



ASSOCIAZIONE **I**TALIANA PER L'**A**GRICOLTURA **B**IOLOGICA

FORMAZIONE ECO – TURISMO “Training Eco-Tourism”

**Pianificazione e promozione di prodotti e servizi
turistici legati all’ambiente
Modulo 3 – sottomodulo 3**

(FASE 4)

Realizzato nell’ambito del Programma Leonardo da Vinci
Progetto Pilota
Contract n°: I/99/2/09043/PI/II.1.1.a/FPI



Programma Leonardo da Vinci
Programma d’azione per l’attuazione di una
politica di formazione professionale della
Comunità europea (1995-1999)

INDICE

1 INTRODUZIONE	2
2 CENNI SUL FENOMENO TURISTICO (IN AMBITO RURALE)	2
3 CHECK-UP DEL PROMOTORE DI SERVIZI E PRODOTTI PER UN TURISMO SOSTENIBILE	3
4 ALCUNI CASI STUDIO	5
4.1 ALLA SCOPERTA DELL'AGRICOLTURA BIOLOGICA IN BICICLETTA: L'"EKO- BOERDERIJ ROUTE" (DRENTE, PAESI BASSI)	5
4.2 PANTA REI	5
4.3 UN TERRITORIO PULITO – UN'INIZIATIVA DEL GAL SIBILLINI UMBRIA	6
4.4 LA VALORIZZAZIONE DELLA BIODIVERSITÀ NEL TEMPO E NELLO SPAZIO – IL CASO DELL'ECOMUSEO DELL'APPENNINO PISTOIESE	7
4.5 PROGETTI, CULTURA E COMUNICAZIONE NEL CHIANTI	8

1 INTRODUZIONE

Il presente sottomodulo formativo, ha come obiettivo primario quello di rendere disponibili informazioni utili per inquadrare la promozione del prodotto turistico nell'ambito del turismo sostenibile realizzato nelle aree rurali. Più in particolare esso si rivolge agli operatori agrituristici e del turismo rurale con lo scopo di fornire loro alcuni elementi per una migliore conoscenza del proprio ambiente di riferimento e su come promuovere i propri prodotti e servizi. Il procedimento logico adottato parte dal concetto di turismo in rapporto con l'ambiente, il paesaggio, il territorio ed il viaggiatore, passando attraverso la presa di coscienza del ruolo economico di catalizzatore e propulsore (per l'incontro tra domanda e offerta) che esso riveste in ambito turistico.

2 CENNI SUL FENOMENO TURISTICO (IN AMBITO RURALE)

Il turismo è tra i settori economici che, negli ultimi decenni, hanno fatto registrare l'edspanzione maggiore. Si pensi che, a livello globale, si è passati dai 25 milioni di turisti del 1950 - che hanno creato un giro d'affari globale valutato intorno agli 250 milioni di dollari – agli oltre 450 milioni nel 1991 – con un giro d'affari di circa di 8 miliardi dollari.

In ambito comunitario l'industria turistica occupa un posto importantissimo nell'economia (pari al 5.5% del PIL) e garantisce occupazione a tempo pieno per circa 7 milioni di persone. Tuttavia si pensa che l'attività turistica sia ben lontana dalla saturazione; infatti si prevedono significativi incrementi che interesseranno soprattutto le zone costiere e montane, e si concentreranno per lo più nell'area mediterranea.

Attualmente nell'Unione europea vi sono più di 600.000 alloggi agrituristici. Più in particolare: le aziende che offrono almeno un tipo di servizio di accoglienza agrituristica sono, ad esempio, l'8% del totale in Germania e nei Paesi Bassi, il 4% in Francia ed il 2% in Italia. In altri paesi, invece, la proporzione supera il 10% come in Austria, o raggiunge addirittura il 20% come in Svezia. Questa grande diffusione del fenomeno agrituristico, sicuramente destinato a proseguire, si spiega anche tenendo conto del fatto che le aree rurali costituiscono circa l'80% del territorio del vecchio continente.

