il 4%. In questi due territori però la permanenza media raggiunge i 3-4 giorni, infatti nell'alta stagione della montagna bianca e di quella estiva evidentemente c'è una quota di mercato che sceglie l'Appennino per le vacanze lunghe.

**Tabella 13. Movimentazione turistica nei parchi dell'ER al 31/12/2011**

Parchi	Arrivi	Presenze	P.M.
Delta del Po	259.318	2.043.147	7,9
Stirone e Piacenziano	149.389	525.251	3,5
Foreste Casentinesi	91.167	325.421	3,6
Gessi Bolognesi	64.192	110.645	1,7
Boschi di Carrega/Taro	63.096	133.828	2,1
Alto Appennino Modenese	34.671	130.243	3,8
Appennino Tosco-Emiliano	26.838	75.895	2,8
altri parchi <4% arrivi	68.931	355.257	5,2
<b>Totale complessivo</b>	<b>757.602</b>	<b>3.699.687</b>	<b>4,9</b>

Fonte: nostre elaborazioni su dati forniti dagli uffici statistici delle province dell'ER al 31/12/2011

**Figura 13. Movimentazione turistica nei parchi dell'ER al 31/12/2011, percentuale sul totale dei parchi**



Fonte: nostre elaborazioni su dati forniti dagli uffici statistici delle province dell'ER al 31/12/2011

Il livello di internazionalizzazione del prodotto parchi emiliano romagnoli non è elevato.

Gli arrivi stranieri sono il 26% del totale dei parchi. A livello regionale l'andamento è simile: 25% del totale.

La maggiore capacità attrattiva verso i mercati stranieri la esprime il Parco del Delta del Po, che ha una certa notorietà come zona umida protetta anche a livello europeo.

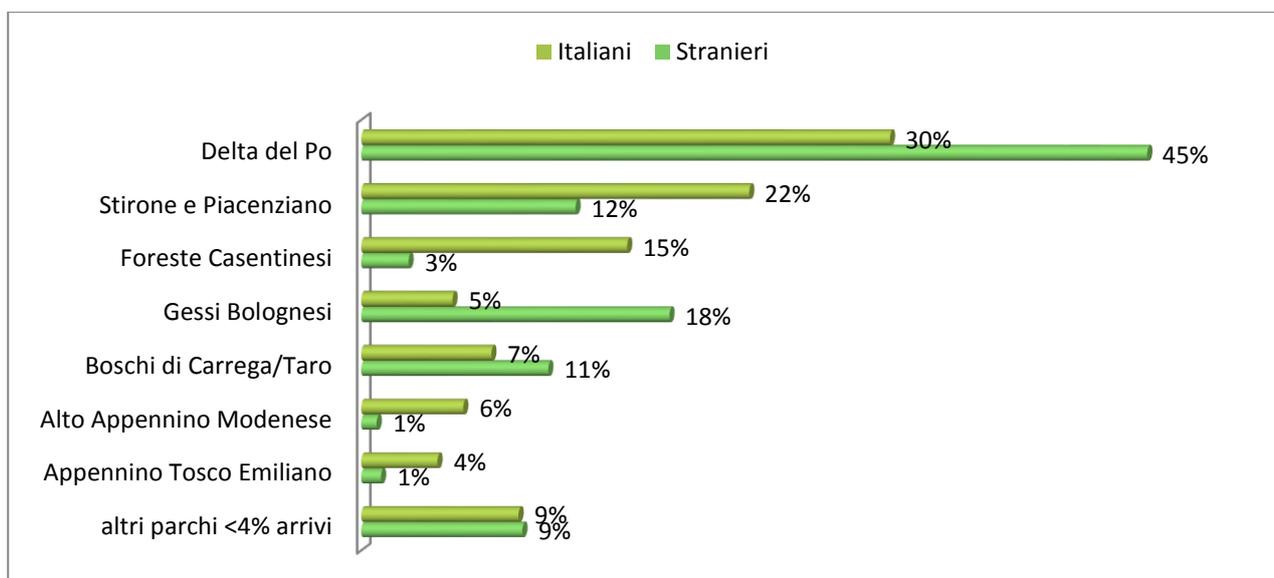
Il Parco dei Gessi Bolognesi e i parchi dei Boschi di Carrega e del Taro in provincia di Parma hanno una quota importante del mercato straniero (29% del totale). I parchi dell'Appennino emiliano invece hanno un mercato prevalentemente italiano.

**Tabella 14. Movimentazione turistica nei parchi dell'ER al 31/12/2011 per provenienza**

	Parchi		Regione Emilia Romagna	
	n.	%	n.	%
Arrivi italiani	561.543	74%	6.936.026	75%
Arrivi stranieri	196.059	26%	2.320.302	25%
Totale arrivi	757.602	100%	9.256.328	100%
	n.	%	n.	%
Presenze italiani	2.584.594	70%	29.032.109	75%
Presenze stranieri	1.115.093	30%	9.581.926	25%
Totale presenze	3.699.687	100%	38.614.035	100%

Fonte: nostre elaborazioni su dati forniti dagli uffici statistici delle province dell'ER al 31/12/2011

**Figura 14. Movimentazione turistica nei parchi dell'ER al 31/12/2011 per provenienza**

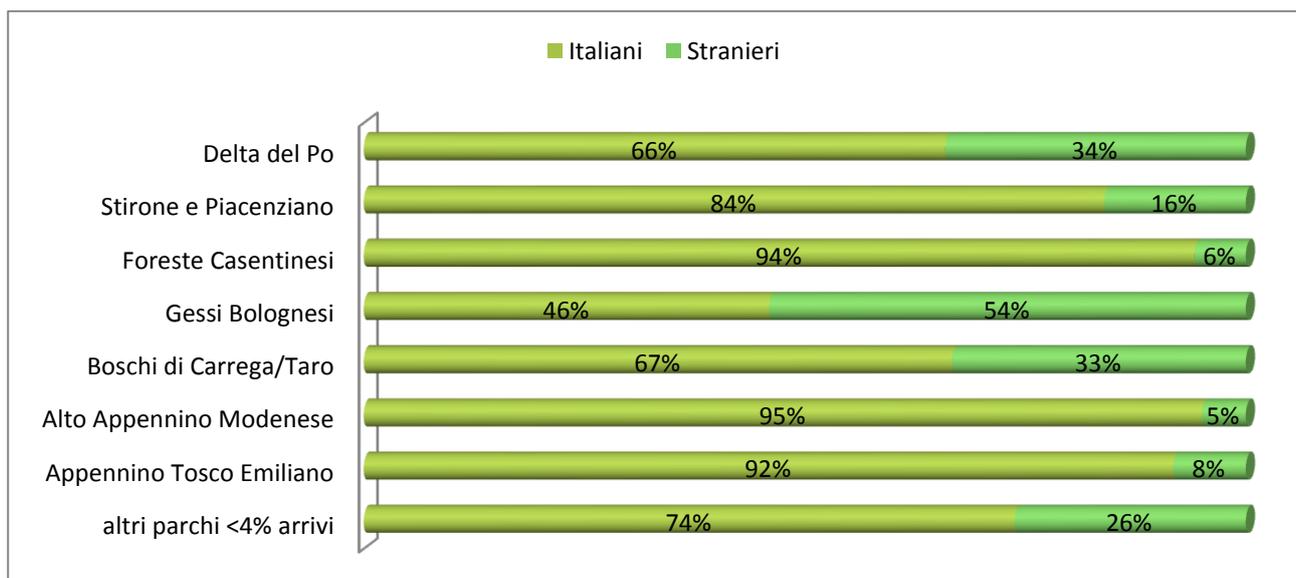


Fonte: nostre elaborazioni su dati forniti dagli uffici statistici delle province dell'ER al 31/12/2011

Oltre a quanto già detto sui parchi con una maggiore movimentazione, si può precisare che tra i parchi minori (voce "altri parchi" <4% degli arrivi) il Parco di Monte Sole, con il 49% di arrivi stranieri e i due parchi della provincia di Parma, con una quota superiore al 35% dimostrano di avere una specifica capacità attrattiva verso gli stranieri.

Questo punto di forza va considerato anche se l'entità dei flussi generati è piuttosto bassa (tutti e 3 insieme attraggono meno del 3% del totale degli arrivi).

Figura 15. Movimentazione turistica nei parchi dell'ER al 31/12/2011 per provenienza



Fonte: nostre elaborazioni su dati forniti dagli uffici statistici delle province dell'ER al 31/12/2011

### 2.4 Modelli di sviluppo turistico

Nel 2011 il 3,3% degli italiani e il 3,8% degli stranieri presenti in Italia hanno scelto destinazioni di turismo naturalistico. Per individuare questo tematismo, vengono considerate le aree incluse in aree protette. Le motivazioni sono strettamente legate al “vivere a contatto con la natura”, che si associa però all’enogastronomia e altri aspetti del “buon vivere”, quali il relax, la pratica sportiva in natura, la scoperta slow del territorio, la ricerca di un’Italia minore fatta di borghi, piccoli musei, ecc.<sup>13</sup>

Secondo un’altra fonte, che si basa su un’indagine fatta ai tour operator specializzati, tra coloro che acquistano prodotti di turismo natura, quelli che richiedono esplicitamente un soggiorno all’interno dei parchi naturali rappresenta solo il 38%.<sup>14</sup>

Anche se il mercato del turismo “parchi” è una nicchia, si riscontra in generale un crescente interesse per le aree naturali come destinazione turistica.

Lo stesso Piano Strategico per lo Sviluppo del Turismo in Italia, che definisce le linee di orientamento del settore nel breve e medio periodo, cita tra i trend globali, da intendersi come “megatrend” socio-economici globali che influenzano e continueranno a influenzare la domanda turistica su scala mondiale, “l’attenzione alla tutela ambientale e al decoro dei siti di interesse culturale”.<sup>15</sup>

L’offerta di turismo naturalistico può evolversi solo a determinate condizioni. La scelta deve cadere su un modello di sviluppo sostenibile, l’unico applicabile alle aree con patrimonio naturalistico.

Questo implica che vadano coniugati vari obiettivi che a volte tra loro sono in antitesi:

<sup>13</sup>Fonte Impresa Turismo Isnart 2012

<sup>14</sup>Fonte 10° Rapporto Ecotur sul turismo Natura

<sup>15</sup> Fonte: Turismo Italia 2020 - Presidenza del consiglio dei ministri, Ministero per gli affari regionali, il turismo e lo sport, gennaio 2013

- conservare il patrimonio naturalistico soprattutto nelle aree più a rischio
- rendere fruibile il patrimonio naturalistico promuovendo un modello di consumo consapevole
- assicurare un adeguato sviluppo economico del territorio
- assicurare un certo livello occupazionale del settore per frenare anche migrazioni verso i centri urbani.

La realizzazione di questi obiettivi è possibile ed esistono sistemi così organizzati che presentano risultati positivi. La logica di sviluppo in particolare non deve essere solo legata alla eco-sostenibilità, ma deve tenere in considerazione anche le esigenze degli operatori economici e dei residenti. Gli interessi di conservazione non possono coincidere con l'abbandono. Il presidio umano se impostato in maniera consapevole e sostenibile può contribuire a mantenere il patrimonio.

Questo si applica al turismo naturalistico, ma anche a quello storico, culturale, ecc.

### 3 I servizi turistici offerti nei parchi e il mercato di riferimento

Per comprendere il fenomeno turistico a livello regionale è stata realizzata un'indagine specifica di tipo quantitativo con l'obiettivo di raccogliere dagli operatori che lavorano dentro i parchi naturali, indicazioni sull'offerta di servizi e indirettamente sulla domanda turistica che ne fruisce.

Sono state effettuate circa 130 interviste telefoniche<sup>16</sup> a operatori che erogano servizi ricettivi e/o ristorativi fruibili dal pubblico sui seguenti temi:

- tipologia di clientela prevalente
- tendenze emerse nei comportamenti di fruizione
- azioni di promo - commercializzazione
- criticità da presidiare e azioni di miglioramento

I dati raccolti sono stati elaborati utilizzando software statistici.

I risultati dell'indagine quantitativa agli operatori turistici sono stati integrati con interviste di profondità rivolte alle direzioni dei parchi e ad alcuni soggetti che partecipano alla pianificazione e alla attuazione delle politiche inerenti i parchi e le aree protette.

Le interviste hanno riguardato:

- le politiche di sviluppo turistico dell'offerta dei parchi
- il nuovo assetto dato alle aree protette regionali
- gli aspetti dell'offerta turistica da presidiare per un miglioramento competitivo

#### 3.1 *Intervista agli operatori ricettivi e ristorativi che operano nei parchi*

Di seguito vengono presentati i risultati dell'indagine quantitativa rivolta agli operatori ricettivi e ristorativi che operano nei parchi.

##### 3.1.1 **Gli operatori e i parchi - il campione**

Nell'indagine sono risultate valide 131 interviste.

Sono stati intervistati operatori ricettivi e ristorativi con sede all'interno dei 2 parchi nazionali, dell'unico parco interregionale e della maggior parte dei parchi regionali.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup>Nota metodologica

Le interviste sono state somministrate telefonicamente a un campione di imprese ricettive e ristorative e registrate direttamente on line, con un software specifico, che consente controlli efficaci in itinere.

Il piano di campionamento è stato calcolato partendo dai nominativi presenti sul sito [www.parks.it](http://www.parks.it). Questa scelta che non copre necessariamente tutte le imprese turistiche presenti sul territorio nasce dalla valutazione che chi ha scelto di essere visibile su un sito rivolto ai fruitori finali con una funzione informativa su alloggio e offerta enogastronomica mostra una certa "vocazione turistica".

Successivamente il database è stato integrato con altri nominativi presenti su nostre banche dati e su elenchi pubblici on line.

Tabella 15. Piano di campionamento

	N	%
Parco Regionale Delta del Po Emiliano-Romagnolo	39	29,8%
Parco Nazionale Foreste Casentinesi Monte Falterona e Campigna	28	21,4%
Parco Nazionale Tosco-Emiliano	21	16,0%
Parco Regionale Alto Appennino Modenese (Frignano)	12	9,2%
Parco Interregionale del Sasso Simone e Simoncello	4	3,1%
Parco Regionale Fluviale Taro	4	3,1%
Parco Regionale Corno alle Scale	4	3,1%
Parco Regionale dei Gessi Bolognesi e Calanchi dell'Abadessa	4	3,1%
Parco Regionale Laghi di Suviana e Brasimone	4	3,1%
Parco Storico Regionale Monte Sole	4	3,1%
Parco Regionale dei Sassi di Roccamalatina	2	1,5%
Parco Regionale Vena del Gesso Romagnola	2	1,5%
Parco Regionale Boschi di Carrega	1	0,8%
Parco Regionale Stirone e Piacenziano	1	0,8%
Parco Regionale Valli del Cedra e del Parma (100 laghi)	1	0,8%
<b>Totale</b>	<b>131</b>	<b>100,0%</b>

Secondo il nuovo assetto che prevede l'aggregazione dei parchi regionali in 5 macroaree si rileva che nei due parchi regionali sono state realizzate il 37% delle interviste e nel Parco regionale del Delta del Po emiliano romagnolo che è l'unico parco presente nella macroarea 4 ne sono state realizzate un altro 30%.

Le altre macroaree in base al numero di parchi regionali che aggregano hanno una diversa rappresentatività nel campione. Infatti si tratta di un insieme variegato e disomogeneo sia per localizzazione, per vocazione turistica che per territorio: vi sono parchi di crinale, ma anche periurbani, grandi o piccoli come dimensioni, con servizi turistici e non.

<sup>17</sup>Nel campione non ci sono operatori con sede nel Parco Regionale Fluviale Trebbia e nel Parco Regionale dell'Abbazia di Montevoglio, entrambe con una superficie inferiore ai 1000 ha.

Figura 16. Interviste realizzate nei parchi riaggregate secondo l'assetto in macroaree<sup>18</sup>

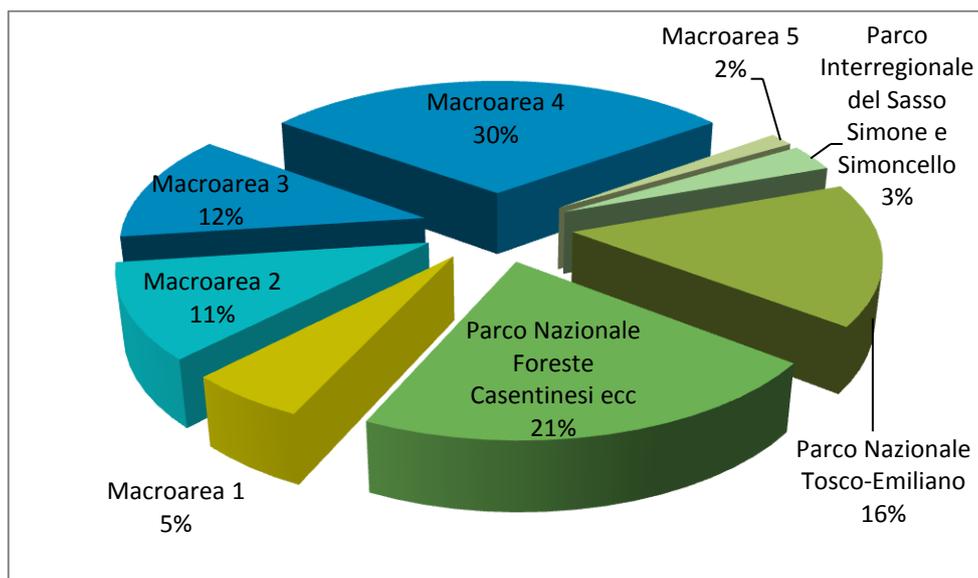
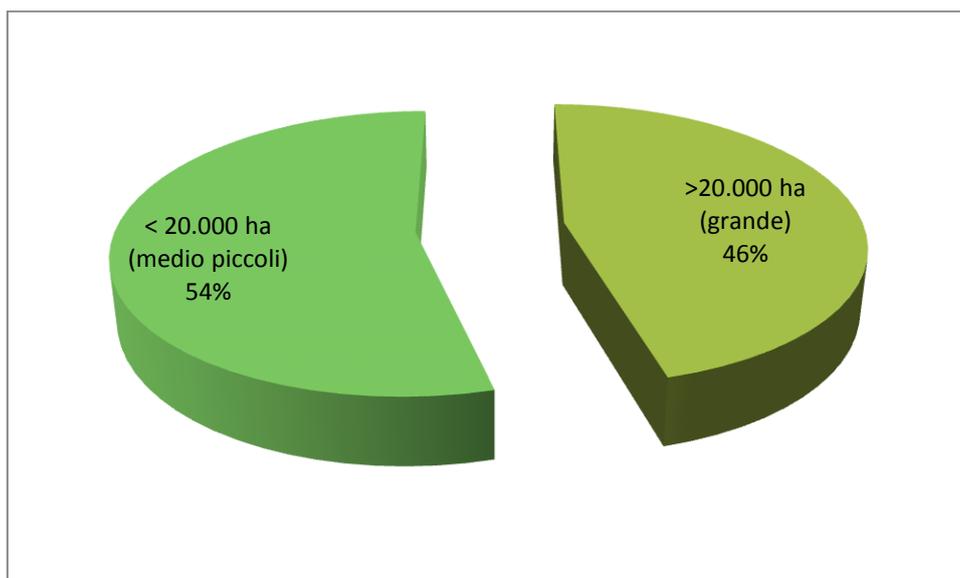


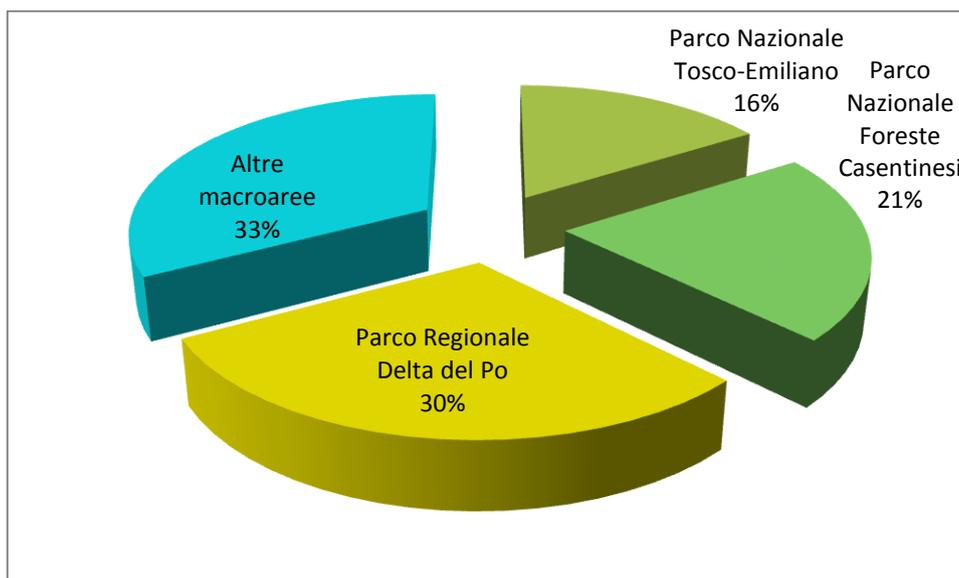
Figura 17. Interviste realizzate nei parchi organizzati per dimensione



Quando è risultato necessario analizzare i dati con dettaglio rispetto alla tipologia di parco si è creata una variabile attiva, calcolata combinando l'aggregazione in macroaree e la dimensione, che tiene distinti i parchi nazionali e il Delta del Po ma lega in un'unica voce "altre macroaree" le restanti aree protette considerate nel campione.

<sup>18</sup> Legge Regionale n. 24 del 23/12/2011 su "Riorganizzazione del sistema regionale delle aree protette e dei Siti della Rete Natura 2000 e istituzione del Parco Regionale dello Stirone e del Piacenziano".

Figura 18. Interviste realizzate nei parchi



Il campione di operatori risulta qualificato perché sono stati intervistati referenti con una conoscenza approfondita della gestione e dell'organizzazione delle imprese. Infatti nell'84% dei casi sono stati contattati i titolari, nel 7% gestori o manager e solo nel 9% dei casi personale operativo che comunque si è dichiarato a conoscenza dell'organizzazione aziendale.

Tabella 16. Ruolo in azienda dell'intervistato

	Frequenza	%
Titolare/socio/collaboratore familiare a conoscenza della gestione	110	84,0%
Gestore/responsabile della gestione	4	3,1%
Direttore/legale rappresentate/presidente	5	3,8%
Impiegato/receptionist	12	9,2%
Totale	131	100,0%

Considerando solo i titolari, i gestori e i direttori, emerge che la gestione delle attività turistiche oggetto di rilevazione fa capo a imprenditori abbastanza giovani: il 32% ha meno di 44 anni e un altro 36% non supera i 54 anni.

Il ricambio generazionale coinvolge circa un terzo delle imprese del campione.

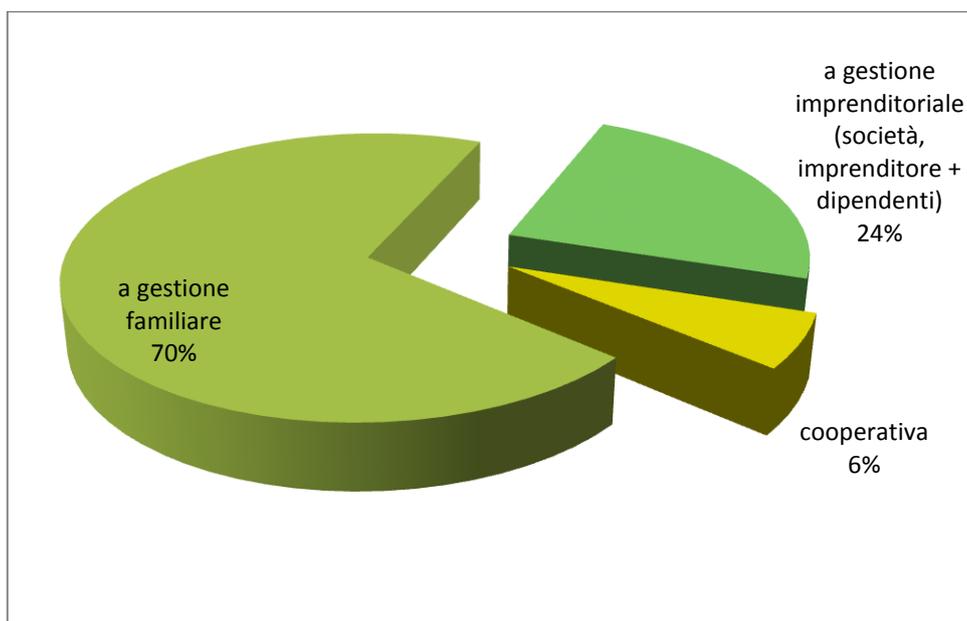
Tabella 17. Classi di età a cui appartengono i titolari e i gestori intervistati

	Frequenza	%
Da 25 a 34 anni	11	9%
Da 35 a 44 anni	27	23%
Da 45 a 54 anni	43	36%
Da 55 a 64 anni	33	28%
Over 65	5	4%
Totale	119	100%

Le imprese considerate sono per lo più a gestione familiare, in varie forme giuridiche.

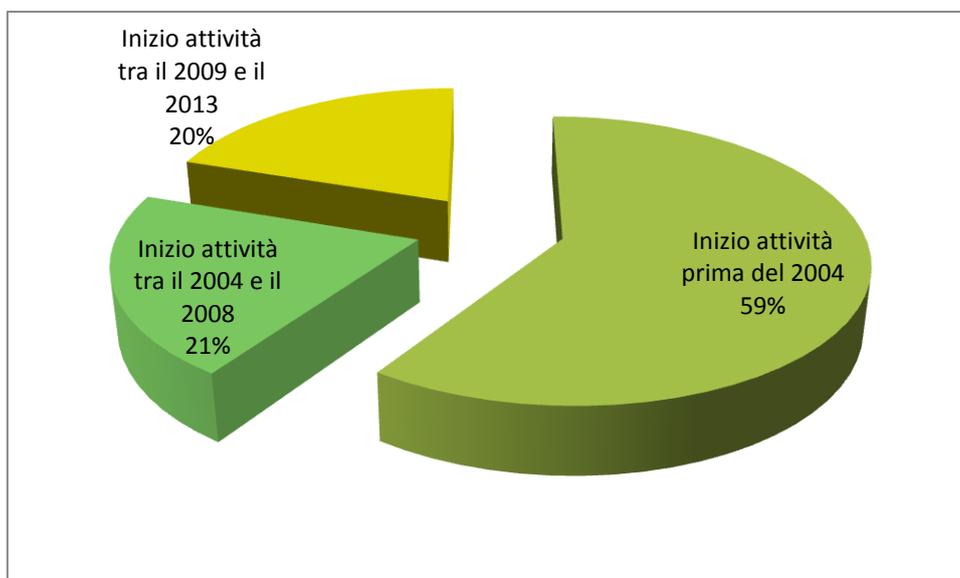
Quelle in cui la famiglia non è il fulcro dell'organizzazione sono per il 24% società o ditte individuali e per il 6% cooperative.

Figura 19. Tipologia di impresa



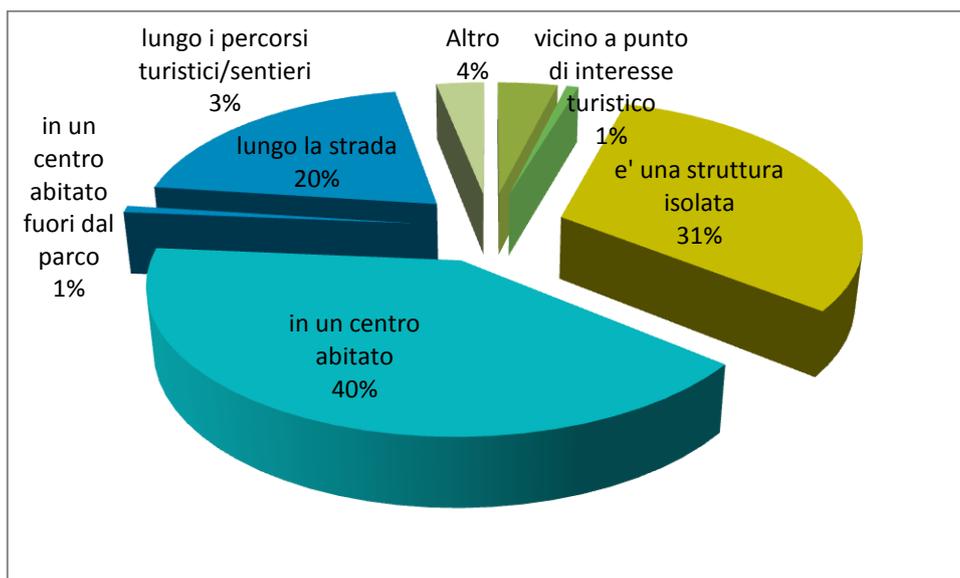
Le imprese invece non sono giovani, infatti, circa il 60% ha iniziato l'attività da più di 10 anni. Questo è giustificato dal fatto che si tratta prevalentemente di attività a gestione familiare e quindi probabilmente gestite negli anni addietro dai genitori.

Figura 20. Anno di inizio attività per classi



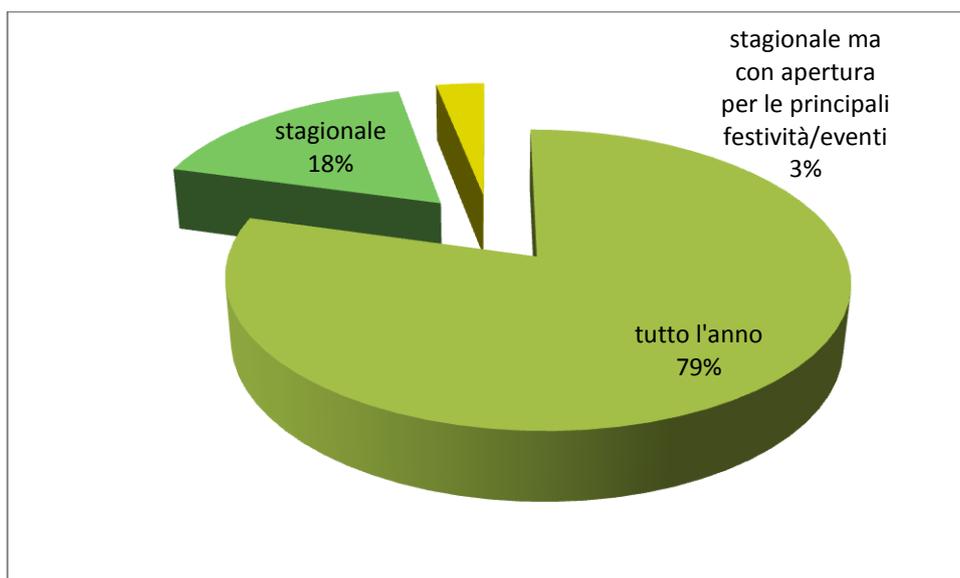
Nel 40% dei casi le strutture sono localizzate nei centri abitati situati nei parchi, un altro 20% ha una visibilità perché si trova lungo gli assi stradali di collegamento. Il restante 50% invece consiste in strutture isolate o comunque lontane dai punti di interesse turistico.

Figura 21. Localizzazione delle strutture del campione rispetto all'interno dei parchi



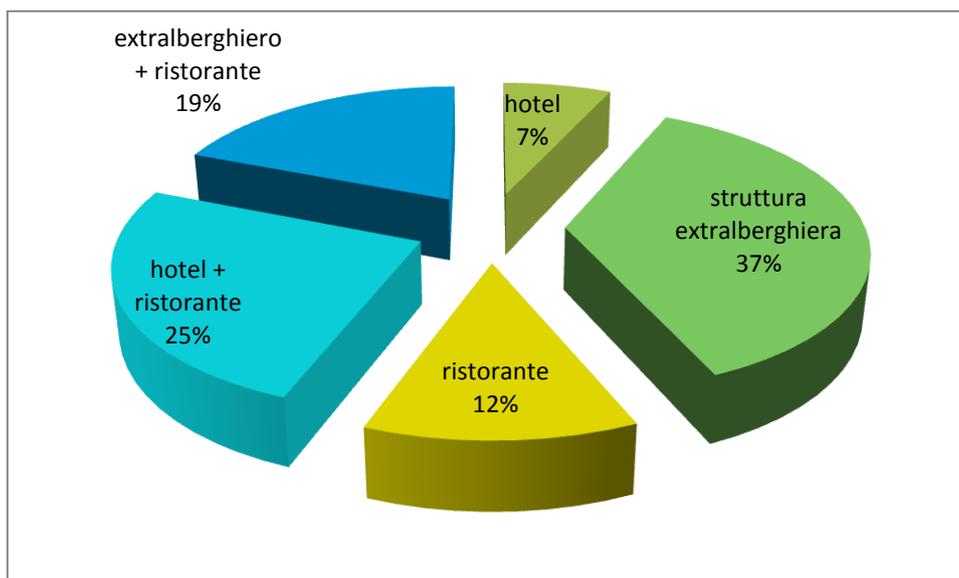
Si tratta di strutture ad apertura annuale (79%). La stagionalità che caratterizza il restante 21% concentra le aperture nel periodo da marzo a novembre.

Figura 22. Periodo di apertura delle strutture del campione



Le strutture solo ricettive rappresentano il 44% del campione: 7% hotel e 37% extralberghiero in forma imprenditoriale. I ristoranti sono il 12%. Infine il 45% è costituito da strutture ricettive dotate anche di servizio ristorativo aperto non solo ai clienti, ma anche al pubblico.

Figura 23. Tipologia del servizio offerto dalle strutture del campione



Se si considerano i contatti per tipologia i casi validi risultano 189 con un peso della ristorazione e del ricettivo extralberghiero pari al 39%.

Tabella 18. Tipologia di servizio delle strutture del campione – casi validi

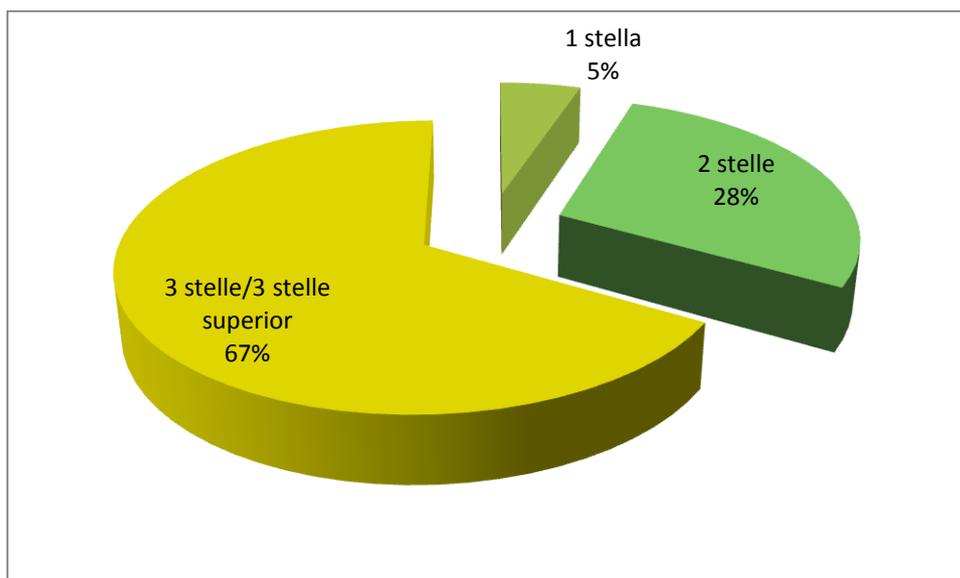
	N. contatti	%
Hotel	42	22%
Extralberghiero	73	39%
Ristorante	74	39%
Totale contatti	189	100%

Per l'analisi delle strutture saranno considerati i contatti.

Gli hotel del campione rilevato sono per il 67% della categoria 3 stelle e non sono presenti 4 o 5 stelle. In media hanno 40 posti letto e si caratterizzano per avere piccole dimensioni, secondo la classificazione adottata da ISTAT per gli hotel. Per quanto riguarda le RTA, l'86% delle strutture contattate ha meno di 25 camere, il restante 14% ne ha comunque meno di 100 e non sono presenti alberghi con più di 100 camere.

Questo scenario è coerente con le caratteristiche della capacità alberghiera delle province interessate dallo studio.

Figura 24. Hotel del campione per categoria (stellaggio)

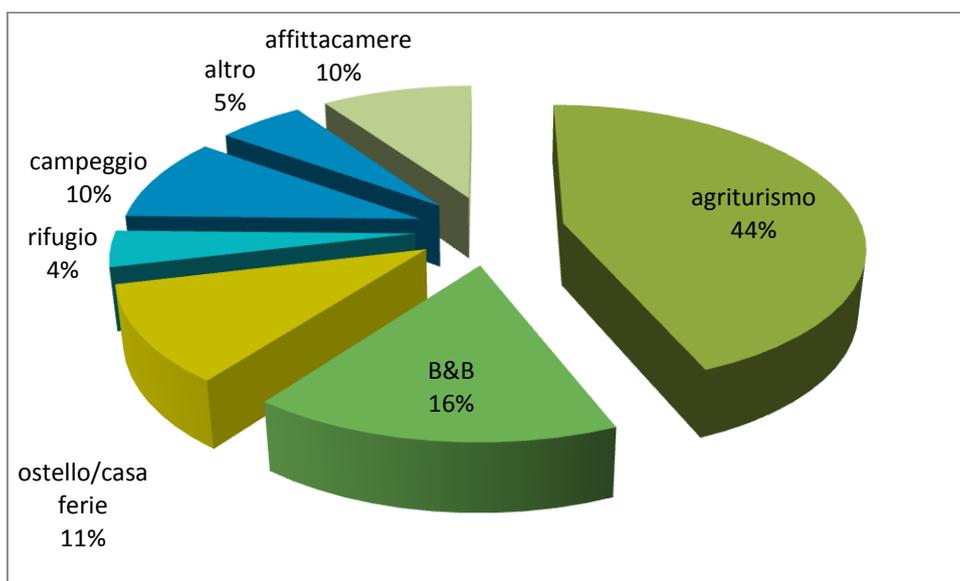


Per quanto riguarda invece le strutture extralberghiere in forma imprenditoriale presenti nel campione, il 44% è costituito da agriturismi, tipologia che ha affinità dirette con il turismo naturalistico.

I B&B rappresentano il 16% e a questi si può associare il 10% di affittacamere.

Quattro dei campeggi presenti nel campione sono localizzati tutti all'interno del Parco del Delta del Po, gli altri invece sono nell'Appennino, così come i rifugi. Gli ostelli rappresentano l'11% del campione.

Figura 25. Strutture extralberghiere del campione per tipologia



La capacità ricettiva delle strutture extralberghiere in termini di posti letto varia molto da tipologia a tipologia. I campeggi hanno una ricettività in media di 1.500 posti, ma c'è molta differenza tra le strutture sulla costa con un massimo di 5.000 posti nell'area Delta del Po, e un minimo di 50 posti nel Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi.

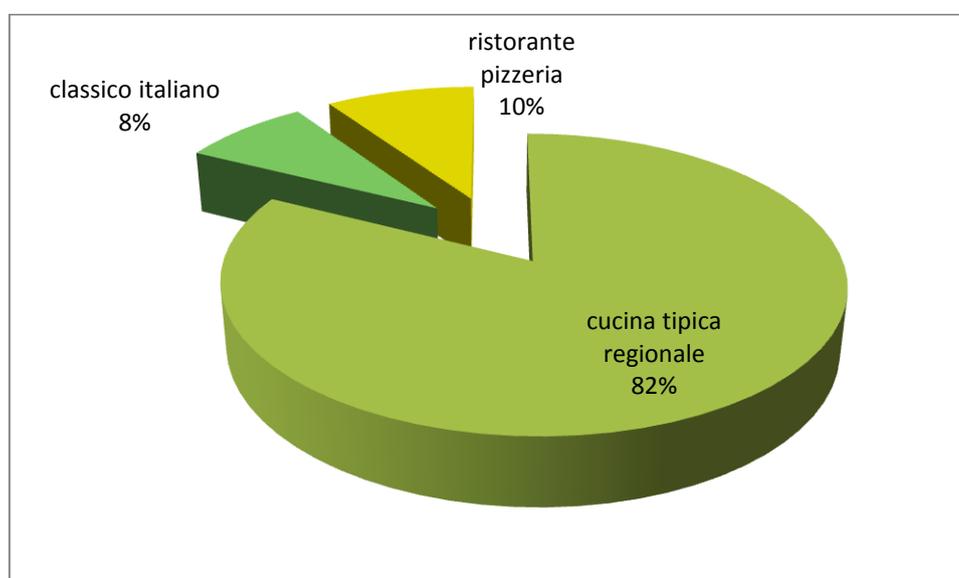
Gli ostelli e i rifugi hanno una capacità media di circa 100 posti, gli agriturismi di 15 (tra appartamenti e camere) e, infine, le altre tipologie di strutture hanno una capacità media di 10 posti letto.

**Tabella 19. Numero medio di posti letto per tipologia delle strutture extralberghiere del campione**

	Campeggi	Ostelli e rifugi	Agriturismo	Altre tipologie extralb.
media posti letto in struttura	1569	102	15	10

Per quanto riguarda i ristoranti, oltre l'80% è caratterizzato da un'attenzione per la cucina tipica regionale. Il 10% ha un ristorante pizzeria, il restante 8% è costituito da ristoranti che non hanno una caratterizzazione legata al territorio, anche se è prevedibile che ci sia comunque in menù un'offerta di piatti tipici, e si tratta di ristoranti con una proposta gastronomica alternativa (ad esempio ristorante di pesce in montagna), o più semplicemente di esercizi poco differenziati.

**Figura 26. Ristoranti del campione per tipologia di menù offerto**



Si tratta di strutture medio piccole, con alcune realtà specializzate in banchetti o cerimonie (matrimoni, comunioni, ecc.) che sfruttano la bellezza della location.

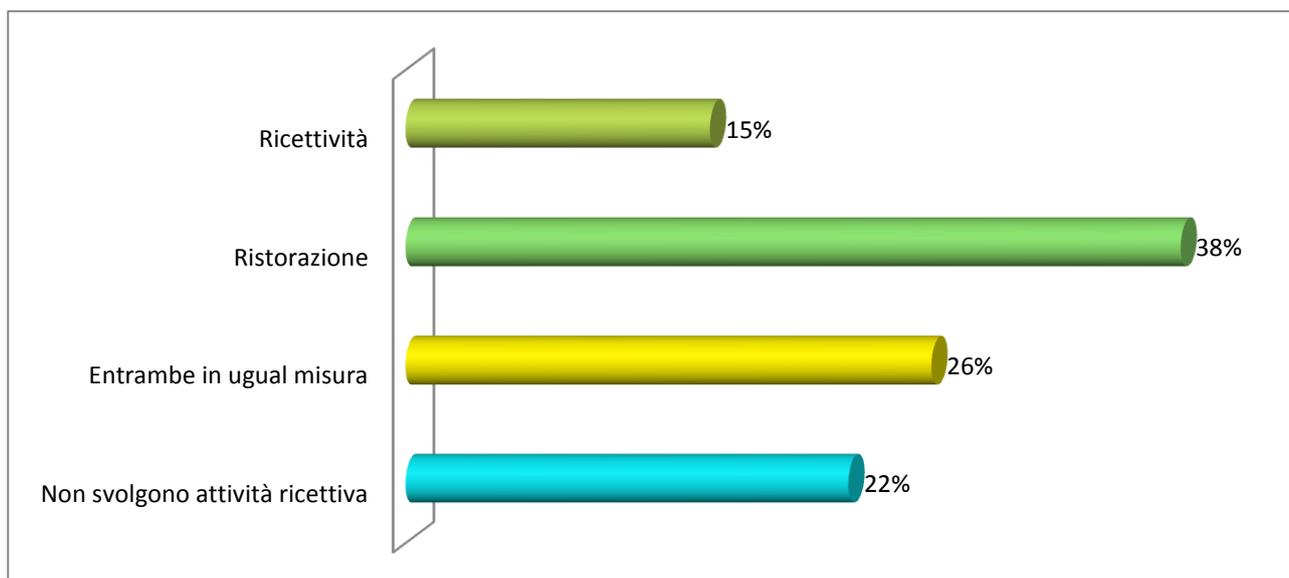
**Tabella 20. Numero medio di sedute dei ristoranti del campione per tipologia di menù offerto**

	cucina tipica regionale	classico italiano	ristorante pizzeria
Posti all'interno del ristorante	84	113	166
Posti all'esterno (giardino/dehors)	43	90	57

Considerando il totale dei contatti con ristoranti, il 38% delle strutture ibride, quelle che cioè offrono servizi ricettivi e ristorativi, l'attività prevalente è quella del ristorante, mentre per il 26% il fatturato aziendale dipende in egual misura da entrambe i settori.