In tutti gli Stati membri l'espansione turistica pone, oltre a problemi di sistemazione sul territorio, che si manifestano nella drammatica riduzione degli spazi naturali, anche enormi problemi di gestione legati all'insorgenza di fattori negativi: l'assalto alle città d'arte, il continuo degrado dei beni archeologici e culturali, l'erosione di spazi naturali fragili dovuta ad iniziative turistiche che hanno inesorabilmente consumato gli ambienti in cui andavano ad inserirsi, sono soltanto alcuni degli elementi con i quali una corretta politica di sviluppo e di riequilibrio del comparto turistico deve confrontarsi.

Ambiente e turismo sono strettamente legati tra loro; a differenza di altre attività economiche, però, questo collegamento è molto particolare, poiché si articola sia nella *'attrazione'* che gli spazi naturali esercitano sul turismo, sia nella *'repulsione'* che l'ambiente arriva a dimostrare per l'eccesso di presenza turistica sui territori, sia nel

‘paradosso’ costituito dalla repulsione che i flussi turistici arrivano ad avere per gli ambienti da essi stessi degradati.

Il turismo è materia prima per la crescita economica, ma è anche ‘prima materia’, il primo campo d’intervento praticabile per soddisfare quella richiesta d’incentivazione di attività economiche che viene formulata, come compensativa di vincoli, proprio dalla popolazione delle aree naturalisticamente pregiate che debbono essere protette. Tutto ciò comporta un’ulteriore linea di tensione tra necessità di conservazione degli spazi naturali, gestione compatibile delle risorse ed interventi per lo sviluppo economico e sociale.

Molti autori sono concordi nel ritenere che l’agriturismo rappresenti una risposta idonea ai problemi di compatibilità tra attività in grado di generare sviluppo e una gestione sostenibile del territorio, basata sulla conservazione del paesaggio e delle specie naturali, nonché sulla produzione di alimenti di qualità.

Al tal fine tuttavia è necessario predisporre un’offerta turistica adeguata, che sappia fornire servizi adeguati a quel tipo di clientela, attuale e potenziale, che desidera fare turismo in maniera diversa dal turismo consumistico e di massa.

3 CHECK-UP DEL PROMOTORE DI SERVIZI E PRODOTTI PER UN TURISMO SOSTENIBILE

Il check-up prevede una rapida rassegna di alcuni elementi dell’ambiente di riferimento nel quale l’operatore turistico sostenibile si trova ad operare e di cui deve tener conto.

Gestire il turismo in maniera globale

Lo sviluppo turistico nelle aree rurali si iscrive nei limiti della capacità di accoglienza dell’ambiente naturale, culturale e sociale. A questo scopo occorre pianificare, gestire e valutare regolarmente gli effetti delle attività turistiche sul territorio, tenendo conto di criteri ambientali (capacità di carico delle risorse naturali aziendali ed extra), economici (sostenibilità economica dell’impresa), sociali ed etici.

Contribuire a conservare e valorizzare il patrimonio esistente

Il turismo nelle aree rurali offre nuove opportunità di sviluppo adatte all’ambiente e rispettose delle caratteristiche locali. Occorre, però, destinare una parte dei benefici economici legati all’attività turistica, di cui usufruisce il territorio, alla conservazione ed alla gestione delle risorse naturali che rappresentano il patrimonio in grado di esercitare attrazione per i turisti stessi.

Tutelare le risorse e salvaguardare i paesaggi

Conseguentemente al punto precedente il turismo nelle aree rurali deve essere gestito in modo da ridurre al minimo il consumo delle risorse naturali (acqua, energia, spazi), ridurre gli scarichi legati allo sviluppo dei servizi turistici nelle acque, nell’aria e nei suoli e promuovere l’uso di forme di trasporto rispettose dell’ambiente.

Sostenere l'economia locale

Il turismo nelle aree rurali contribuisce positivamente allo sviluppo economico locale, in particolare promuovendo l'occupazione, l'uso dei prodotti locali e la valorizzazione del patrimonio culturale e delle consuetudini locali. Una particolare attenzione va dedicata al mantenimento dell'equilibrio tra i benefici del turismo e quelli degli altri settori economici che contribuiscono alla gestione dell'ambiente, essendo il turismo il supporto ad attività complementari a settori tradizionali dell'economia.

Coinvolgere la popolazione residente

I cittadini residenti nelle aree rurali devono essere coinvolti nell'elaborazione dei progetti di sviluppo turistico e nella gestione partecipativa delle attività turistiche. Si tenga presente che lo sviluppo di un turismo consapevole assicura il migliore dei profitti, anche per le generazioni future.