La ristorazione ha questo carattere prevalente perché soffre meno della stagionalità turistica e gode del vantaggio di intercettare gli escursionisti e i residenti locali.

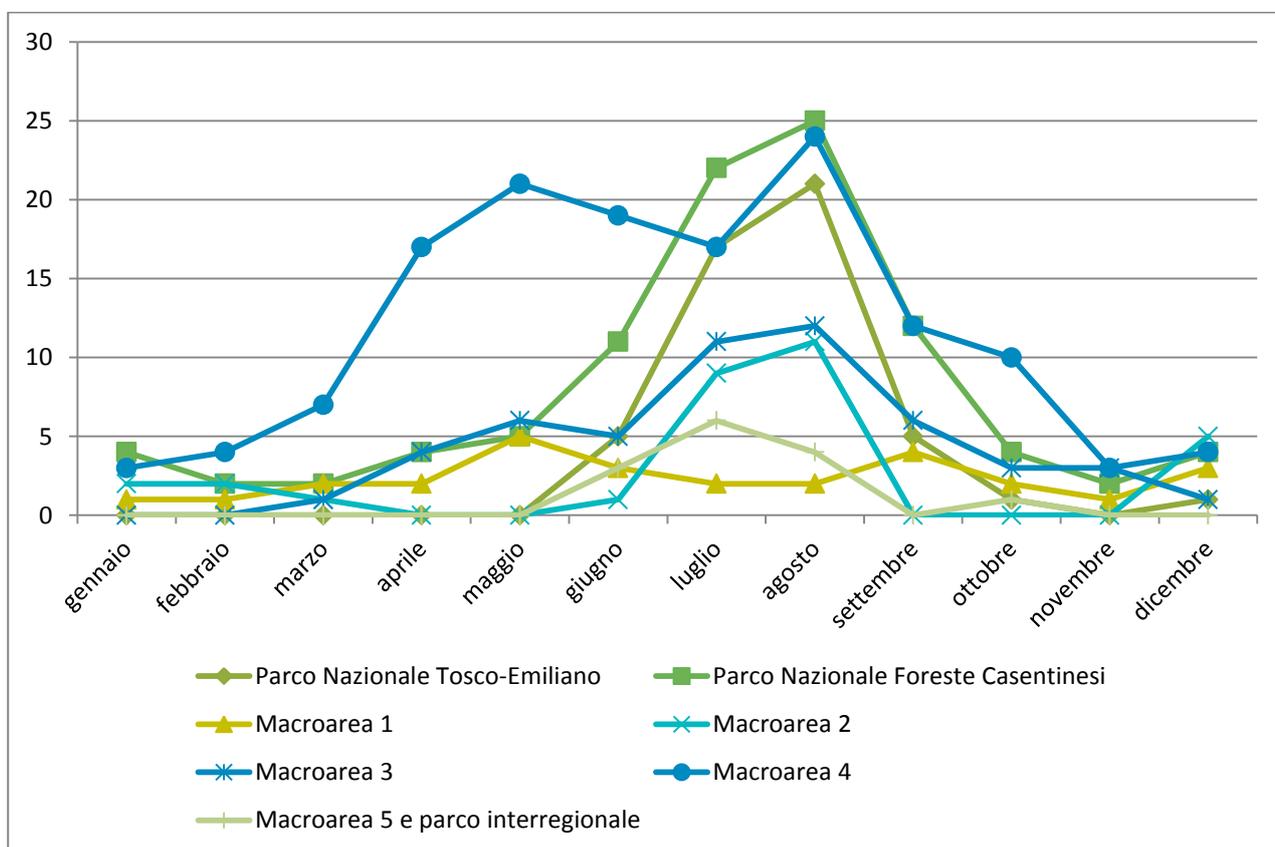
Figura 27. Attività prevalente tra ristorazione e ricettivo nelle strutture del campione che offrono entrambe i servizi



### 3.1.2 Stagionalità dell'attività delle strutture intervistate

Come è stato visto nell'analisi del campione la maggior parte delle strutture intervistate ha una apertura annuale, ma alla domanda quali sono i mesi in cui si lavora di più si è evidenziata una stagionalità molto marcata e differenziata tra le varie aree della regione.

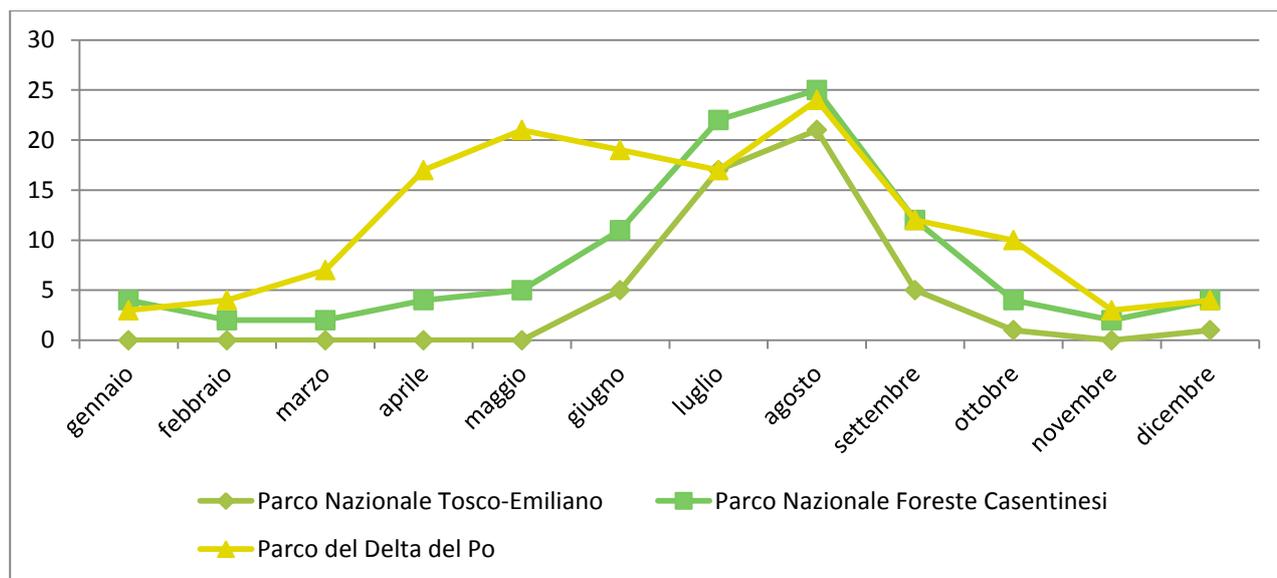
Figura 28. Quali sono i mesi in cui la struttura lavora di più?



Se si considerano i parchi di maggiori dimensioni, emerge chiaramente che la stagionalità dei due parchi nazionali è molto simile, e prevede un picco a luglio e agosto e una ripresa per le festività natalizie e per i ponti primaverili.

Il Parco del Delta del Po invece ha una stagione che si avvia a marzo e aprile, probabilmente in base alla pasqua e si mantiene alta come intensità dell'attività per gli operatori anche in maggio, giugno e luglio. Il picco anche per il Delta del Po è ad agosto; sono relativamente poche le strutture che beneficiano di presenze e clienti anche in autunno.

Figura 29. Quali sono i mesi in cui la struttura lavora di più? Solo i parchi nazionali e il parco del Delta del Po

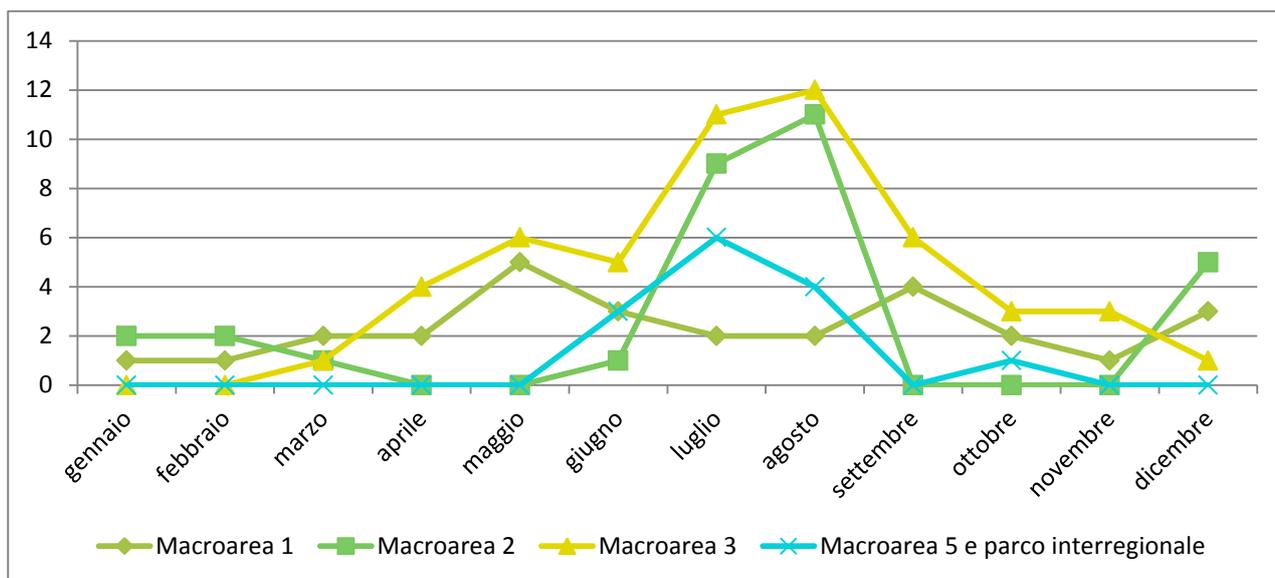


Per quanto riguarda le altre macroaree, gli operatori della macroarea 1 che si riferisce alle province di Parma e Piacenza lavorano soprattutto in primavera (aprile e maggio) presentano un calo di clientela nei mesi di luglio e agosto, riprendendo a lavorare in settembre e per Natale.

Le aree del modenese e del bolognese (macroaree 2 e 3) hanno un andamento simile per quanto riguarda i mesi estivi centrali, ma va sottolineato che per i parchi della provincia di Bologna sono importanti anche i mesi primaverili e l'autunno.

La macroarea romagnola e il parco interregionale lavorano prevalentemente da giugno ad agosto.

Figura 30. Quali sono i mesi in cui la struttura lavora di più? Solo i parchi regionali e interregionali escluso Delta del Po



### 3.1.3 Provenienza della clientela

Anche per valutare la provenienza della clientela è opportuno analizzare le diverse performance distinguendo tra i parchi di maggiori dimensioni e anche più noti a livello nazionale e gli altri.

Per i 2 parchi nazionali e il Delta del Po i flussi regionali, compresi anche quelli riferiti alla stessa area del parco, costituiscono circa il 40-45% della clientela totale indicata dalle singole strutture e calcolata come media per provenienza.

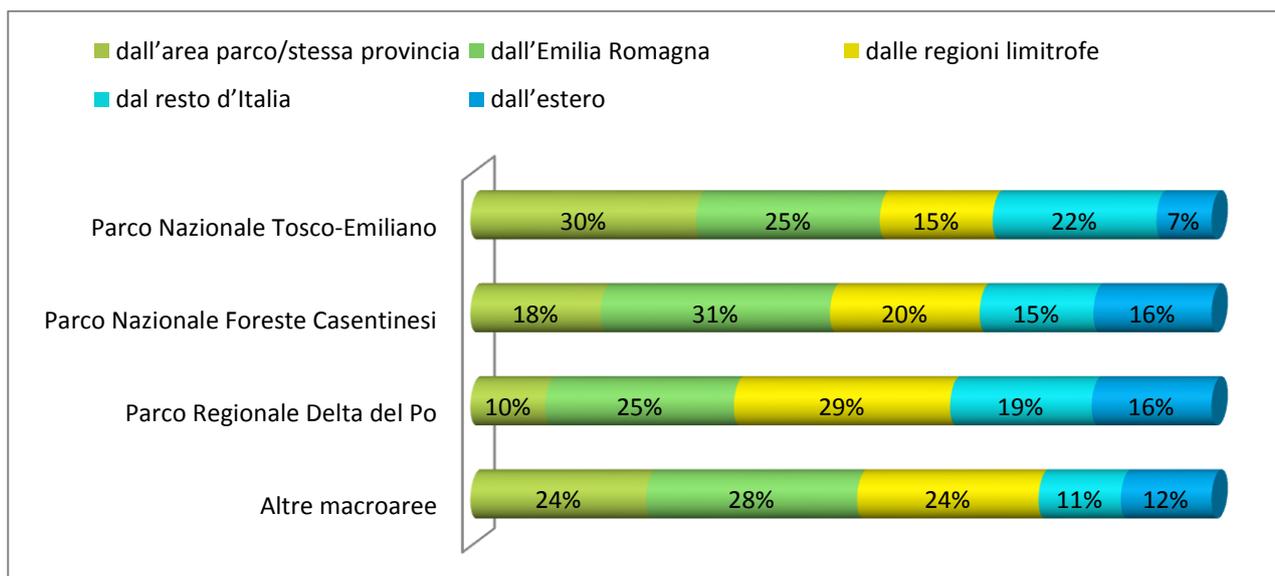
I flussi dalle regioni limitrofe sono più consistenti per il Delta del Po rispetto agli altri 2 parchi.

Il Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano attira clientela da varie parti d'Italia (29%) in maniera più accentuata rispetto agli altri due parchi, ma è meno attrattivo sui flussi da altri paesi.

Invece gli stranieri rappresentano rispettivamente il 15% e il 14% della clientela per gli operatori del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi e del Delta del Po.

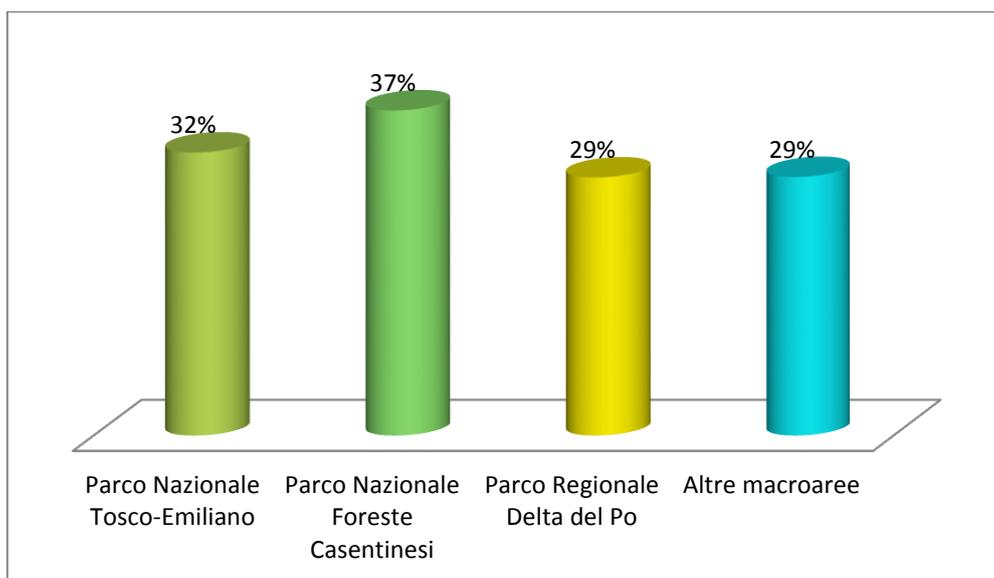
Per quanto riguarda le altre macroaree, la clientela è prevalentemente regionale (più del 50%) o legata ai flussi dalle regioni confinanti e più in generale italiana.

Figura 31. Può indicare da dove proviene la sua clientela, in percentuale?



Circa il 30% della clientela, nel caso del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi 37%, è abituale a conferma dell'alta incidenza della clientela locale o regionale.

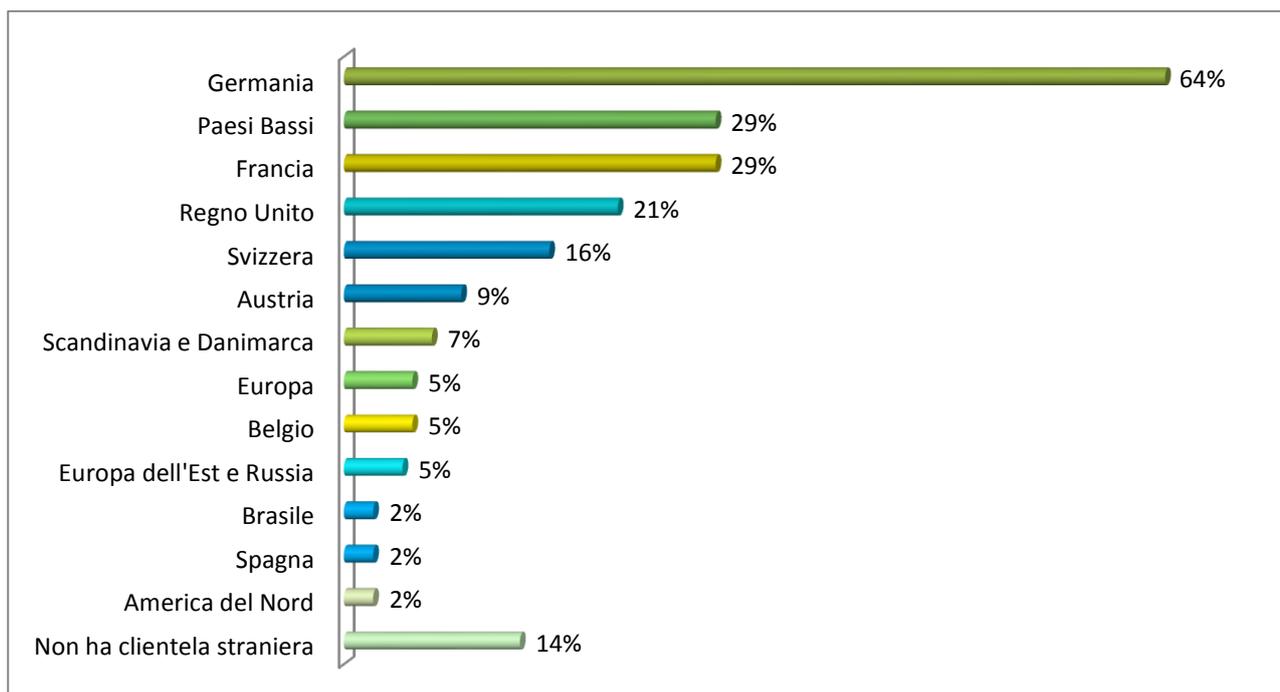
Figura 32. Quanta parte della sua clientela è abituale?



Per quanto riguarda le presenze straniere -che abbiamo visto incidono in maniera disomogenea a seconda delle aree considerate- i mercati di riferimento sono europei. Agli intervistati è stato chiesto di indicare in ordine decrescente i primi 3 paesi stranieri di provenienza della clientela non italiana.

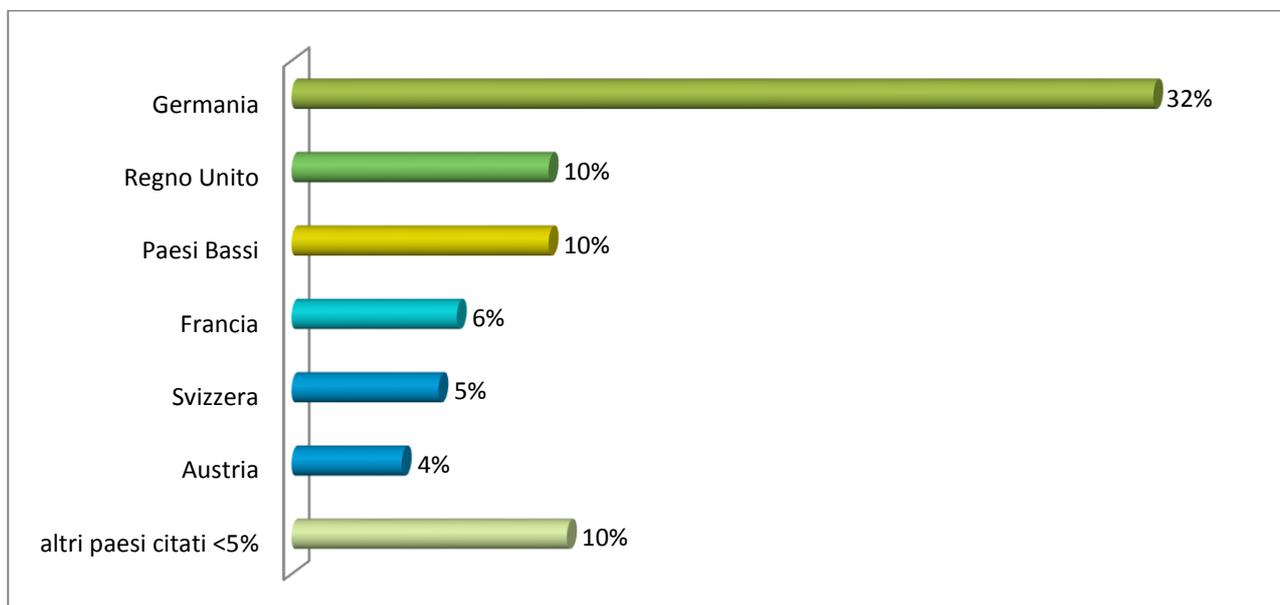
Si conferma anche per i parchi che il mercato tedesco, che comprende oltre alla Germania (64%) anche Svizzera (16%) e Austria (9%) è il bacino principale. Seguono a distanza Paesi Bassi (29%), Francia (29%) e Regno Unito (21%), che negli ultimi anni hanno mostrato un interesse crescente per l'Italia, in quanto meno polarizzati sul balneare, scegliendo come mete le destinazioni minori e legate ad ambienti naturali e rurali.

Figura 33. Paesi di provenienza della clientela straniera – risposte multiple



Se si analizzano i paesi indicati al primo posto per importanza lo scenario non cambia.

Figura 34. Paesi di provenienza della clientela straniera indicati al primo posto per importanza



### 3.1.4 Tipologia di clientela

Gli operatori hanno fornito indicazioni in merito al profilo della clientela.

Per comprendere il dato occorre considerare che ciascun operatore ha comunicato i primi 3 mercati di riferimento per importanza.

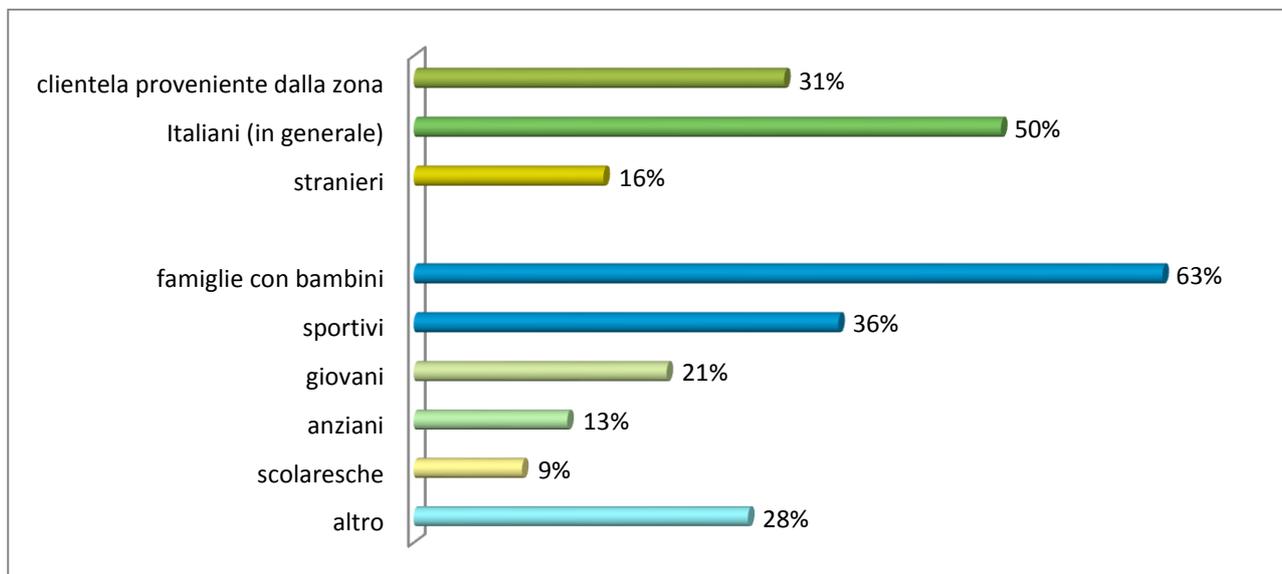
La clientela prevalente è di prossimità e in maggioranza italiana.

Per il 63% degli operatori intervistati la domanda è composta soprattutto da famiglie con bambini.

Ci sono altri segmenti minori quali gli sportivi, i giovani, gli anziani e le scuole.

Ricodificando la voce “altro” è emersa la presenza di due nicchie: i lavoratori (operai e rappresentanti) e le coppie di mezza età.

Figura 35. Parlando della sua clientela, quali sono i segmenti principali? (3 risposte in ordine di citazione) - risposte multiple



### 3.1.5 Andamento del mercato

Per quanto riguarda l’andamento del numero dei clienti la crisi ha sicuramente influito su questo aspetto: più della metà degli operatori intervistati segnala una diminuzione negli ultimi 3 anni. La scelta dell’arco di tempo non è casuale, comprende infatti gli anni in cui si sono acuiti i fenomeni relativi alla crisi economica e finanziaria che ha inciso in Italia sul taglio di molti consumi, compresi quelli per il turismo e il tempo libero in generale.

Tabella 21. Andamento del numero dei clienti negli ultimi 3 anni

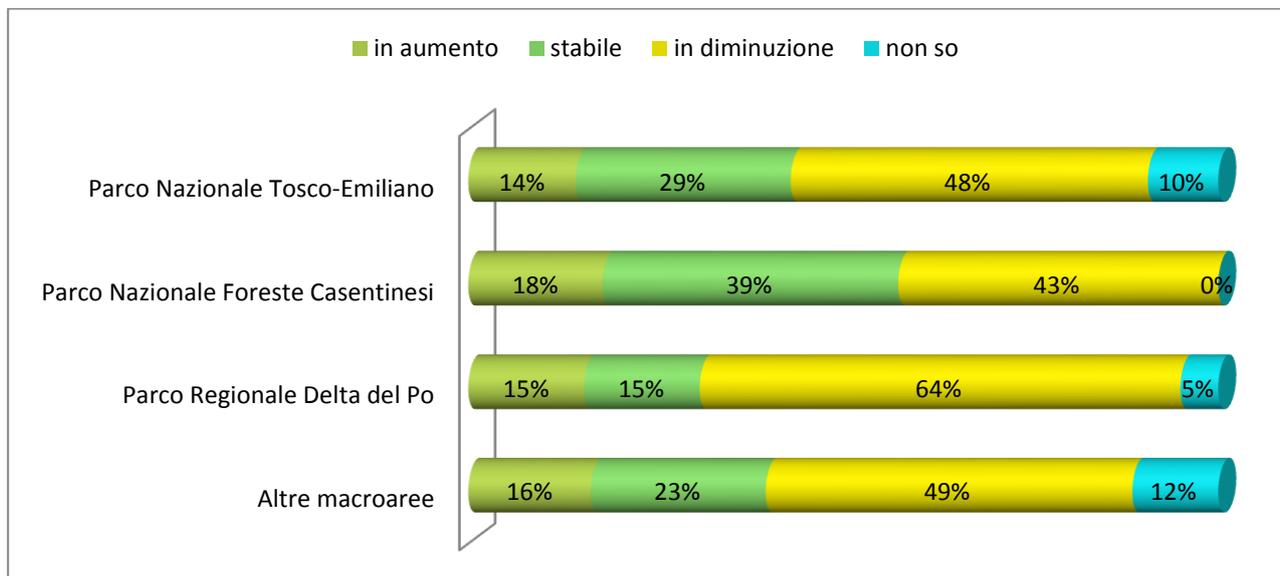
	Frequenza	%
In aumento	21	16%
Stabile	33	25%
In diminuzione	68	52%
Non so	9	7%
Totale	131	100%

Gli operatori che hanno segnalato la più significativa diminuzione di clientela sono quelli del Delta del Po (64% hanno dichiarato un calo nel numero dei clienti).

Dimostra una certa tenuta il Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi dato che gli operatori che hanno dichiarato un andamento stabile o in aumento (57%) superano coloro che hanno segnalato una diminuzione.

Similare, in area negativa, l'andamento delle altre 2 realtà considerate.

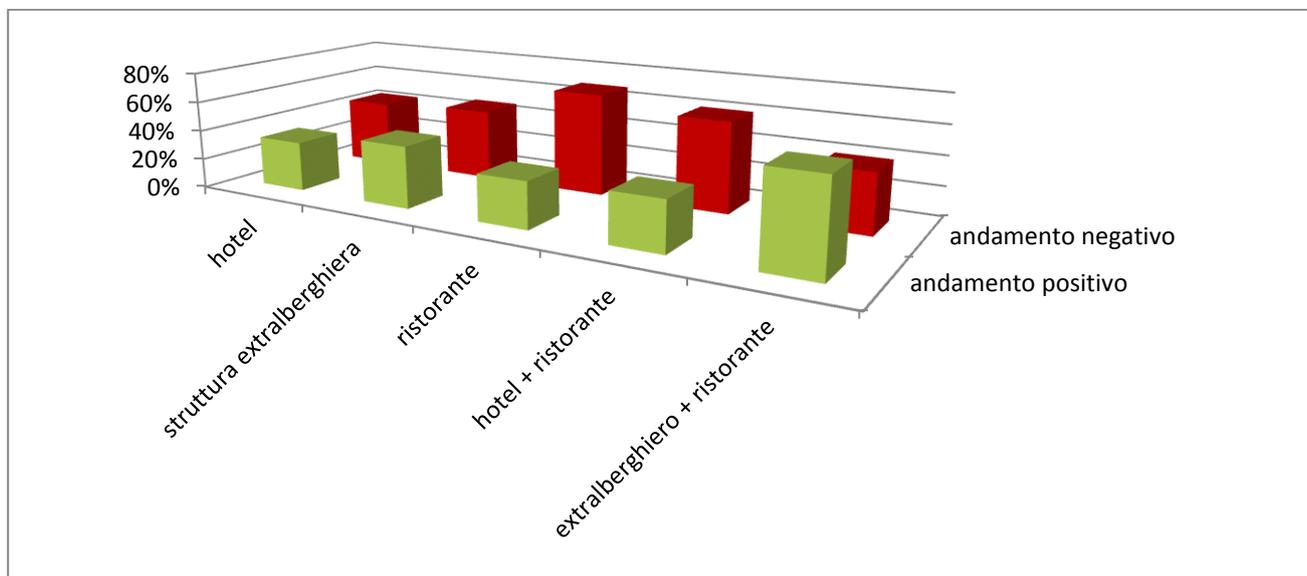
Figura 36. Andamento del numero dei clienti negli ultimi 3 anni per dimensione dei parchi



Le strutture extralberghiere, in particolare quelle con servizio di ristorazione hanno avuto un andamento più positivo.

La ristorazione sembra essere in sofferenza, anche quando abbinata agli hotel.

Figura 37. Andamento del numero di clienti negli ultimi 3 anni per tipologia di servizio erogato



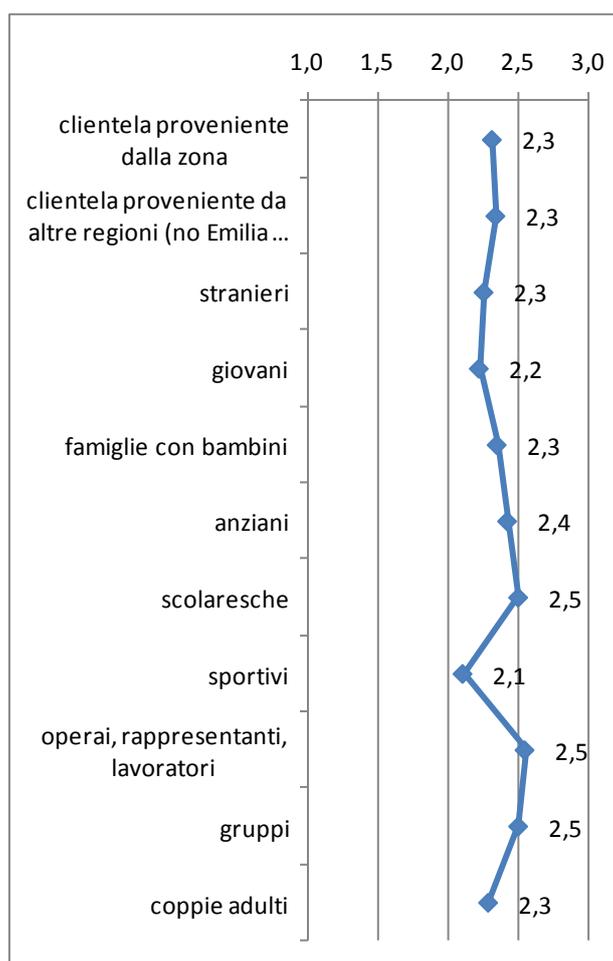
Per qualificare questa valutazione è stato chiesto nel dettaglio l'andamento di alcuni segmenti di mercato specifici.

È quindi interessante valutare che tutti i segmenti individuati sono in realtà in area positiva. Cioè l'andamento prevalente è stabile, però la compensazione tra diminuzione e aumento si posiziona in area positiva per tutte le voci. Per rendere più leggibile il dato si presenta il valore medio calcolato su una scala

di 3 valori in cui 1 significa andamento in diminuzione, 2 andamento stabile e 3 andamento in crescita. Pertanto valori medi superiori al 2 esprimono una valutazione positiva.

Sono state aggiunte all'elenco predefinito 3 categorie indicate direttamente dagli operatori in fase di intervista: gli operai/lavoratori/rappresentanti, i gruppi e le coppie di adulti, tutti e 3 segnalati come segmenti in crescita.

Figura 38. Andamento di vari segmenti di mercato espresso con valori medi su una scala di valutazione da 1 a 3

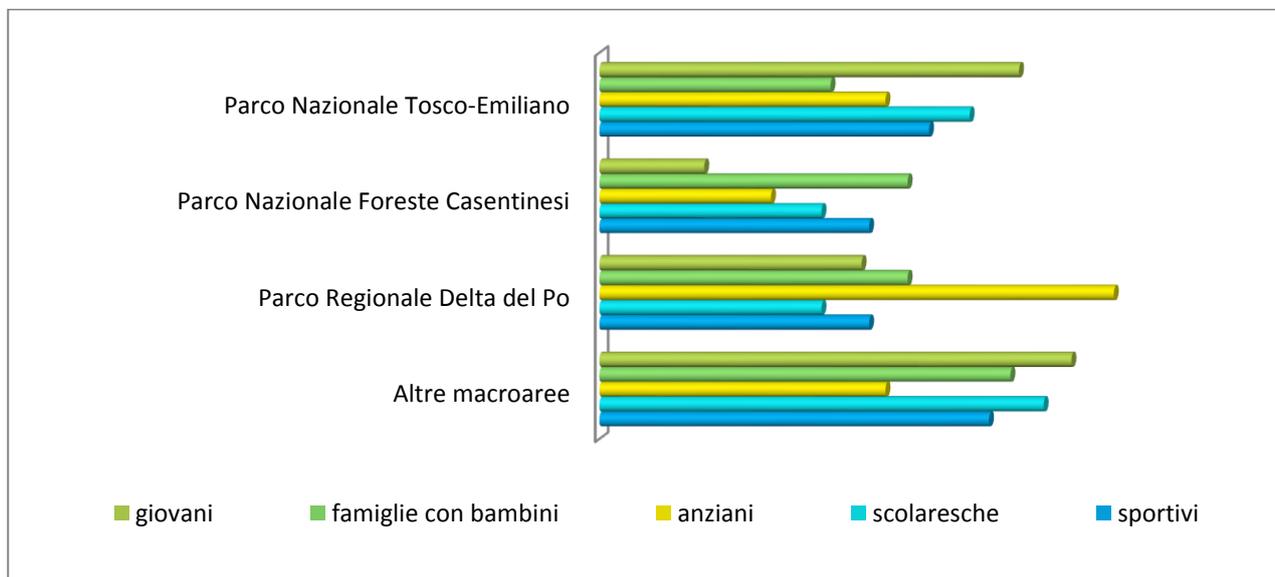


Considerando solo le voci pre-codificate si rileva che il mercato dei giovani è in crescita nel Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano e in generale nei parchi regionali.

Gli anziani invece hanno avuto un certo sviluppo nel Delta del Po. Su questo probabilmente ha inciso una politica promozionale verso CRAL e altre forme di turismo associativo.

Quello delle famiglie, che rappresenta il segmento principale per più della metà degli operatori ha un trend di crescita importante rispetto ad altri mercati per tutte le tipologie di parchi ad eccezione del parco nazionale tosco emiliano che evidentemente ha esercitato nell'ultimo anno una maggiore attrazione verso gli altri mercati.

Figura 39. Andamento stabile o positivo per vari segmenti di mercato



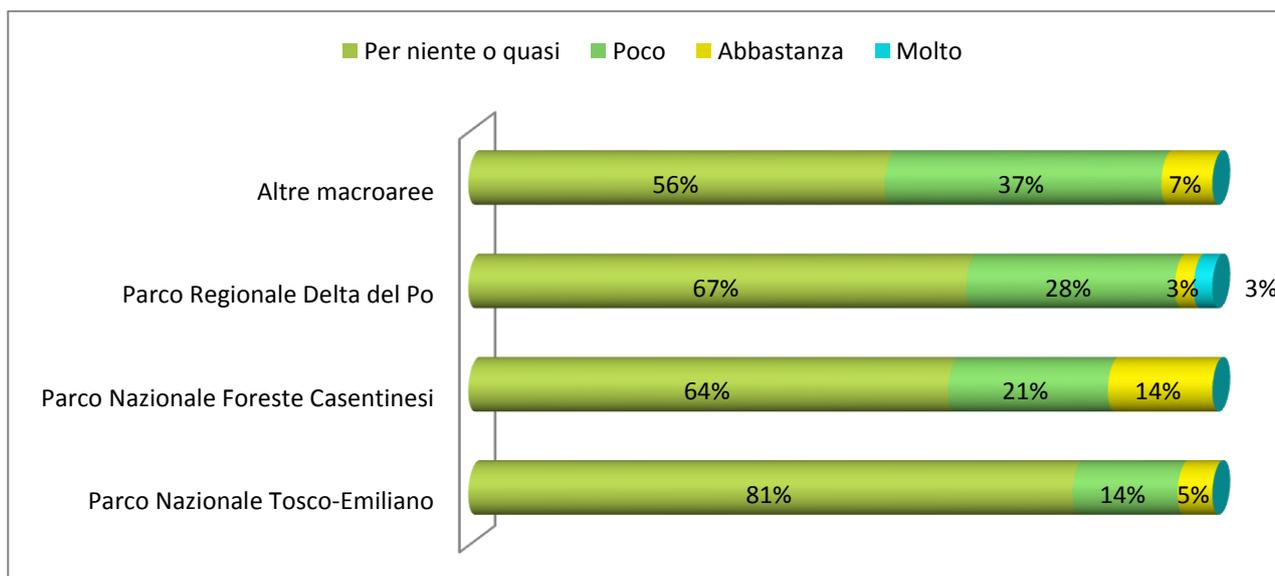
I segmenti scuola e sport sono stati oggetto di un approfondimento di indagine per comprenderne le dinamiche e le potenzialità.

### 3.1.6 Il turismo scolastico

L'incidenza del turismo scolastico sul fatturato degli operatori intervistati è marginale. Per più dell'80% delle imprese incide poco o niente.

Solo nel Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi per un 14% di imprese è abbastanza importante.

Figura 40. Quanto incide il turismo "scolastico" sulla sua clientela?



Il turismo scolastico, soprattutto quello riferito ai primi cicli di studio (primarie e secondarie) ha dimostrato nel tempo un crescente interesse per mete di tipo naturalistico. Questo tipo di destinazione infatti riesce a coniugare varie esigenze di questo tipo di scolaresche. L'educazione ambientale ha nelle scuole di questo grado una certa rilevanza, e riesce a suscitare un interesse specifico del bambino che si trova in una fase di costante scoperta del mondo intorno a sé. Inoltre le aree parchive offrono turisticamente non solo le bellezze naturalistiche, la flora e la fauna, ma anche siti di interesse storico, artistico e culturale e contestualizzano la scoperta del territorio con il racconto della vita locale e delle tradizioni.

Tutto questo rende i parchi particolarmente adatti al turismo scolastico di queste fasce di età.<sup>19</sup>

I cicli primari e secondari, per questioni di età di solito generano un turismo scolastico di prossimità e di tipo escursionistico, senza quindi pernottamento.

Il turismo scolastico da gita si trasforma in viaggio con pernottamento a partire di solito dall'inizio della scuola superiore, che però tende a scegliere destinazioni diverse, di solito città d'arte.

Pertanto gli operatori turistici locali, ricettivi e ristorativi, sono poco interessati a questo fenomeno rispetto invece ad altre tipologie di servizi, come le guide, i siti museali, ecc.

Altra considerazione che va fatta per giustificare questa scarsa rilevanza del mercato scolastico è il fatto che i tagli finanziari e le nuove indicazioni in termini di responsabilità degli insegnanti hanno di fatto condizionato in maniera negativa le scelte delle scuole rispetto alle gite e ai viaggi scolastici.