Sviluppare un turismo specifico e di qualità

Le attività turistiche proposte nelle aree rurali si fondano sulle qualità intrinseche del territorio e sulla scoperta del patrimonio naturale e culturale. Sono condotte ad una scala appropriata all'ambiente, anche al fine di permettere ai visitatori di raggiungere un grado ottimale di soddisfazione.

Accogliere nuova clientela

Il turismo nelle aree rurali favorisce la scoperta della natura da parte di ogni tipo di utenza. Si rivolge spesso anche a giovani, anziani, disabili, e dunque esso presenta una forte connotazione etica e deve essere gestito in modo da evitare qualsiasi forma di elitarismo.

Sviluppare nuove possibilità occupazionali

Il turismo nelle aree rurali permette lo sviluppo di nuove forme di lavoro. Favorisce, in particolare, diverse tipologie (part-time, full-time, stagionale, etc.) che hanno anche la funzione di favorire l'integrazione sociale grazie, appunto, all'occupazione di diverse fasce di lavoratori: donne, giovani, svantaggiati.

Stimolare comportamenti consapevoli e rispettosi per l'ambiente

Le attività turistiche nelle aree rurali, supportate da azioni di promozione e di comunicazione condotte dall'insieme dei partner interessati, permettono di sensibilizzare i visitatori attuali e futuri verso la protezione dell'ambiente e di suscitare comportamenti rispettosi del territorio e dei suoi abitanti. A tale scopo, i prodotti ed i servizi turistici devono essere orientati anche verso l'educazione, l'interpretazione, in particolare per quanto riguarda l'offerta destinata agli studenti. D'altro canto, i messaggi utilizzati per la promozione e la comunicazione devono rivelare i valori del territorio ed aiutare a meglio gestire le visite, in particolare incitando ad effettuarle al di fuori dei periodi di maggiore presenza turistica.

Incoraggiare gli altri attori economici a prendere in considerazione i fattori ambientali, economici, sociali ed etici

Il turismo nelle aree rurali ha un forte valore esemplificativo rispetto allo sviluppo sostenibile del territorio, ed in questo senso esso può influenzare strategie e programmi di altri attori, interessati ad altri comparti dell'economia.

4 ALCUNI CASI STUDIO

4.1 ALLA SCOPERTA DELL'AGRICOLTURA BIOLOGICA IN BICICLETTA: L'"EKO-BOERDERIJ ROUTE" (DRENTHE, PAESI BASSI)

Il prodotto venduto è un'attività ricreativa (un'escursione in bicicletta) e una culturale (illustrazione delle specificità del metodo di produzione biologica). I clienti partono, lungo un percorso di 42 chilometri, alla scoperta di 7 aziende di agricoltura biologica in cui ricevono spiegazioni sui metodi di produzione e informazioni sui punti ove è possibile acquistare i prodotti.

Da un punto di vista quantitativo le vendite rimangono limitate, poiché per acquistare ortaggi biologici i clienti non devono necessariamente percorrere ogni volta 42 chilometri. Infatti, per i coltivatori l'obiettivo non è la vendita diretta bensì la promozione: l'esperienza della visita in bicicletta ha lo scopo di generare a posteriori un incremento delle vendite attraverso i circuiti commerciali soliti (supermercati, negozi specializzati dove si vendono prodotti biologici).

Il prodotto rappresentato dall'attività ricreativa e culturale permette di sfruttare canali pubblicitari gratuiti (es. le riviste di ciclismo) e godere del sostegno delle strutture turistiche nazionali.

4.2 PANTA REI

Lo sviluppo di una nuova cultura più attenta alle problematiche ambientali rappresenta una delle principali sfide con cui si stanno confrontando i decisori politici e le istituzioni locali.

L'idea che sta alla base del progetto scaturisce dal confronto con altre realtà operanti nell'ambito dell'educazione ambientale.

Panta Rei sarà un piccolo villaggio in cui giovani e adulti potranno abitare, giocare e lavorare per brevi periodi, sperimentando modi di vivere, consumare, produrre e costruire che abbiano il minimo impatto sull'ambiente e sulla salute dell'uomo. Il Centro di Educazione Ambientale sorge sulle colline sovrastanti il lago Trasimeno, in un'area particolarmente interessante per le sue caratteristiche naturali e paesaggistiche.