Il settore negli ultimi anni ha subito un calo.<sup>20</sup>

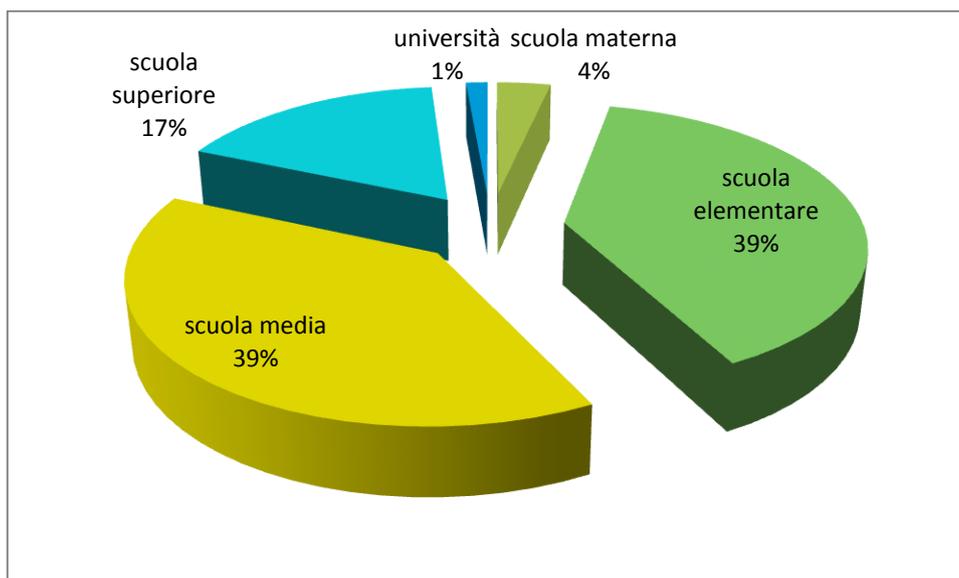
A conferma della preferenza di questo tipo di destinazione da parte dei cicli scolastici primari e secondari gli operatori intervistati hanno dato indicazioni sulla tipologia di scuole che visitano i parchi.

La quota delle scuole primarie e delle medie è di circa il 78%.

<sup>19</sup>Fonte: Osservatorio sul turismo scolastico TCI

<sup>20</sup>Fonte: Osservatorio sul turismo giovanile Iscom Group 2012

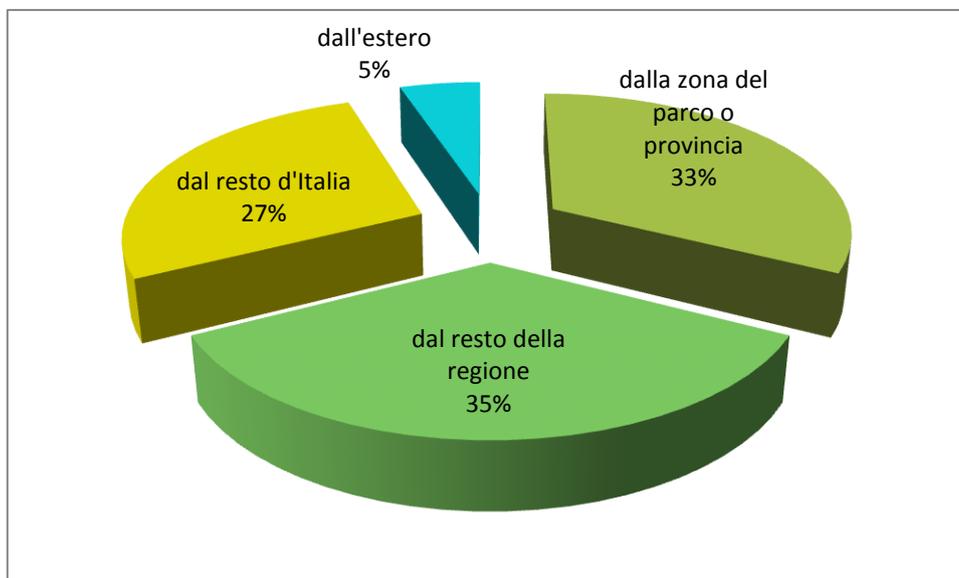
Figura 41. Da quali scuole vengono le scolaresche che visitano il parco? (esclusi nd 41%)



Il 33% degli operatori ha dichiarato che le scolaresche provengono dalle zone del parco o immediatamente vicine ai parchi e un altro 35% dal resto della regione.

Il bacino è quindi provinciale e regionale. Solo gli operatori del Delta del Po hanno parlato di presenze dall'estero.

Figura 42. Da dove provengono prevalentemente le scolaresche che visitano il parco? (esclusi nd 45%)



Il fenomeno del turismo scolastico quindi è da considerarsi marginale rispetto agli interessi degli operatori ricettivi e ristorativi intervistati nei parchi.

### 3.1.7 Turismo sportivo

Il turismo sportivo è un fenomeno in crescita, anche se ancora numericamente residuale rispetto ad esempio ad altri prodotti turistici regionali.

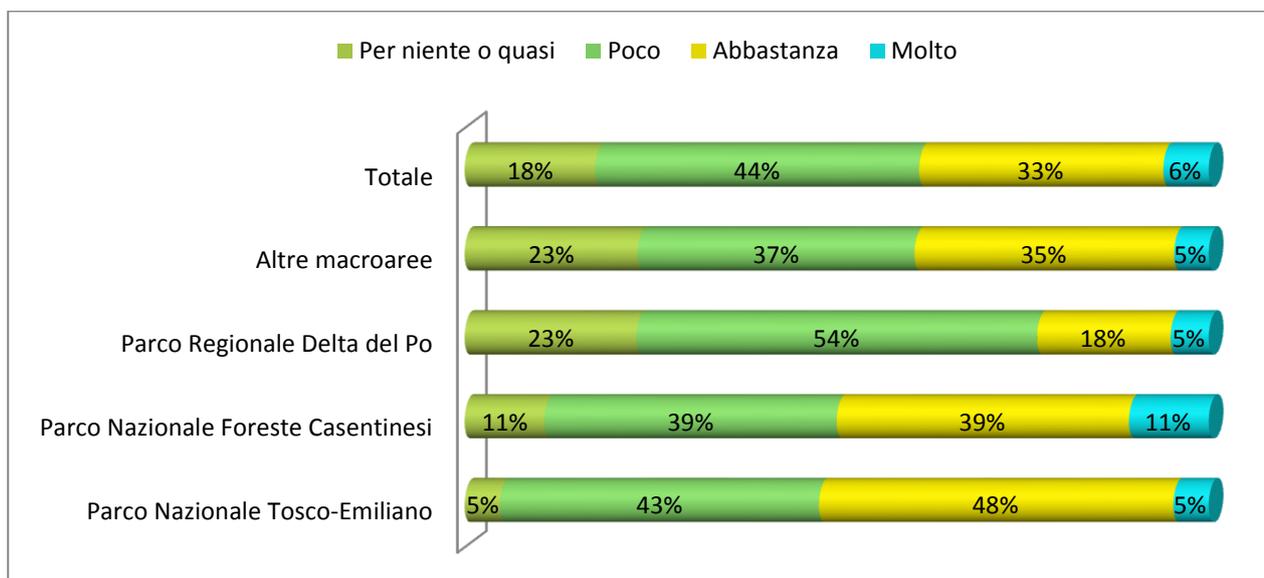
Però si è ritenuto opportuno approfondire questa tipologia perché lo sport in natura rappresenta una opportunità con valenza turistica interessante.

Ci sono inoltre alcuni mercati europei e nord americani che, sollecitati da nuovi itinerari che possono unire la passione sportiva alla scoperta delle bellezze artistiche oltre che naturalistiche e all'offerta benessere, hanno avviato flussi di nicchia verso la nostra regione.

Il turismo sportivo comunque ha un impatto più significativo sugli operatori dei parchi rispetto alle scolaresche anche se la percentuale di imprenditori che hanno dichiarato di avere una incidenza rilevante sul fatturato da questo segmento sono il 39%. Questo valore per il Parco Nazionale Tosco-Emiliano si alza al 53% e per l'altro parco nazionale al 41%.

Il turismo sportivo invece ha meno incidenza per gli operatori del Parco regionale del Delta del Po emiliano romagnolo; numerosi interventi di promozione sono stati attuati negli ultimi anni per promuovere il cicloturismo ma è altrettanto vero che in pianura è minore l'appeal sportivo rispetto alla montagna.

Figura 43. Quanto incide il turismo "sportivo" sulla sua clientela?



Gli sportivi che frequentano le strutture e i parchi sono prevalentemente italiani, ma non necessariamente della regione o della provincia.

Il 31% degli operatori ha dichiarato di avere clientela sportiva straniera. Il parco nazionale toso emiliano è quello meno interessato da questo fenomeno come emerge dall'analisi di dettaglio.

Figura 44. Da dove provengono gli sportivi che frequentano la sua struttura/il parco? – risposte multiple

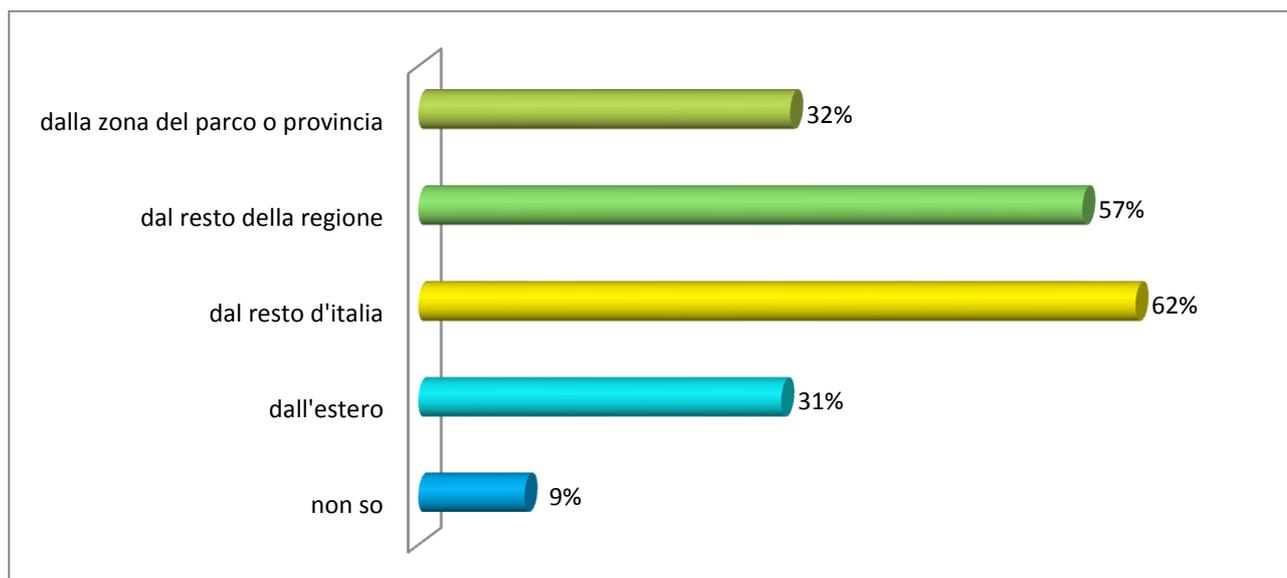
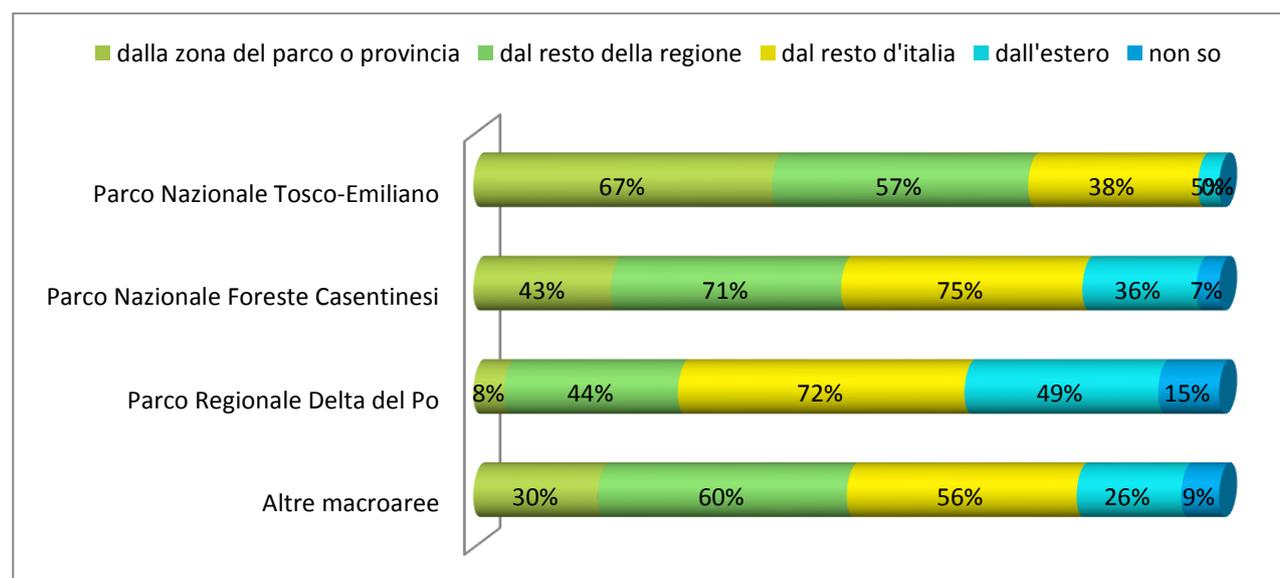


Figura 45. Da dove provengono gli sportivi che frequentano la sua struttura/il parco? Per parchi



Le attività sportive praticate nelle aree dei parchi sono numerose e di varia natura.

Le escursioni a piedi e solo in parte il trekking<sup>21</sup> rappresentano l'attività più citata dagli intervistati (77%).

Seguono il cicloturismo e la mountain bike, citati entrambi da poco meno del 60% degli operatori.

Intorno al 20% si posizionano invece le ciaspole e gli sport invernali, ma anche la pesca sportiva, l'equitazione e le escursioni finalizzate al birdwatching, queste ultime solo riferite al Delta del Po o alle aree lacuali.

Le ciaspole e il birdwatching sono stati molto promossi e valorizzati negli ultimi anni.

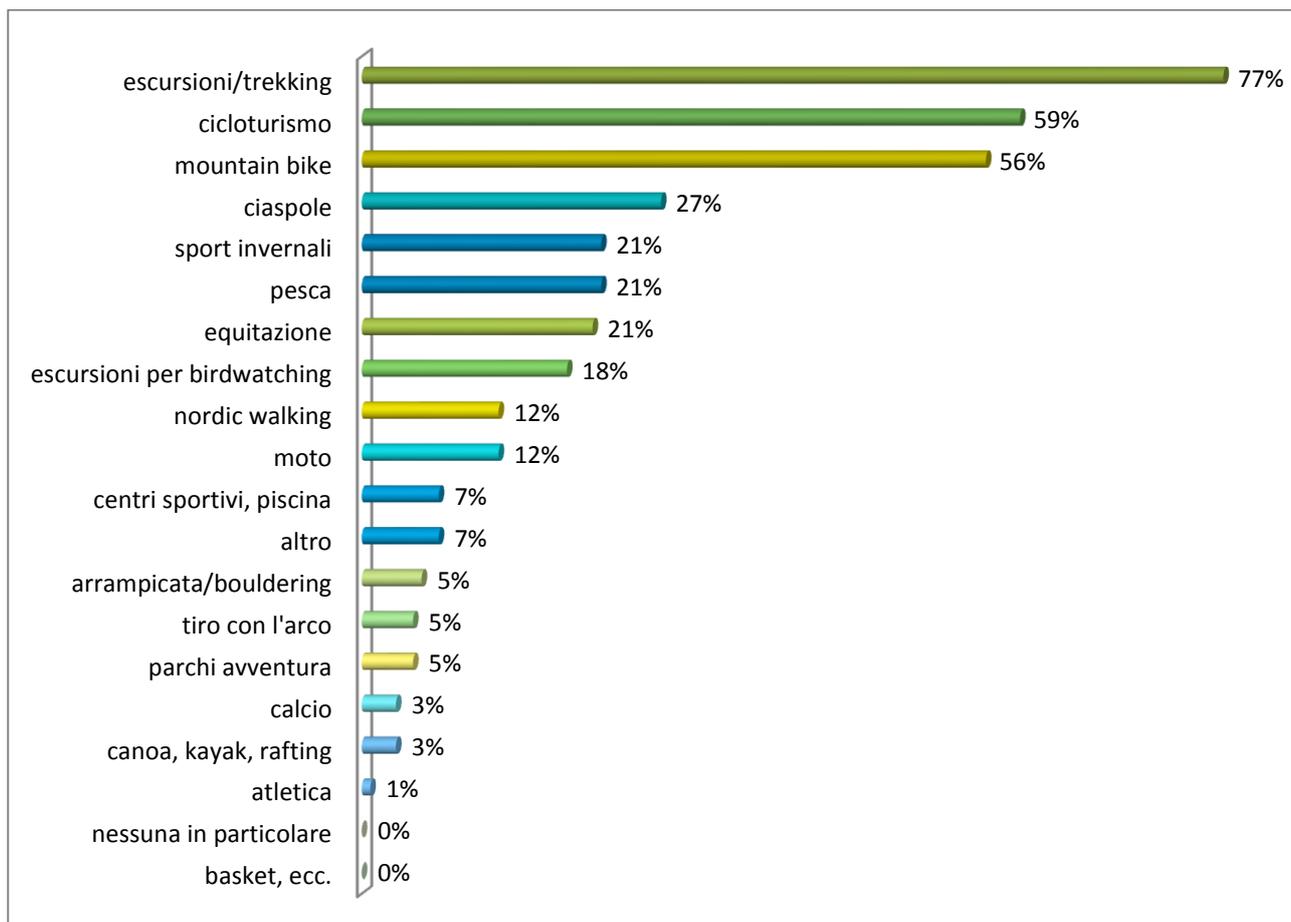
<sup>21</sup> Il trekking consiste nell'andare a piedi lungo un percorso a tappe portandosi dietro tutto l'occorrente per poter campeggiare dove capita, mentre l'escursionismo è il viaggio breve ovvero la gita, l'attività sportiva che si pratica in montagna su percorsi più facili rispetto a quelli del trekking (da 10° rapporto ECONATUR)

Le ciaspole sono state introdotte come proposta innovativa in varie aree montane a integrazione delle attività invernali o laddove i costi e il forte impatto ambientale hanno sconsigliato la realizzazione di impianti di risalita.

Il birdwatching in sé non è una attività sportiva se non per il fatto che l'osservazione dell'avifauna è legata a un escursionismo a piedi o in bicicletta per assicurare il minor disturbo agli animali.

Tra le proposte innovative si possono considerare il nordic walking, disciplina che prevede l'uso dei bastoncini per la camminata nella natura, i parchi avventura, che propongono percorsi sospesi tra gli alberi, il bouldering (sassismo) e più in generale il free climbing.

Figura 46. Quali attività sportive sono generalmente praticate nel parco? – risposte multiple



Naturalmente la diversa conformità dei parchi considerati fa sì che alcune attività siano concentrate in certe aree piuttosto che in altre.

Ad esempio il birdwatching interessa il Delta del Po, gli sport invernali i parchi di crinale e il bouldering fa capo alle aree in cui ci sono formazioni geologiche tipo "sassi". In alcuni parchi, o per lo meno nelle vicinanze, sono localizzati impianti sportivi che attirano ragazzi e adulti per attività agonistica, ritiri o semplicemente attività di avvicinamento e formazione (esempio campi tematici estivi rivolti ai bambini/ragazzi).<sup>22</sup>

<sup>22</sup>Fonte: Osservatorio sul turismo giovanile 2013 – Iscom Group

Per capire la portata delle varie attività che si possono svolgere nei parchi si è chiesto agli operatori quali sono le discipline sportive che negli ultimi anni hanno avuto il maggiore incremento.

Il 31% degli intervistati non ha riscontrato una tendenza specifica in merito. Non c'è nessuno sport emergente in particolare. Analizzando invece i dati di coloro che hanno fornito una loro valutazione, emerge che le escursioni a piedi e/o il trekking sono sicuramente l'attività che ha dimostrato le maggiori prospettive di sviluppo negli ultimi anni.

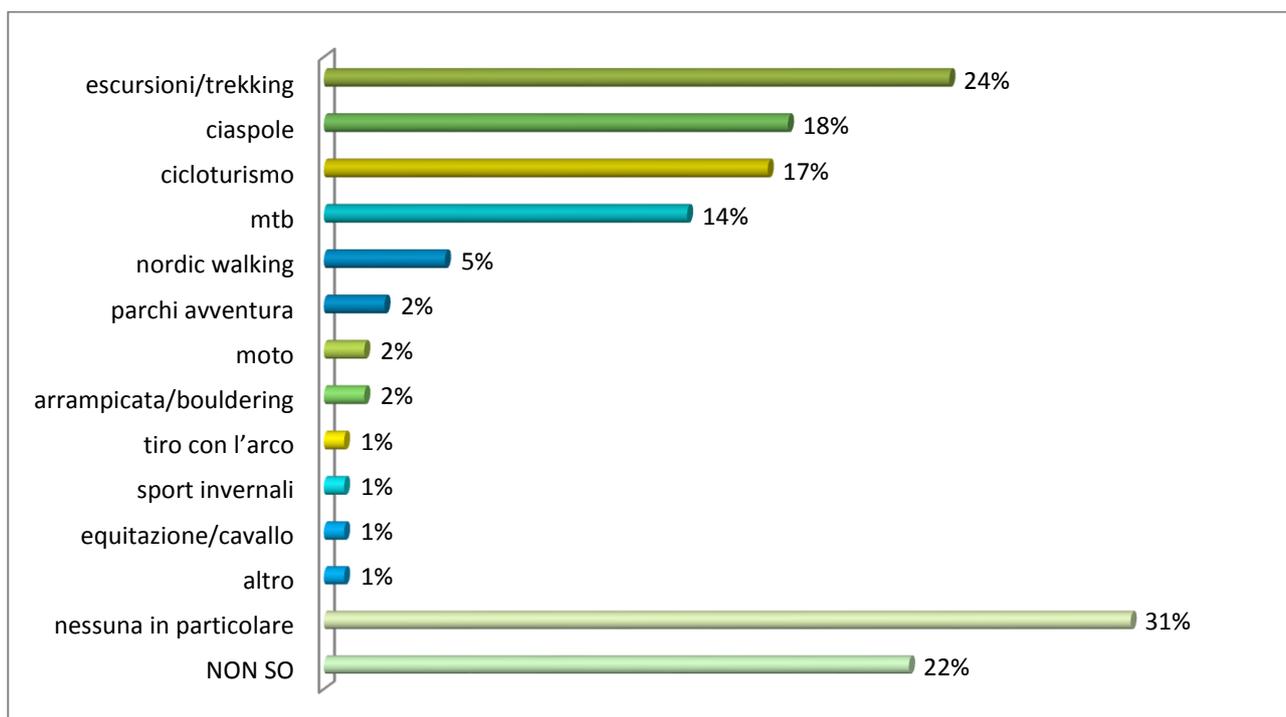
Questo dato va a conforto del progetto "Alta via dei parchi" di cui si è parlato nell'analisi di scenario.