Il progetto prevede il recupero, secondo i criteri dell'architettura bioecologica, di un centro zootecnico, inutilizzato dai primi anni '90, che si trova sulle colline sopra il citato lago.

La decisione di non abbattere le strutture in acciaio esistenti è un punto fondamentale del progetto architettonico: piuttosto che demolire e costruire ex-novo si è scelta la ristrutturazione per mettere in primo piano l'idea del recupero, evitando anche lo smaltimento dei materiali, per limitare l'impatto ambientale ed esaltare il ruolo didattico degli edifici.

Panta Rei intende proporre una serie di servizi indirizzati a chiunque senta l'esigenza di toccare con mano modi ecologicamente adeguati di vivere, costruire, produrre, consumare (turismo, attività per le scuole, attività di sensibilizzazione, formazione, consulenza). Più in particolare, relativamente ai servizi turistici si tratta di:

- soggiorni residenziali, rivolti a giovani e adulti, a gruppi organizzati ed alle scuole, che presentano una forte connotazione in senso ecologico;
- corsi estivi, rivolti prevalentemente a ragazzi, con una connotazione ludica;
- ristorazione, cucina con alimenti biologici, proposte particolari (vegetariana, macrobiotica, cucina di vari paesi del mondo);
- proposte ai turisti che risiedono in altre strutture del territorio: escursioni, laboratori, visite.

L'obiettivo finale di questa iniziativa è quello di creare e favorire un collegamento tra ecologia e territorio promuovendo anche un network tra centri di educazione ambientale a livello internazionale.

4.3 UN TERRITORIO PULITO – UN'INIZIATIVA DEL GAL SIBILLINI UMBRIA

Il problema 'rifiuti' sta costringendo molti comuni a rivedere radicalmente i metodi di gestione. Se, in genere, è sufficiente raggiungere gli obiettivi fissati dal Decreto Ronchi, limitandosi talvolta ad individuare la soluzione più economica, in questo caso, considerato il pregio ambientale dell'area e la forte presenza turistica, è necessario sperimentare nuove soluzioni che consentano la tutela dell'ambiente, l'uso sostenibile delle risorse e conferiscano valore aggiunto ai classici sistemi di gestione ambientale.

L'idea di predisporre un progetto sperimentale di gestione dei rifiuti nasce, dunque, dalla volontà di conciliare l'esigenza di adeguare i sistemi attuali di smaltimento dei piccoli comuni che operano nell'area GAL al Decreto Ronchi alle necessità di tutelare un'area di grande pregio paesaggistico ambientale come la Valnerina (tenendo conto anche del fatto che in parte ricade nel Parco Nazionale dei Sibillini).

L'obiettivo primario è individuare e sperimentare un modello di gestione dei rifiuti che sia specifico per la realtà territoriale, ma che diventi un modello esportabile in altri contesti ambientali, socioeconomici ed insediativi simili.

La progettazione prevede una serie di obiettivi da raggiungere:

- realizzare un'azione che coinvolga e motivi fortemente le realtà amministrative locali e le associazioni operanti nel settore dell'educazione ambientale;
- ridurre la quantità di rifiuti prodotti e minimizzare l'impatto visivo delle raccolte differenziate;
- organizzare dei circuiti di raccolta differenziata secondo criteri di efficacia ed efficienza operativa e contemporaneamente di economicità gestionale;
- riutilizzo dei rifiuti provenienti sia dal tessuto cittadino sia dal tessuto produttivo locale;
- prevedere la domiciliarizzazione di alcuni circuiti di raccolta per garantire un elevato valore di intercettazione del tipo di rifiuto e della sua qualità merceologica al fine di evitare l'abbandono dei rifiuti;

- realizzare delle 'riciclerie' al servizio del territorio che permettano all'utenza di conferire personalmente materiali altrimenti di difficile intercettazione come ad esempio: ingombranti domestici (frigoriferi, mobilio, etc.), sfalci di potatura, olii esausti, etc.;
- trasferimento nel territorio di competenze e conoscenze in materia di gestione dei rifiuti ed educazione alle raccolte differenziate, per consentire un'attenzione costante ed una valutazione critica dell'evoluzione del settore.