Anche le ciaspole hanno avuto un certo "exploit"; rappresentano una forma slow di pratica sportiva invernale che si integra bene con le potenzialità del turismo esplorativo che è tipico delle aree naturalistiche. Lo stesso vale anche per il cicloturismo.

La mountain bike, così come l'arrampicata, richiedono invece una preparazione sportiva preliminare e quindi non possono essere rivolte "a tutti".

Il nordic walking è un altro fenomeno interessante e in crescita: la camminata con i bastoncini è a tutti gli effetti una pratica sportiva che richiede un approccio tecnico, però i requisiti per praticarla ne fanno una attività aperta a "quasi tutti".

Figura 47. Quali attività sportive sono in maggiore aumento negli ultimi anni? – risposte multiple



### 3.1.8 Servizi turistici offerti dalle strutture

Praticamente tutte le strutture intervistate integrano la loro offerta con servizi turistici legati in qualche modo al parco. L'80% mette a disposizione materiale cartaceo per orientare il cliente nella fruizione del parco (depliant, cartine, itinerari, ecc.) e a seguire il 74% propone piatti tipici nella ristorazione.

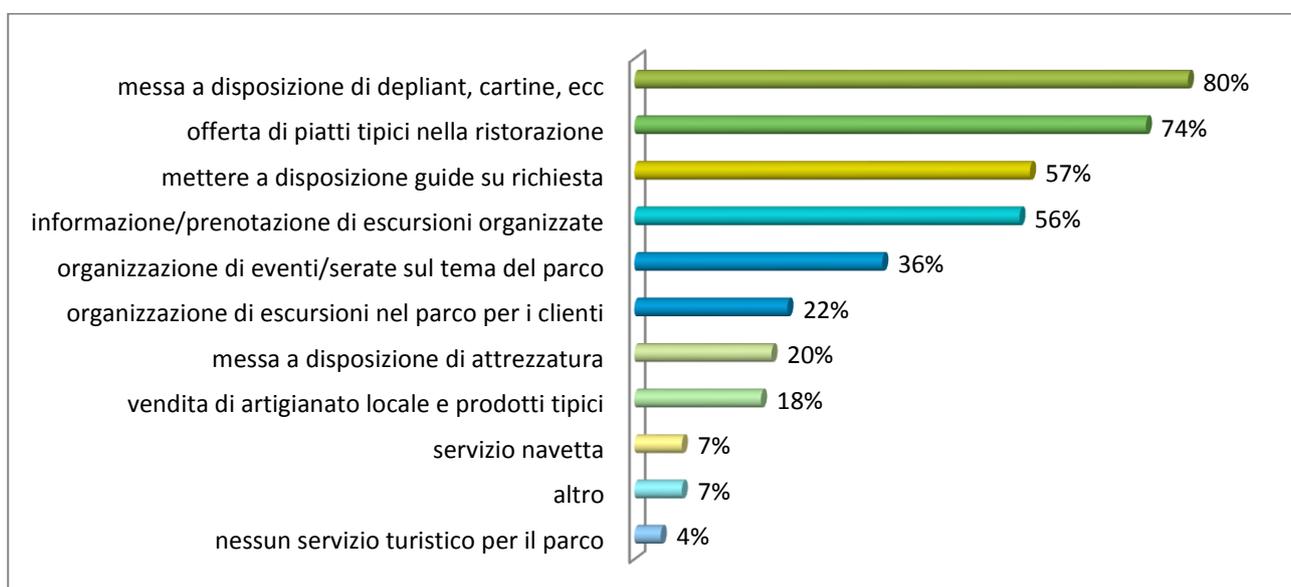
Circa la metà delle strutture offre la prenotazione di escursioni o di servizi di guida, avvalendosi di organizzazioni o risorse umane esterne alla struttura. Solo il 22% le organizza direttamente.

Interessa il 36% invece l'organizzazione di eventi o serate a tema legate ai parchi.

Per quanto riguarda la messa a disposizione di attrezzature, in questa voce sono inclusi sia le forme gratuite per i clienti sia il noleggio dietro compenso, e si va dalle biciclette, agli sci, alle ciaspole, alle racchette per nordic walking fino alle barche.

Tra le iniziative inserite invece in "altro", si segnalano l'organizzazione di corsi vari (es. cucina, educazione ambientale e tiro con l'arco) e i servizi delle fattorie didattiche.

**Figura 48. Quali servizi legati al parco o all'area protetta in cui siete localizzati vengono offerti presso la struttura? – risposte multiple**

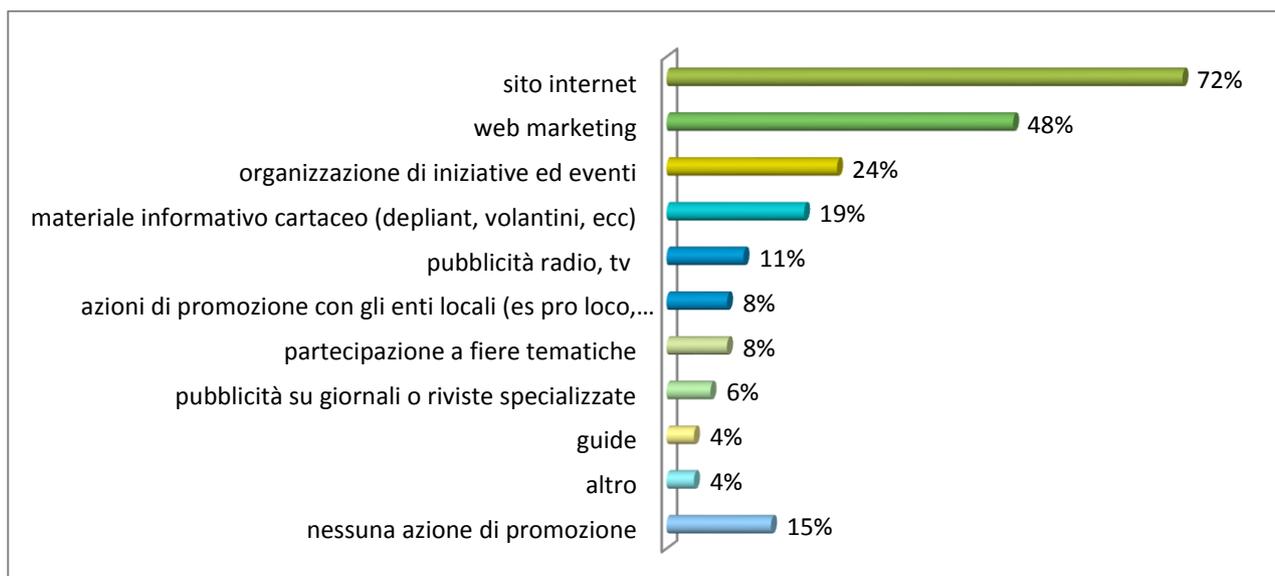


### 3.1.9 Azioni per promuovere le strutture e le iniziative del parco

Le attività di promozione adottate dalle varie strutture sono legate prevalentemente a internet: il 72% promuove sul sito, e il 48% ha intrapreso azioni di web marketing, si tratta però in prevalenza dell'apertura di una pagina facebook e della sua gestione.

Le forme più tradizionali come i depliant (19%) o la pubblicità su radio e tv locali (11%) si affiancano a internet.

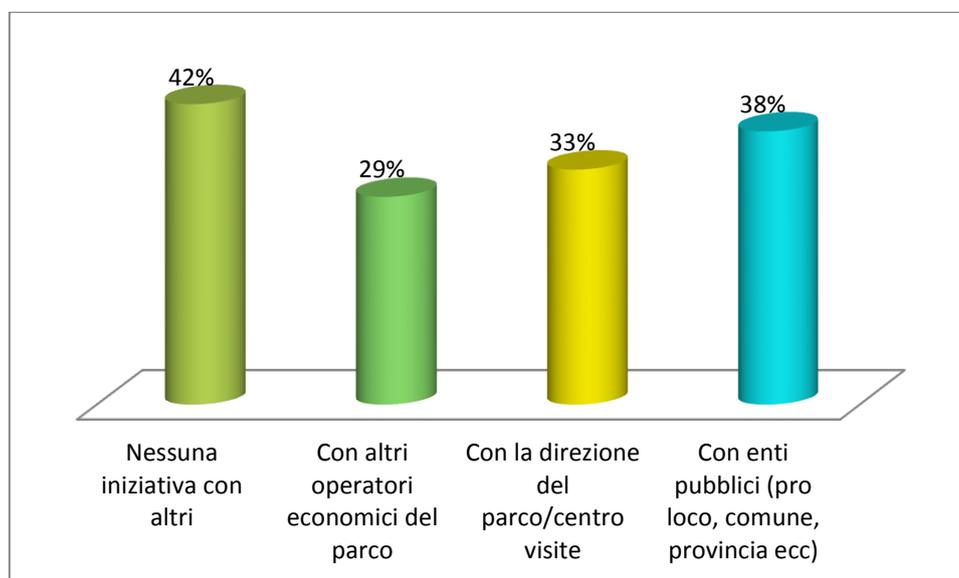
Figura 49. Nel corso degli ultimi 2 anni, quali azioni ha adottato per promuovere la struttura? – risposte multiple



Il 42% degli operatori ha dichiarato di non aver partecipato a iniziative organizzate con altri soggetti attivi nel parco. Quindi si sono concentrati sulla promozione della propria struttura e non hanno avuto un approccio da “operatori di un sistema parco”.

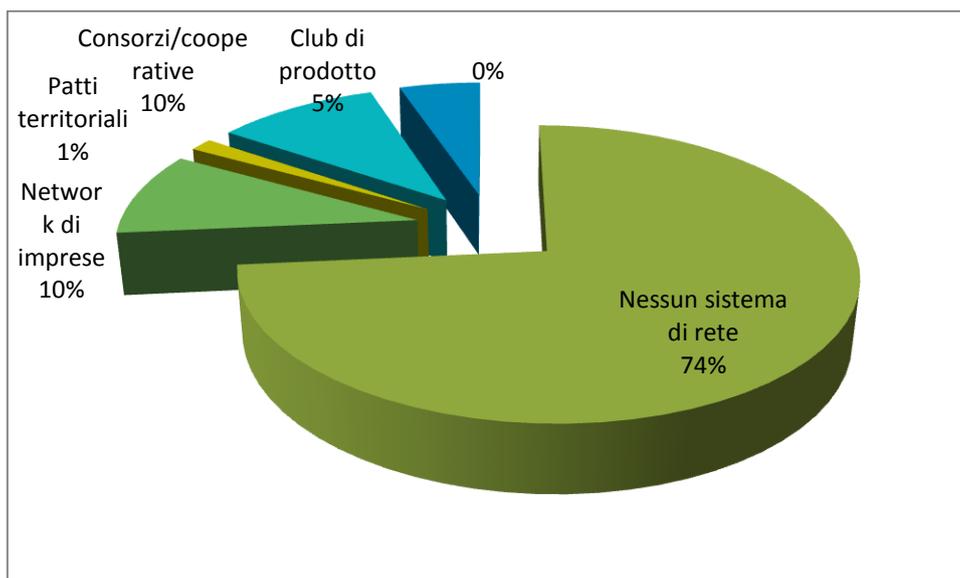
Gli altri hanno collaborato, in ordine decrescente con gli enti locali, la direzione del parco e gli altri operatori.

Figura 50. Ha partecipato a iniziative fatte in collaborazione con altri operatori del parco, con la direzione del parco o con gli enti pubblici (Comune, Provincia, ...)? Risposte multiple per chi ha dichiarato una collaborazione



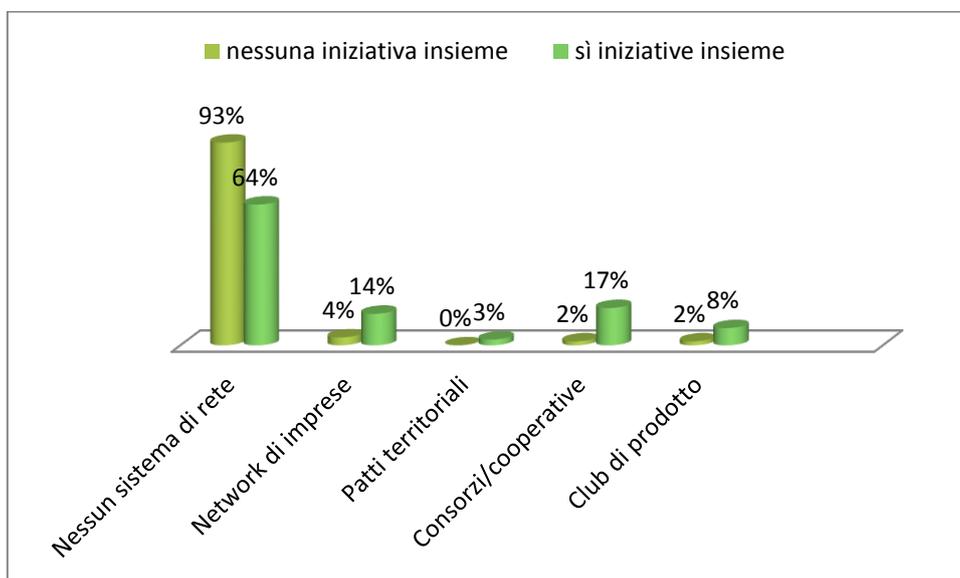
L’aggregazione tra operatori è in prevalenza (69%) destrutturata. Il 10% è organizzato in forma di consorzio o cooperative, il 5% aderisce a club di prodotti e il 7% appartiene a network di varia natura.

Figura 51. A quali sistemi di rete partecipa insieme ad altri soggetti del suo territorio? – risposte multiple



Anche tra gli operatori che hanno aderito a iniziative insieme ad altri soggetti il 61% non aderisce a sistemi di rete strutturati. Le forme che facilitano questa collaborazione sono legate al mondo della cooperazione, (17%) e al sistema regionale della promo commercializzazione (club di prodotto 8%).

Figura 52. A quali sistemi di rete partecipa insieme ad altri soggetti del suo territorio? In base al livello di collaborazione a iniziative comuni – risposte multiple



È stato chiesto agli operatori di indicare le iniziative che ritenevano più efficaci nel generare flussi turistici ed escursionistici nel loro parco di riferimento. L'analisi di questo dato è interessante al di là della numerosità delle risposte, perché gli eventi sono stati citati spontaneamente dagli operatori e quindi costituiscono segnali, anche se deboli, di gradimento da considerare.

Sicuramente le escursioni a tema sono l'elemento di richiamo più efficace. I tematismi sono i più disparati, si va dall'enogastronomia, all'educazione ambientale, dalla astronomia, alla scoperta della fauna (es. lupo o

censimento del cervo). Per enfatizzare il dato, sono state scorporate da queste escursioni le ciaspolate organizzate nei due parchi nazionali e nel Frignano, citate da 5 operatori. Si tratta infatti di una modalità di esplorazione del territorio segnalata come in crescita negli ultimi anni.

Anche gli eventi sportivi agonistici o dilettantistici rappresentano degli attrattori. Il panorama è piuttosto variegato: ci sono gare podistiche (es. Maratona delle Aquile), gare di pesca sportiva e trofei di scialpinismo e snowboard. Le gare motociclistiche citate sono state tenute distinte dagli altri sport a minore impatto ambientale.

Altro genere di iniziative la cui efficacia è riconosciuta dagli operatori è quello delle sagre e degli eventi legati all'enogastronomia. La sagra dell'anguilla ha avuto 6 citazioni ma riguarda solo il Delta del Po, mentre gli altri eventi si riferiscono all'area Appenninica.

Dai vari parchi vengono inoltre organizzati eventi seriali che vengono ripetuti su più weekend, come la Fiera del birdwatching o i concerti nei Gessi Bolognesi, Primavera Slow o Autunno d'Appennino, oppure eventi che si esauriscono in una giornata come la commemorazione del 25 aprile, nel parco storico di Monte Sole.

Il progetto "Neve Natura" ha una valenza didattica ed è orientato alle scuole.

**Tabella 22. Pensando all'ultimo anno qual è o quali sono le iniziative che secondo lei hanno avuto più successo nell'attrarre turisti nel parco? - risposte aperte ricodificate in macrocategorie**

Eventi	N.	parchi interessati
Escursioni a tema	12	Foreste Casentinesi, Appennino Tosco-Emiliano, Frignano, Delta Po ER, Gessi Bolognesi
<i>Ciaspolata</i>	<i>5</i>	<i>Appennino Tosco-Emiliano, Foreste Casentinesi, Frignano</i>
Gare sportive	6	Appennino Tosco-Emiliano, Delta del Po ER
<i>Gare motociclistiche</i>	<i>3</i>	<i>Appennino Tosco-Emiliano, Laghi Suviana Brasimone</i>
Sagre ed eventi enogastronomici	7	Foreste Casentinesi, Sassi Roccamalatina
<i>Sagra dell'anguilla</i>	<i>6</i>	<i>Delta Po ER</i>
Fiera del birdwatching	4	Delta Po ER
Concerti, festival musicali	4	Gessi Bolognesi Foreste Casentinesi
Commemorazione 25 aprile	2	Monte Sole
Neve e natura	2	Appennino Tosco-Emiliano
Primavera slow	2	Delta Po ER, Foreste Casentinesi
Autunno d'Appennino	1	Appennino Tosco-Emiliano
Cinema sotto le stelle	1	Gessi Bolognesi
Conferenze	1	Frignano, Appennino Tosco-Emiliano
Fiera del cavallo	1	Appennino Tosco-Emiliano
Gare di cani da caccia	1	Delta Po ER

### 3.1.10 Valutazioni sul parco e criticità

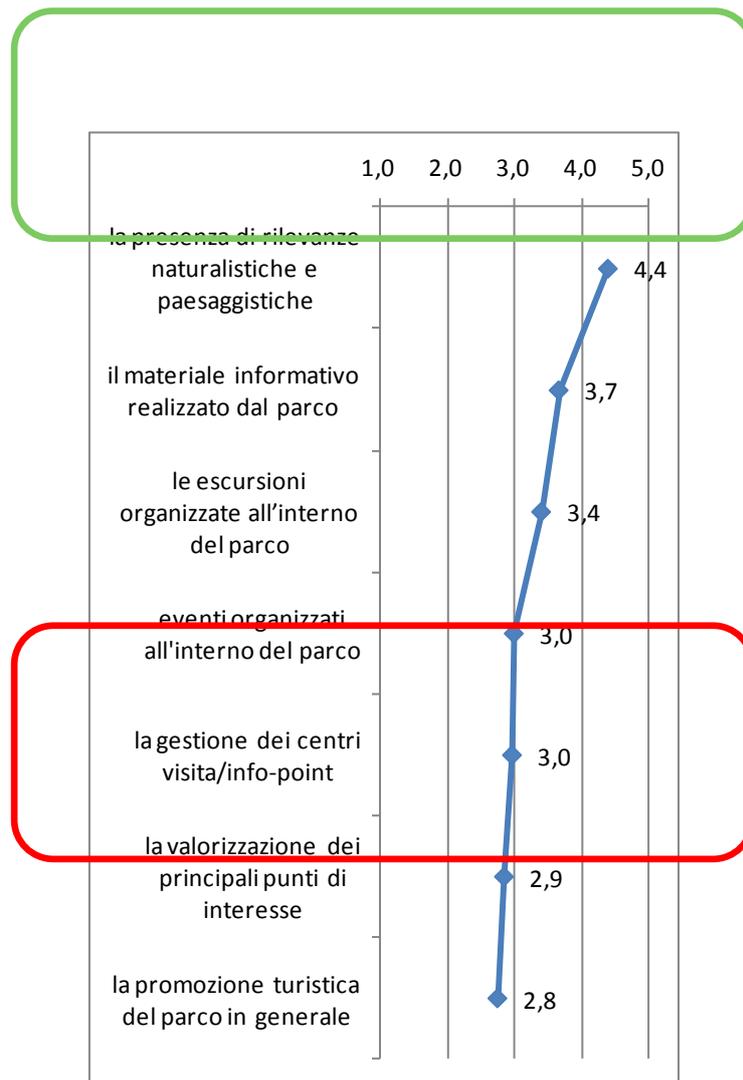
La localizzazione all'interno del parco delle strutture turistiche intervistate ne fa degli osservatori privilegiati per valutare alcuni fenomeni legati alle aree protette.

La rilevanza delle bellezze naturalistiche presenti nei parchi viene riconosciuta ampiamente (la valutazione media è di 4,7). Altri due sono i punti di forza segnalati dagli operatori: la conservazione di questo patrimonio (4) e la qualità del materiale informativo rivolto ai turisti (3,7).

I servizi turistici, quali le escursioni guidate e i centri informativi hanno avuto una valutazione sempre in area positiva, così come la programmazione di eventi di animazione rivolti ai turisti.

Non raggiungono invece la soglia di accettabilità (valori medi inferiori al 3) le valutazioni fornite a due aspetti importanti: la valorizzazione dei punti di interesse turistico e la promozione turistica del parco.