Per il coinvolgimento degli operatori turistici è prevista l'intercettazione del vetro e l'interazione con le scuole nell'ambito di un iter didattico denominato 'adotta un'attività'.

4.4 LA VALORIZZAZIONE DELLA BIODIVERSITÀ NEL TEMPO E NELLO SPAZIO – IL CASO DELL'ECOMUSEO DELL'APPENNINO PISTOIESE

Uno degli strumenti per preservare e valorizzare le profonde trasformazioni apportate dall'uomo sul proprio habitat è costituito dall'ecomuseo. Esso si caratterizza e si differenzia dal museo tradizionale per essere un museo del tempo e dello spazio: del tempo, perché non privilegia sezioni storiche particolari e definite; dello spazio, perché si tratta di un museo all'aperto, che mostra particolari caratteristiche geomorfologiche, ambientali, e la presenza umana sul territorio.

Le motivazioni che stanno alla base dell'idea progettuale trovano origine nella volontà di inserire in un unico sistema le varie iniziative culturali già in corso su un territorio.

L'Ecomuseo interessa cinque comuni della montagna pistoiese, la cui popolazione residente è di circa 25.000 persone, prevalentemente anziani. L'area, infatti, è stata interessata in passato da un forte fenomeno di spopolamento, dovuto soprattutto alle scarse opportunità lavorative presenti in loco. La risorsa locale, il turismo, necessita di un forte intervento di riqualificazione per uscire dal meccanismo delle presenze legate alla presenza di nevicate invernali o agli spostamenti estivi dei residenti delle province vicine.

L'Ecomuseo si articola in sei itinerari:

- quello del ghiaccio;
- quello del ferro;
- quello dell'arte sacra e della religiosità popolare;
- quello agro silvo pastorale;
- quello del verde;
- quello della Pietra.

Le attività vengono gestite da una cooperativa costituita da 7 giovani. Essa cura l'accoglienza turistica in generale e la gestione delle visite guidate delle scolaresche (accoglienza nei punti informativi e attività didattiche). Essa cura anche la promozione attraverso materiale pubblicitario dell'Ecomuseo.

L'Ecomuseo, essendo all'aperto, è rivolto ai turisti, ma anche agli abitanti della zona ed è utile ad una rilettura del territorio ed alla comprensione delle trasformazioni subite dall'ambiente a causa delle attività umane. L'aspetto più innovativo e positivo è dato dal fatto che il territorio viene inteso in senso dinamico e non statico nel quale tutti gli attori sono e si sentono coinvolti in un progetto integrato: cittadini, autorità locali, operatori turistici.

4.5 PROGETTI, CULTURA E COMUNICAZIONE NEL CHIANTI

L'area del Chianti vanta una tradizione turistica ormai consolidata. Le caratteristiche paesaggistico-ambientali, la presenza di produzioni di pregio, di strutture ricettive agrituristiche di qualità, di una organizzazione efficace dell'offerta turistica nel suo complesso, hanno reso questa zona una delle mete di principale attrazione per gli amanti di turismo rurale.

La necessità di destagionalizzare i flussi turistici, di creare ulteriori fonti di reddito per i residenti e di qualificare la vita della popolazione locale con l'obiettivo di garantirne anche in futuro la permanenza nel territorio, ha spinto alla realizzazione di un progetto di valorizzazione di cultura locale.

I promotori del progetto partono dalla convinzione che le risorse immateriali (cultura locale, tradizioni, etc.) potevano svolgere un ruolo fondamentale, al pari di quelle economiche e strutturali nel favorire e consolidare lo sviluppo locale. Nella gestione e promozione di attività a carattere culturale è stata individuata la possibilità di conseguire una molteplicità di obiettivi: rafforzare e caratterizzare l'offerta di prodotti e servizi del territorio e di soddisfare una domanda turistica sempre più esigente nella ricerca della 'tipicità'; creare nuove occasioni di occupazione; soddisfare i bisogni di svago e di cultura della popolazione locale.

L'esperienza ha reso più dinamico il territorio rurale stimolando la progettualità locale, ha modernizzato il sistema dei valori che condizionano l'agire individuale, diffondendo tra la popolazione locale una maggiore consapevolezza delle proprie potenzialità e dell'uso che può fare delle risorse locali.