Figura 53. Come giudica i seguenti aspetti del parco? - Valore medio calcolato su una scala da 1 a 5, in cui 1 = pessimo e 5 = ottimo



Anche entrando nel dettaglio delle problematiche al primo posto si posiziona proprio la scarsa capacità promozionale del parco, indicata dal 27% degli operatori come criticità.

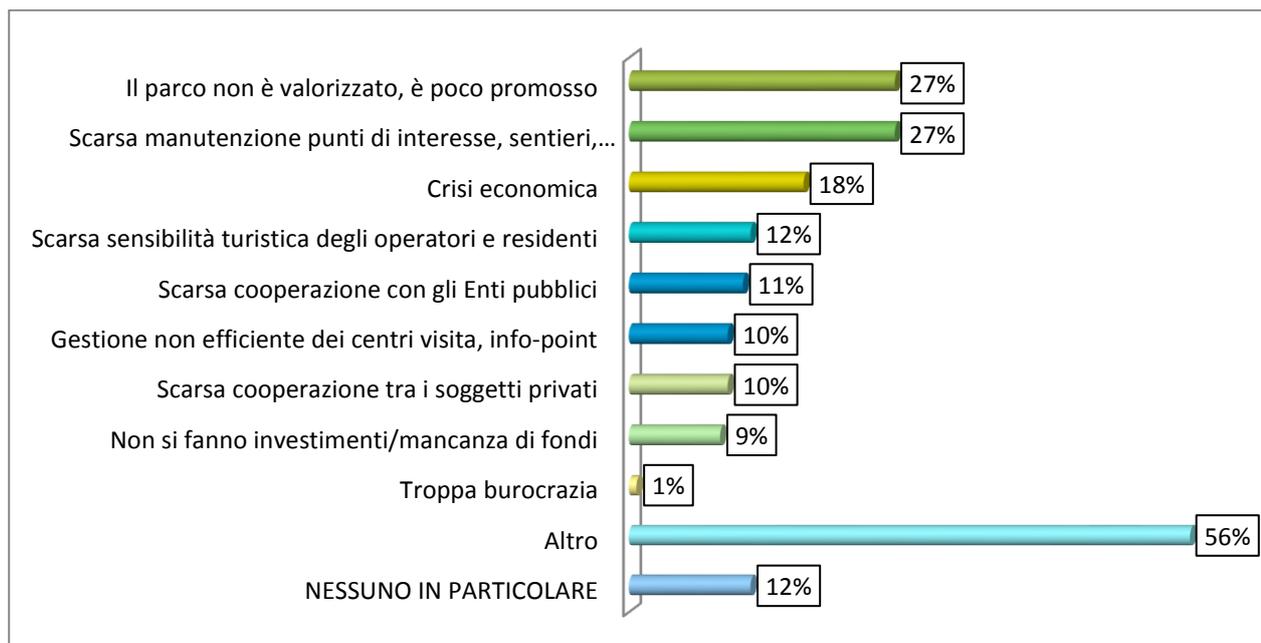
Altrettanto problematica risulta però la scarsa manutenzione dei punti di interesse, dei sentieri e della segnaletica. Si può legare a questo aspetto anche la gestione non efficiente dei centri visita e degli info

point indicata dal 10% degli operatori. In particolare si lamenta il turn over dei gestori e il fatto che non si rispettino gli orari di apertura o un livello di apertura minima.

La crisi economica per il 18% degli operatori ha inficiato le prospettive di sviluppo e comportato un taglio ai finanziamenti.

Vi è infine per il 10% circa di intervistati una generale scarsa sensibilità turistica nei residenti, negli imprenditori locali che potrebbero invece trovare sinergie con il settore e infine negli enti locali.

Figura 54. Quali problemi specifici incontra nello svolgimento della sua attività in relazione al parco?



La poca valorizzazione in chiave turistica è generale, ma a risentirne di più sono i parchi di maggiori dimensioni e già conosciuti nei circuiti turistici.

La scarsa manutenzione dei punti di interesse è segnalata dagli operatori dei parchi più grandi, ma anche da quelli localizzati nei minori. Il problema dell'inefficacia degli orari dei centri informativi è più specifico e interessa il Corno alla Scale, il Frignano, i Sassi di Roccamalatina, oltre che i parchi nazionali e il Delta del Po.

I parchi più grandi, quindi i due nazionali, il Delta del Po e il Frignano avendo più operatori turistici hanno risentito di più della crisi economica; ma è altrettanto vero che proprio in questi parchi si riscontrano gli operatori che hanno dichiarato che non ci sono problematiche particolari collegate al parco.

Le risposte aperte fornite alla voce "altro" contribuiscono a descrivere meglio il quadro e a focalizzare sulle effettive difficoltà che incontrano gli operatori turistici.

Per alcuni titolari e gestori delle strutture all'interno del Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano (la metà circa degli intervistati) il fallimento degli impianti di risalita e la chiusura del centro visita di Villa Minozzo ha portato al declino di questa parte del territorio, mentre altri versanti sono più valorizzati. Più in generale però lamentano la scarsa collaborazione e coinvolgimento tra pubblico e privati, anche dovuto ad alcune fasi di transizione nell'organizzazione del sistema parchi regionale.

Limitato invece il contrasto con gli ambientalisti sulle scelte territoriali.

Circa il 50% degli operatori del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi ha voluto dare una propria valutazione. Le risposte convergono su 3 problemi principali: la scarsità di materiale informativo, soprattutto in lingua straniera, i troppi vincoli imposti dal regolamento del parco che ostacolano una fruizione turistica, anche se sostenibile, e infine la poca capacità di collaborazione tra privati e con il pubblico.

Anche nel caso del Parco del Delta del Po Emiliano-Romagnolo poco meno della metà degli operatori (18) ha espresso valutazioni personali sulle problematiche nel rapporto con il parco.

L'area non è organizzata per una vera e propria accoglienza: le segnalazioni riguardano l'assenza di un servizio di assistenza bici (es. gestione forature), dato che si punta molto sul cicloturismo, la scarsità del materiale promozionale distribuito alle strutture, il noleggio di barconi e delle stesse biciclette, la segnaletica scarsa e non pensata per gli itinerari promossi.

Il parco non rappresenta un punto di riferimento per un'offerta coordinata e quindi quello che si presenta alla clientela è una sommatoria di proposte spesso sovrapposte e non pensate per un'ottimale fruizione del territorio. Va infatti considerato che non ci si trova di fronte a un turismo organizzato, e quindi ogni aspetto che possa facilitare il turista guidandolo in un consumo intelligente va presidiato.

Infine questa polverizzazione dell'offerta e la scarsa collaborazione tra soggetti interessati ha fatto sì che non ci sia stata neanche una risposta concertata al calo del movimento turistico dovuto alla crisi e ai cambiamenti di abitudini.

Nell'Alto Appennino Modenese le problematiche non sono molto diverse: poco materiale informativo, poca segnaletica e scarsa manutenzione della segnaletica, dialogo assente tra parco e operatori, anche su proposte di iniziative concrete.

Tutti gli altri intervistati che appartengono alle aree protette più piccole segnalano che il parco non ha intrapreso una politica di sviluppo turistico, o meglio che questa se c'è non è stata condivisa con i soggetti che operano nel parco. Non c'è attenzione per i servizi turistici e questo lo si evince già dal malfunzionamento del centro visita, dal materiale informativo oltre che dalla poca manutenzione della sentieristica. La modalità con cui ci si rapporta al parco non è efficace. Il dialogo è monodirezionale ed è basato su un comune obiettivo di sviluppo turistico.

L'altra metà degli intervistati non ha aggiunto precisazioni sulle problematiche dei loro parchi di riferimento.

### ***3.2 Interviste ai soggetti coinvolti nelle politiche territoriali***

Dopo aver raccolto le informazioni e le valutazioni degli operatori turistici localizzati nei parchi, si è ritenuto opportuno coinvolgere nella rilevazione anche alcuni soggetti che per varie competenze intervengono nella definizione o nell'applicazione delle politiche di sviluppo del territorio anche in chiave turistica.

Dalle interviste sono emerse principalmente delle conferme sui dati raccolti sull'analisi di scenario e una serie di osservazioni che contribuiscono a delineare meglio le azioni intraprese recentemente per supportare il turismo locale e indirizzarlo verso un'offerta efficace.

La gestione politica dei parchi in questi ultimi anni sta vivendo un momento di profondi cambiamenti. Da un lato incide la nuova organizzazione dei parchi e dall'altro l'incertezza politica ed economica, con tagli di budget significativi per le amministrazioni pubbliche.

Affrontare il cambiamento non è mai semplice e anche in questo caso ci sono situazioni in divenire che esprimono progettualità e altre che devono ancora consolidarsi.

È però importante rilevare che da parte di tutti c'è il riconoscimento della necessità di avviare un processo di ripensamento.

Il turismo è un'opportunità concreta e il punto di partenza è dato dall'attuale offerta turistica dei parchi che è costituita da prodotti servizi e operatori.

Nei parchi maggiori l'attrattiva turistica è stata costruita su questi fattori:

- Patrimonio naturalistico
- Educazione ambientale
- Flora e fauna
- Enogastronomia
- Sport in natura
- Borghi minori
- Tradizioni locali

L'approccio adottato sino ad ora per valutare le potenzialità turistiche dei parchi è legato al pregio del patrimonio; ma è riduttivo dare per scontato che i nostri luoghi siano talmente belli e unici che meritano di essere visitati. Questo atteggiamento mostra i suoi limiti soprattutto rispetto ai modelli di consumo attuali che sono diventati piuttosto complessi. Oggi il turista ricerca emozioni strutturate e servizi efficienti in tempi di soggiorno contratti.

I prodotti vanno progettati in aggregazione tra di loro con nuovi abbinamenti in grado di attrarre e di "stupire" i turisti, che non sono più consumatori, ma professionisti del processo di acquisto e consumo del viaggio, con un'attenta valutazione del rapporto qualità prezzo.

Inoltre va considerato che non tutti questi prodotti turistici hanno la stessa consistenza e le stesse potenzialità di sviluppo.

Le leve utilizzate nei casi di eccellenza citati nelle interviste (ad esempio le cooperative I Briganti di Cerreto<sup>23</sup> o Valle dei Cavalieri di Succiso) sono l'autenticità, la qualità enogastronomica, il turismo dei produttori e una nuova sensibilità paesaggistica.

L'escursionismo è ancora il fenomeno prevalente, i flussi turistici si concentrano invece nei weekend e solo nei parchi di maggiori dimensioni c'è una stagione estiva o invernale con presenze anche settimanali.

Il turismo stagionale della villeggiatura in Appennino, ad esempio, è già presente, ma non è sufficiente per una sostenibilità delle strutture e delle comunità locali e non è quello a cui rivolgersi per avviare un processo di sviluppo.

---

<sup>23</sup>Vedi anche Osservatorio Regionale sul Turismo "L'integrazione di filiera nell'offerta turistica: l'emersione di nuove pratiche sportive nel tempo libero" a cura di Link Associati

Alcuni progetti a volte già citati nel testo vanno proprio in questa direzione: ad esempio l'Alta Via dei Parchi, un percorso di circa 500 km di itinerari mappati e segnalati per trekking, rappresenta un modello di prodotto in grado di creare flussi turistici specializzati nell'escursionismo di un certo livello. Ma allo stesso tempo, se proposto in pacchetti specifici separati, può attirare anche diverse tipologie di clientela.

Alcuni dei punti di forza in ottica turistica che presenta questa iniziativa sono:

- aver messo assieme competenze di tutela territoriale con quelle turistiche;
- essere riuscita a inserire in modo diverso l'Appennino e i parchi nel sistema della promozione - commercializzazione turistica della regione (coinvolgimento dell'Unione di Prodotto Appennino e Verde e di APT servizi);
- aver sviluppato un brand che va oltre i confini amministrativi che caratterizzano anche la gestione dei parchi che non è riconosciuta o riconoscibile per il turista;
- aver sensibilizzato gli operatori anche se a macchia di leopardo su una professionalizzazione dell'offerta turistica;
- aver messo a disposizione un prodotto con potenzialità anche sui mercati stranieri.

Il processo di concretizzazione del progetto non è ancora completo e molte sono le aree di possibile miglioramento, però i presupposti sono coerenti con uno sviluppo turistico sostenibile e compatibile con gli scenari di mercato.

Le prime presentazioni professionali sui mercati esteri (in particolare fiere in Russia, Brasile e Stati Uniti) hanno dato come feedback un potenziale interesse.

Un altro tentativo di promuovere verso i mercati esteri l'offerta naturalistica è stata la prima edizione del Buy Delta del Po, un workshop organizzato per facilitare il contatto tra gli operatori ricettivi del Parco del Delta del Po nei versanti emiliano romagnolo e veneto e alcuni tour operator provenienti dai paesi del centro e nord Europa, identificati come potenziali mercati di riferimento. L'iniziativa, alla sua prima edizione, ha avuto feedback positivi soprattutto su due aspetti:

- aver contribuito a consolidare il dialogo tra i due versanti del Parco del Delta del Po;
- aver sensibilizzato gli operatori sul fatto che per affrontare il mercato estero è necessario avere un approccio integrato in cui si mettono assieme operatori ricettivi diversi e servizi sul territorio.

Un altro esempio è legato alle proposte per "un'altra neve". Le escursioni con le ciaspole hanno avuto un vero e proprio boom. L'interesse per questo tipo di attività sportiva da parte degli operatori più attenti è dovuta al fatto che chi sceglie questa forma di esplorazione del territorio ha un atteggiamento "slow" benefico per il turismo locale.

Si apprezzano oltre agli aspetti naturalistici, anche la buona cucina con consumi presso i produttori, le soluzioni ricettive particolari, le forme esperienziali di scoperta delle risorse dei luoghi.

Un altro modello legato a questo modello di "montagna alternativa", complementare a sci e snowboard, è il progetto "Neve Natura", riferito al Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano<sup>24</sup>, ma si possono citare

---

<sup>24</sup><http://www.parcoappennino.it/neve.natura.php>: Neve Natura è un progetto didattico che propone, come attività formativa, l'esperienza diretta dell'Appennino. L'obiettivo generale del progetto è quello affezionare i ragazzi alla montagna attraverso la conoscenza e la pratica del territorio appenninico. Gli obiettivi specifici sono quelli di far

anche altri esempi di coinvolgimento attivo: alla ricerca del lupo, turismo di comunità, mongolfiere, parchi avventura, ecc.

Gli esempi positivi sono numerosi, e presentano spesso alcuni aspetti comuni, a sottolineare che lo sviluppo turistico si basa su specifici elementi replicabili.

Va però evidenziato che non è casuale che queste buone pratiche si riferiscano per lo più ai parchi di maggiori dimensioni.

Il brand “parco nazionale” ha una sua riconoscibilità anche a livello internazionale e questo probabilmente ha facilitato il processo di avvio verso uno sviluppo turistico. Anche il Delta del Po è conosciuto a livello europeo come una delle più interessanti aree umide della penisola. È più difficile pensare a un turismo dei parchi rispetto ad altre realtà più piccole o che si pongono solo ora l’obiettivo di “riconvertirsi” in chiave di accoglienza.

Va anche chiarito che pochi scelgono o sono consapevoli di fare turismo all’interno di un parco, a meno che la destinazione individuata non faccia esplicitamente riferimento al nome dell’area protetta. Si scelgono Sestola, il Lago di Suviana, le Foci del Tevere, Pennabilli, ecc. Oppure si sceglie una destinazione in un parco per una funzione ludica: cercar funghi, andare in moto, fare sport ma anche ricerca scientifico-naturalistica, ecc.

Il “parco” in certe situazioni da “brand” diventa solo un confine amministrativo che non coincide con la percezione del visitatore.

Si sta lavorando anche in questa direzione. I parchi nazionali aderiscono a circuiti che prevedono interazioni con altri parchi (es. Appennino Tosco-Emiliano e Cinque Terre) e partecipano a varie iniziative di web marketing o promo-commercializzazione in collaborazione con enti di gestione, operatori privati o loro rappresentanze

Per quanto riguarda i servizi turistici non tutto il territorio parchivo che interessa la regione ha un’offerta qualitativamente omogenea. In alcune aree la filiera turistica non c’è, o meglio si configura come una sommatoria di operatori ricettivi e soprattutto ristorativi che vivono su una clientela per metà abituale.

La ricettività dei parchi è soprattutto extralberghiera. Questo contribuisce a caratterizzare l’ospitalità e offre una maggiore flessibilità, ma lascia anche spazio a dei “fai da te” discontinui nel servizio e nel livello qualitativo che danneggiano l’immagine complessiva di un’area.

L’offerta alberghiera che ha visto un’aspra selezione competitiva sul mercato negli ultimi anni completa la gamma di offerta ricettiva.

Non c’è molta capacità di posti letto ma è sufficiente se si considera una stagionalità allungata rispetto a picchi estivi o di quando c’è la neve. La disponibilità ad oggi è tale da non dare priorità a investimenti per aumentare il numero di letti disponibili o di esercizi. Il livello qualitativo è disomogeneo ma come si diceva

---

acquisire strumenti utili alla crescita e alla formazione, proporre l’Appennino come alternativa sostenibile ai modelli attuali di turismo invernale, coinvolgere le popolazioni locali nella testimonianza e favorire lo scambio culturale con i ragazzi, sempre meno numerosi nei paesi del crinale.

è espressione della forza imprenditoriale locale. La montagna in tal senso soffre di spopolamento “demografico e aziendale” e avrebbe bisogno di un supporto attivo per ricreare un tessuto imprenditoriale adeguato ad affrontare questa fase di cambiamento. Per far questo si può comunque ragionare in rete sfruttando anche professionalità che nascono in altre aree ma che per competenze maturate nell’incoming ad esempio possono concretamente aiutare lo sviluppo del territorio dei parchi.

L’offerta turistica non può però limitarsi al ricettivo o anche alla ristorazione, occorre implementare dei servizi che favoriscano la fruizione durante il consumo o che intervengano durante la fase di acquisto.

I servizi informativi, locali e sul web, le guide, l’organizzazione delle escursioni, la manutenzione del verde, il trasporto locale, il noleggio attrezzature ecc., sono presenti e attivi nella maggior parte delle realtà. Ciò che è carente è la consapevolezza che sono tutti anelli di una filiera, o meglio di un network che deve essere pronto a soddisfare le esigenze del turista.

Mettere al centro il cliente non è pericoloso per le finalità conservative del patrimonio che sono alla base della istituzione dei parchi.

Conciliare turismo e ambiente in questi luoghi si può e si deve.

Innanzitutto va precisato che i numeri del turismo attuale, ma anche di quello che si auspica avere nei prossimi anni, identificano un impatto antropico talmente limitato da non causare danni.

E comunque le linee di orientamento intraprese o programmate vanno in direzione ad esempio del recupero delle identità e dei siti che erano in via di abbandono, della proposta di una fruizione diversa, più familiare, più dolce del territorio anche per poter differenziare l’Appennino dalle Alpi.

La conservazione dell’ambiente non è un ostacolo alla valorizzazione turistica, ma una carta da giocare anche a livello di comunicazione e di promozione.

Nel tempo anche le associazioni ambientaliste che hanno sempre partecipato alla gestione dei parchi hanno approvato, definendone gli ambiti e i limiti ad esempio anche con standard legati a comportamenti di rispetto ambientale, una svolta turistica del territorio.

I ruoli e i soggetti interessati che partecipano a questo processo di conservazione dell’ambiente ma allo stesso tempo di preparazione per una corretta fruizione (es. pulizia sentieristica, segnaletica, regolamentazione, ecc.) sono numerosi e le loro attività devono essere coordinate verso obiettivi comuni condivisi. Si potrebbe anche pensare di affiancare a questi delle nuove competenze di controllori.

L’approccio deve essere sistemico.

Questa affermazione consente di affrontare un altro tema caldo relativo ai parchi. Il nuovo riassetto in macroaree delle aree protette regionali.

La riorganizzazione viene valutata in generale come un’opportunità che va colta da parte di tutti i soggetti interessati.

È innegabile che la polverizzazione della gestione dei parchi regionali e delle altre forme di aree protette rappresentasse un elemento di inefficienza. L’accorpamento degli organismi di gestione può favorire una visione del territorio di più ampio respiro, così come richiesto per un opportuno sviluppo turistico.

Risulta un po' arida la scelta di abbandonare ogni riferimento al concetto di parco. La macroarea enfatizza la percezione di sistema amministrativo, mentre come più volte ribadito occorre andare verso un sistema che coniughi natura e risorse umane.

I nuovi enti di gestione potranno giocare un ruolo più attivo nel sistema turistico regionale, cosa che risultava più difficile nel precedente panorama frammentato. Ma molto dipende dai bilanci e dalle modalità operative con cui si darà vita al nuovo sistema che per ora è sulla carta.

Oltre alla revisione del sistema parchi ci sono in atto anche interventi che possono incidere sulla organizzazione dei singoli parchi.

EUROPARC Federation, rappresentata in Italia da Federparchi, ha promosso negli ultimi anni la diffusione della Carta Europea per il Turismo Sostenibile nelle Aree Protette (CETS). Si tratta di uno strumento metodologico di supporto alla gestione dei parchi per favorire forme di sviluppo in grado di contribuire "in modo equo e positivo allo sviluppo economico e alla piena realizzazione delle persone che vivono, lavorano o soggiornano nelle aree protette".<sup>25</sup>

Punto centrale della Carta è la definizione di una strategia comune e di un piano di azione per uno sviluppo turistico che coinvolga tutti i soggetti portatori di interesse: i gestori del parco, gli enti, gli operatori economici locali e i tour operator.

L'implementazione di un sistema di gestione secondo questo standard comporta la registrazione nell'ambito di un circuito internazionale che riconosce questi valori e comportamenti virtuosi e promuove le strutture aderenti.

Ad oggi le aree protette che aderiscono alla Carta Europea per il Turismo Sostenibile sono 107, di cui 13 in Italia<sup>26</sup>. Per quanto riguarda i parchi dell'Emilia Romagna, il Parco Interregionale del Sasso Simone e Simoncello risulta tra i candidati in attesa di registrazione mentre il Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano ha avviato il percorso di adesione.

Va però riconosciuto che difficilmente questo marchio potrà avere una valenza commerciale tale da incrementare i flussi nazionali o internazionali dei parchi.

Il vero valore di questo processo di impostazione di un sistema di gestione dei parchi è quello di avviare una procedura di revisione delle funzioni e delle attività collegandole a obiettivi comuni e condivisi da tutta l'organizzazione, dai soggetti presenti nei parchi con evidenti benefici sia per il parco sia per chi ne fruisce.

---

<sup>25</sup> Il testo della carta è disponibile su [www.european-charter.org](http://www.european-charter.org)

<sup>26</sup> Fonte: [www.european-charter.org](http://www.european-charter.org).

#### 4 Le potenzialità dei parchi e delle aree protette in Emilia Romagna come prodotto turistico

L'analisi dell'offerta e del mercato di riferimento condotta attraverso l'indagine agli operatori e ai gestori dei parchi ha consentito di identificare le potenzialità e le criticità dell'attuale offerta turistica dei parchi e delle aree protette in Emilia Romagna. Di seguito si sintetizzano le conclusioni più rilevanti.

Il turismo non è una via obbligatoria per lo sviluppo territoriale delle aree dei parchi, ma è sicuramente una strada percorribile che va affrontata in maniera consapevole e appropriata ai singoli contesti. Ci sono infatti alcune condizioni che supportano questo tipo di indirizzo.

Il turismo naturalistico negli ultimi anni ha infatti mostrato un trend positivo, spinto soprattutto da una nuova sensibilità per la natura e il rispetto ambientale maturato dalle nuove generazioni e da quelle che attualmente comprendono i decisori della gestione turistica del tempo libero.

Non c'è il rischio che diventi una forma di turismo di massa. Innanzitutto perché il fatto stesso che si ricerchi il contatto e la scoperta della natura, differenzia il turista naturalistico da un consumatore di risorse del territorio. C'è anche da dire che ad oggi la domanda di turismo è sempre più personalizzata, tante sono le nicchie da servire e tante le opportunità. Non è pensabile proporre un modello incompatibile con aspetti di servizio personalizzati e con la comunità residente nelle destinazioni.

I modelli di consumo si sono però modificati. L'approccio organizzativo e di acquisto del viaggio si è fortemente orientato verso un "fai da te" supportato dagli strumenti tecnologici, che richiede da un lato l'implementazione di sistemi di comunicazione basati sul web e dall'altro una attenzione nuova ai servizi che consentono una fruibilità del territorio in una modalità autonoma (segnaletica, itinerari, ecc.).

Si è affermata anche una nuova sensibilità sui comportamenti socio ed eco sostenibili che vengono richiesti come un qualsiasi requisito strutturale al territorio che si intende visitare.

Sul lato dell'offerta va sottolineato che il sistema parchi dell'Emilia Romagna offre una molteplice varietà di proposte, che integra un patrimonio naturalistico di tutto rispetto, piuttosto vario e diffuso su tutto il territorio regionale, con una capacità di promo-commercializzazione maturata sull'esperienza della costa. Questo però a scapito di una concentrazione territoriale che caratterizza e favorisce invece altri parchi nazionali a forte vocazione turistica, come ad esempio il Parco Nazionale d'Abruzzo o i parchi alpini Paradiso e Stelvio.

Da un punto di vista amministrativo il sistema parchi regionale ha subito recentemente una forte ristrutturazione e riagggregazione in macroaree, che mira a un'ottimizzazione delle risorse prima sparpagliate in una situazione molto polverizzata.

Il livello di aggregazione però che caratterizza gli operatori localizzati nei territori interessati e anche la capacità di collaborazione con gli enti locali non è elevata e soprattutto non è omogenea nelle varie realtà.

Questo rappresenta un limite soprattutto in questo momento di crisi che comporta una riduzione dei consumi, della redditività delle imprese e in parte un ripensamento degli investimenti. Gli operatori hanno

dichiarato che il numero dei clienti o è stabile o addirittura è diminuito, questo sia per quanto riguarda il mercato interno italiano ma anche di quello europeo che rappresenta la maggior parte delle provenienze da paesi esteri.

Nei momenti difficili laddove viene compreso che il lavorare insieme comporta dei vantaggi si possono intraprendere percorsi di miglioramento. Dove invece non c'è aggregazione e occorre costruire una opportuna sensibilizzazione, questo costituisce un rallentamento che va a scapito dell'efficacia del processo di miglioramento stesso.

In ogni caso non è tutta colpa della crisi, la crisi rappresenta un ulteriore ostacolo che complica le prospettive di sviluppo, in scenari perfettibili.

Risulta quindi più difficile dare risposte attive ed efficaci alle mutate richieste di mercato. Il settore turismo non sempre ha saputo adeguarsi ai vari cambiamenti di scenario. Sia nel caso di operatori turistici già da lungo presenti sul mercato sia da parte di nuovi operatori che hanno affrontato il mercato in maniera poco consapevole.

È comunque vero che il turismo con le sue potenzialità di sviluppo può rappresentare una leva su cui costruire lo sviluppo di aree minori che stentano a riconvertirsi o ad affermarsi nel panorama economico regionale.

Il turismo esprime potenzialità sia in termini di creazione di impresa perché ha un indotto ampio e che non richiede investimenti infrastrutturali proibitivi, sia di sviluppo occupazionale; ma non sempre c'è una sensibilità di tipo turistico nei luoghi in cui si vuole creare appeal.

La presenza di un parco può fare da promotore per l'avvio di un processo di sviluppo, ma anche da ostacolo nel momento in cui prevale l'aspetto conservativo o un presidio di minima e non si coordinano le attività di tutti nel nome di un "brand" o di un progetto parco condiviso.

La clientela attuale dei parchi presenti nel territorio dell'Emilia Romagna è soprattutto italiana, ed in particolare infraregionale, ma i parchi più grandi sono già frequentati da residenti di altre regioni non solo limitrofe e da stranieri.

Alcuni mercati esteri in particolare potrebbero esprimere flussi di nicchia anche significativi: Francia, Olanda, Germania ad esempio. Si tratta di paesi in cui c'è una certa sensibilità per il turismo naturalistico, in cui i potenziali clienti conoscono già l'Italia (sono repeaters) e vanno alla scoperta delle destinazioni minori. Chi sceglie l'Italia da questi mercati in particolare non cerca più soltanto l'evasione climatica e quindi il prodotto balneare.

Il target è costituito da coppie e famiglie: un mercato che si autogestisce e che se opportunamente stimolato può scegliere destinazioni alternative, ma solo se trova un buon rapporto qualità/prezzo. Ricercano un ambiente autentico, ospitale, conservato e rispettato, interessante da un punto di vista naturalistico, ma anche storico culturale. Questo significa a prescindere dal patrimonio naturalistico, storico e culturale almeno servizi, fruibilità, sicurezza, collegamenti, competenza ed eco compatibilità.

È inoltre necessario individuare nuove nicchie di mercato. È stato citato ad esempio un certo interesse per coloro che associano la vita anche temporanea come nel viaggio in ambienti naturalistici con la ricerca di un equilibrio interiore. Alcuni operatori hanno cominciato a ospitare eventi legati alle forme alternative di cura, alla meditazione, allo yoga o a discipline di origine orientale.

Anche il mercato degli sportivi ha delle potenzialità. Proposte di vacanze attive per tutti o per nicchie specifiche sono sicuramente un prodotto che ha, secondo gli operatori, delle potenzialità di sviluppo.

Lo spettro su cui costruire pacchetti o itinerari è ampio: si va dagli sportivi che vogliono praticare sport in natura, ai professionisti in ritiro, fino ai campi tematici sportivi dei ragazzi con o senza famiglia a seguito.

Non tutti i parchi e soprattutto non tutte le aree dei parchi hanno le stesse potenzialità turistiche in grado di generare presenze. L'offerta del sistema regionale è piuttosto polverizzata.

C'è una parte di parchi che occupano territori di crinale che si sviluppa anche se in maniera non sempre continuativa lungo la fascia appenninica che accompagna la pianura da Piacenza fino alla Riviera. Queste aree protette se pensate come un insieme unico e libero dai confini amministrativi, così come le può percepire un turista, assicura una certa attrattiva turistica, nel senso che la sua esplorazione in un solo viaggio o in varie tappe può giustificare un soggiorno. Il progetto dell'Alta Via dell'Appennino rappresenta proprio una proposta che va in questo senso, ma che necessita ancora di qualche messa a punto.

Il Delta del Po Emiliano Romagnolo ha caratteristiche specifiche e gode, o soffre a seconda delle valutazioni, della vicinanza con la parte alta della riviera romagnola. L'integrazione tra turismo balneare e entroterra è infatti difficile da realizzare per tanti fattori. È invece auspicabile il superamento della barriera amministrativa che vede sostanzialmente separate la parte del parco del Veneto da quella dell'Emilia Romagna. Le potenziali sinergie sono evidenti ma questo spirito di collaborazione deve interessare non solo gli enti locali, ma soprattutto gli operatori turistici.

I parchi romagnoli infine potrebbero essere integrati in una offerta che comprenda anche le Marche, sempre ragionando con una logica di superamento dei confini amministrativi ma con uno sforzo evidente di coordinamento tra più enti locali e diverse competenze oltre che di normative. È richiesto un passaggio culturale e un nuovo modo di lavorare che nella pubblica amministrazione non è così scontato anche se auspicabile.

Un ulteriore elemento che va curato è la scelta di un brand comunicativo che possa fungere da ombrello o da contenitore di più prodotti turistici dell'entroterra così da venire incontro all'esigenza di personalizzazione più volte citata come comportamento del turista.

Nelle interviste di profondità sono stati forniti più spunti. Tra questi, visto che si è appena parlato di una offerta integrata romagnola e marchigiana, un esempio può essere quello di "Montefeltro": questo nome si configura come elemento evocativo che può sollecitare, a seconda del destinatario, stimoli di tipo storico ma anche naturalistico per l'identificazione con un territorio verde e ben conservato.

Lo scenario analizzato ha evidenziato che per il sistema parchi dell'Emilia Romagna esistono molte potenzialità turistiche ma anche molte contraddizioni da risolvere.

Quello che emerge in modo chiaro è che lo sviluppo turistico non può prescindere da alcuni elementi fondamentali. Possiamo assumere come linee guida:

- Impostare lo sviluppo adottando un modello sostenibile che tenga conto delle esigenze dei turisti e dei residenti e che sia in grado di garantire una redditività alle attività imprenditoriali locali con una prospettiva di sviluppo occupazionale a freno dell'evasione verso centri urbani.
- Selezionare anche a scapito di alcuni territori le aree che effettivamente se promosse possono generare attrazione turistica
- Avere un approccio partecipato e mirato alla sensibilizzazione dei vari soggetti interessati nel territorio nella fase di impostazione del piano di sviluppo.
- Implementare servizi che consentano ai turisti di fruire del territorio in modo autonomo nell'ambito di un network gestito a livello locale e presidiato
- Presidiare la presenza e la fruibilità delle informazioni in rete dato che internet è l'ambiente in cui si ricerca per organizzare i viaggi. Questo aspetto può anche stimolare nuove professioni sul territorio soprattutto per le nuove generazioni dato che la lontananza dai centri urbani non è penalizzante.
- Vanno sviluppati dei "prodotti turistici" rivolti ai potenziali clienti e a quelli già acquisiti che stimolino la curiosità e intervengano nel processo di scelta e prenotazione. I pacchetti e gli itinerari devono essere propositivi, non tutti sono in grado di aggregare le varie parti di offerta secondo percorsi soddisfacenti ed evocativi. I principali operatori turistici on line stanno proprio lavorando per intervenire sulla barriera emozionale nel processo di acquisto.
- Va fatta una promo - commercializzazione concertata tra soggetti privati e pubblici.

Il passo preliminare per fare questo è formare al turismo il territorio e gli operatori che lo compongono.

Non ci si può improvvisare imprenditori turistici, occorre invece imparare l'accoglienza e l'appartenenza a una filiera complessa e articolata.

La formazione quindi non può essere solo puntuale su alcuni argomenti di moda (es. web marketing) ma deve puntare a pensare a un modello sostenibile di turismo rispetto al territorio in cui si vive.

Per questo probabilmente è necessario agire su due fronti: le nuove risorse e l'offerta già presente.

Per aumentare le potenzialità occupazionali si dovrebbe individuare quali professionalità sono realmente necessarie al territorio e quali possono essere le competenze necessarie per rendere sostenibile una offerta locale efficace.

Spesso si dice che per generare i flussi è importante soprattutto aumentare il numero dei posti letto. In base a quanto emerso già da questa analisi questo approccio non è valido per i parchi regionali. Probabilmente nel tempo sarà necessario aumentare la capacità ricettiva ma solo a fronte di un progetto specifico.

È più importante ripensare i servizi turistici da fornire per stimolare la permanenza rispetto al mordi e fuggi: trovare figure in grado di costruire gli itinerari, non solo di guidare i turisti, in grado di comunicare e stimolare con gli strumenti del web, ma anche personale operativo dell'accoglienza o della ristorazione "innamorato" dei luoghi in cui vive e curioso di riproporre in chiave anche nuova ciò che lo caratterizza.

Se si individuano quindi le giuste figure professionali sicuramente sarà più efficace la formazione e soprattutto risulterà più facile collocare le persone formate e fidelizzarle al territorio di riferimento.

La formazione, come si diceva, va però anche rivolta a chi già opera nel parco. La formazione spesso fa da collante all'interno di una comunità, consente un confronto tra i vari soggetti e facilita lo scambio di esperienze e anche di informazioni.

A volte c'è anche la necessità di "insegnare" il senso di appartenenza, di costruire una identità forte di territorio. I turisti spesso lamentano la poca autenticità di alcune destinazioni. Dove questo aspetto può rappresentare un elemento attrattivo, come nel caso del turismo nei parchi, va quindi presidiato.

Per questo obiettivo potrebbe essere uno strumento efficace organizzare educational tour, che vanno rivolti però contrariamente al solito non agli opinion leader o ai tour operator, ma agli imprenditori locali e al loro personale per fargli conoscere il territorio e la gamma di servizi turistici che esso può assicurare.

La sensibilizzazione degli imprenditori locali va quindi costruita non solo attraverso le tecniche per l'ottimizzazione della gestione delle imprese, ma anche su valori autentici da comunicare ai clienti.

La fase successiva alla sensibilizzazione è la creazione di network che mettono in relazione operatori di uno stesso parco, ma anche di parchi diversi. Le reti non devono necessariamente essere strutturate, cosa che forse appesantirebbe ulteriormente la fase di aggregazione. L'obiettivo deve essere quello di coinvolgere le risorse imprenditoriali locali in un percorso di sviluppo i cui benefici avranno una ricaduta diffusa.

Esistono forme di network o più precisamente aggregati di comunità ma sino ad ora non sono stati stimolati alla condivisione di obiettivi di sviluppo turistico o almeno non in maniera sistematica. Ecco perché le valutazioni sulle prospettive turistiche di alcuni parchi sono positive e su altri invece molto meno. Nelle interviste sono anche stati citati alcuni esempi di iniziative aggregative che hanno funzionato.

Ad esempio nell'area dell'Appennino Tosco-Emiliano, per proporre un'offerta enogastronomica di qualità coerente con le risorse del parco e con la tradizione, dall'autunno del 2008 è stato avviato il progetto "Appennino Gastronomico - Menù a Km Zero", in collaborazione con Coldiretti e la Scuola Internazionale di Cucina Italiana-ALMA. I ristoratori sono stati formati su come preparare il menù dal punto di vista della scelta degli ingredienti, in modo da incentivare la filiera corta, e ogni esercizio ha sviluppato per i clienti menù originali che recuperano e valorizzano il patrimonio agro-alimentare locale.

Per quanto riguarda l'offerta enogastronomica è opportuno fare anche alcune considerazioni sull'impatto degli eventi ed in particolare delle sagre.

L'Emilia Romagna è una regione che sulle potenzialità turistiche dell'enogastronomia ha già puntato l'attenzione da tempo. Vanta infatti ben 18 DOP e 15 IGP<sup>27</sup> tra cui alcuni dei più famosi a livello mondiale: prosciutto di Parma e Parmigiano Reggiano. Il più recente riconoscimento è relativo all'aceto balsamico di Modena. Creare sinergia tra turismo e prodotti tipici però non è un percorso facile o banale. L'appeal sui luoghi di produzione va sviluppato con una proposta radicata sul territorio che prevede un network vocato al turismo ma costituito da operatori che non sono turistici e proprio per questo più difficile da sensibilizzare.

---

<sup>27</sup> DOP è l'acronimo di Denominazione di origine protetta e IGP di Indicazione geografica protetta - Regolamento CE510/2006

Proprio in quest'ottica è stato creato il brand "Wine Food Festival"<sup>28</sup> che raggruppa una serie di eventi enogastronomici, concentrati soprattutto in autunno, selezionati perché in grado di generare presenze ricettive, coordinati tra loro e diffusi su tutto il territorio regionale.

È un'esperienza interessante soprattutto perché lega il mondo dell'agricoltura e del turismo su un obiettivo comune, destagionalizza i flussi e soprattutto grazie a un calendario concordato organizza gli eventi senza sovrapposizioni.

Il tema delle fiere e delle sagre, va però considerato in una accezione più ampia. Negli ultimi anni infatti, soprattutto nei centri minori e nelle zone rurali si è potuta riscontrare una rinnovata vitalità nei programmi dei vari comuni.

Queste manifestazioni a volte hanno una tradizione consolidata fortemente legata alla cultura locale, in altri casi invece sono state reinserite e promosse di recente con l'obiettivo di attrarre flussi di escursionisti locali e forestieri in periodi di scarsa movimentazione facendo leva sulla riscoperta dei valori tradizionali etnografici ed enogastronomici.

Resta comunque in entrambe le situazioni, la necessità di coordinare l'evento che occupa un punto o un arco di tempo ben preciso nell'anno con le attività stabili presenti nel territorio. La sagra/festa rappresenta una opportunità di animazione dei centri urbani piccoli o grandi che va adeguatamente gestita per avere la massima resa in termini di comunicazione e promozione oltre che di partecipazione.

Se viene a mancare questo aspetto la sagra/fiera si limita a rappresentare un evento, non una risorsa per l'area interessata, che va spesso a beneficio solo degli organizzatori o degli standisti che magari vengono da fuori.

Paradossalmente il fatto che alcuni eventi abbiano una partecipazione sentita e vasta sia di residenti che di turisti/escursionisti, non ha favorito lo svilupparsi di un approccio gestito e pianificato legato alle esigenze specifiche di valorizzazione del territorio.

Il dialogo con le categorie interessate, gli organizzatori e il pubblico rappresentano invece la base per indirizzare questa risorsa territoriale in maniera sinergica per l'economia locale.

Tra gli aspetti da presidiare si è più volte ricordata la comunicazione via web. Se ne è parlato come di un servizio rivolto al turista da cui non si può prescindere visti i cambiamenti indotti dalla tecnologia (web e mobile) sui comportamenti di acquisto e di consumo. Va però considerato anche il fatto che internet è uno strumento che può facilitare la comunicazione tra gli operatori stessi. Attorno a una pagina di facebook, blog, una web agorà o a un sito si può creare aggregazione e senso di appartenenza. È uno strumento da tenere in considerazione soprattutto perché il network da sviluppare si riferisce a territori non sempre vicini, vasti e complessi.

Non si può però pensare ad internet come l'unico strumento di comunicazione. In molte realtà ci è stato riferito che i contatti si limitano a mail o newsletter. Almeno in una fase iniziale di creazione di rapporti è necessario avere sia i canali tradizionali (comunicazione diretta, telefonica, cartaceo) sia quelli innovativi.

---

<sup>28</sup> [www.winefoodfestivalemiliaromagna.com/](http://www.winefoodfestivalemiliaromagna.com/)

Ma anche, più in generale, si riscontra che le generazioni che non sono native digitali, come quelle a cui appartengono gli operatori locali e gli amministratori, richiedono entrambi i sistemi di comunicazione, se si vuole avere un'efficacia nel raggiungimento dei risultati.

Non si può prescindere dai rapporti personali, dai faccia a faccia, anche se richiedono più energie e più risorse.

Un'ultima riflessione va fatta sulla propensione agli investimenti e all'innovazione. La crisi ha depresso le intenzioni di investimento degli operatori anche nel turismo, settore che meno di altri ha sofferto in questo periodo critico. E dove c'erano problematiche pregresse la situazione si è complicata di più.

I pochi fondi pubblici che sono a disposizione vanno quindi finalizzati a interventi la cui efficacia deve essere preliminarmente testata. Una nuova competenza professionale, pubblica o privata, che potrebbe interessare il mondo dei parchi e del turismo naturalistico è proprio quella che propone fonti, risorse o fondi da impiegare in progetti di promozione, riqualificazione e sviluppo (ad esempio "patti verdi" – "tarcisio").

Lo scenario delineato rappresenta per tutti i soggetti interessati (stakeholder) un punto di partenza privilegiato per definire azioni e programmi di miglioramento finalizzati a elevare la competitività dell'offerta turistica regionale. Questo valore è ancora più evidente se si considera il particolare momento a cui si riferisce l'analisi: il sistema parchi si trova in una fase di transizione e ridefinizione, sia politica che amministrativa, sia economica che culturale.

La sfida per il futuro è senza dubbio il superamento della crisi, la capacità di farsi portatori e promotori di un nuovo modo di fruire il territorio in chiave sostenibile, coniugando la protezione ambientale con l'attrattività turistica.