



## **AIGAE – ASSOCIAZIONE ITALIANA GUIDE AMBIENTALI ESCURSIONISTICHE**

### **XIX MEETING E CONVEGNO NAZIONALE 11–12–13 NOVEMBRE 2011**

Carpegna – Pesaro Urbino

#### **Organizzato in collaborazione con il PARCO INTERREGIONALE DEL SASSO SIMONE E SIMONCELLO**

##### **Saluti istituzionali**

[...]

##### **Moderatore: Stefano Spinetti – Presidente nazionale AIGAE**

Buongiorno. Prego gentilmente di prendere posto perché iniziamo il convegno.

Dunque, di nuovo buongiorno e benvenuti a tutti. Iniziamo i nostri lavori con il consueto italico ritardo! Prima dell'introduzione al convegno, i saluti di prammatica. Per quanto riguarda Carpegna, il paese che ci ospita, abbiamo il Vicesindaco Marco Cipriani, che gentilmente invito al tavolo per i saluti di circostanza. Prego.

##### **Marco Cipriani – Vicesindaco di Carpegna**

Grazie. Buongiorno a tutti. Porto i saluti del nostro Sindaco Angelo Francioni, che stamattina aveva un altro impegno con un nostro concittadino per una premiazione "Api e farfalle" dei piccoli imprenditori della zona. L'Amministrazione è lieta di ospitare nel nostro piccolo paese una manifestazione di tale portata a livello nazionale, che ovviamente si sposa bene con il nostro territorio e, oltre che con il nostro territorio, anche con quelle che sono un po' le nostre idee per il rilancio di un piccolo paese turistico come il nostro, legato molto al mondo sportivo e quello ambientale.

Ovviamente, in periodi di difficoltà per le Amministrazioni comunali, con le piccole risorse che abbiamo cerchiamo nel nostro piccolo di riportare ai nostri cittadini, oltre che i servizi, anche quelle che sono delle presenze che in un Comune turistico come il nostro sono importanti, per poter dare quel movimento sia a livello economico sia a livello numerico di presenze che ci possa permettere di sopravvivere.

Siamo onorati di poter ospitare simili manifestazioni, nella speranza che sia tutto di vostro gradimento e di potervi rivedere successivamente per ulteriori incontri, anche al di là di quelli che sono solo ed esclusivamente i convegni, ma auspichiamo proprio una vostra presenza nel nostro territorio, affinché esso possa essere portato al di fuori delle nostre zone per poter avere un'ottima pubblicità e rivedere voi e vostri conoscenti presenti nelle nostre strutture.

Vi lascio al vostro lavoro, che ho visto dal programma essere molto intenso. Vi auguro un buon proseguimento. Grazie.

*(Applausi)*

### **Stefano Spinetti – Moderatore**

Ci raggiungerà fra breve il Presidente del Parco del Sasso Simone e Simoncello, che in sinergia con il Comune ci sta ospitando all'interno del territorio.

Nel frattempo, oltre a darvi i miei personali saluti come Presidente dell'AIGAE, volevo introdurre il tema del convegno, che, come probabilmente avrete già visto, riguarda ancora una volta il turismo in natura. Chi ci ha seguito lo scorso anno nell'incontro in Garfagnana sicuramente ricorderà che ci eravamo dati degli appuntamenti, degli obiettivi, degli intenti. Con questo convegno abbiamo voluto rimettere nuovamente la palla in gioco per riuscire a vedere se effettivamente si può definire qualcosa di concreto.

Diciamo che il "turismo natura" – chiamiamolo così per definire tutte quelle attività turistiche che si fanno propriamente in ambienti aperti, ma poi c'è chi lo chiama "turismo verde", "escursionistico", "in bicicletta" – e tutte le attività relative a quello che si può fare in natura in Italia, come senz'altro tutti voi saprete, è un po' la Cenerentola del turismo in generale. Non compare quasi mai nelle liste dei turismi praticabili e d'altronde poco spazio viene dato nella promozione del turismo verde, specialmente se ci rivolgiamo ai grandi eventi all'estero: l'Italia viene promossa in tutti i modi, ma c'è poco o niente per quanto riguarda propriamente l'attività in natura.

Di fatto il turismo in natura esiste e rappresenta una grossa fetta di mercato che possiamo tranquillamente numerare, come vedremo nel corso della giornata, grazie ovviamente agli esperti e ai relatori che ci guideranno nella giungla dei numeri e grazie all'anticipazione che oggi faremo della nuova raccolta dati interna agli associati dell'AIGAE. Abbiamo proceduto all'aggiornamento della ricerca per vedere, per quantificare, per numerare tutto quanto succede con le attività dei nostri soci.

Sta di fatto che comunque il turismo in natura a livello istituzionale è praticamente – permettetemi di dirlo – ignorato, perché non è considerato degno di importanza. Noi avevamo salutato con interesse, passione e anche con un bel po' di speranza la nascita del Ministero del Turismo, senza valutazioni politiche di alcun tipo. Parliamo soltanto nell'ordine pratico. Avevamo soprattutto salutato con grandi speranze l'avvio da parte del Ministero del Turismo di una Consulta per il Turismo culturale e naturalistico in Italia, Consulta della quale il sottoscritto era stato chiamato a far parte e che praticamente non si è mai riunita. Diciamo che a livello istituzionale siamo rimasti a quello che eravamo. La scommessa, pertanto, dovrebbe essere la seguente: visto che di fatto esiste e dato che non abbiamo livelli istituzionali che ci aiutano e non abbiamo competenze organiche ad alto livello di guida che ci danno direttive, tutto quello che si fa si fa perché ci si auto-organizza tra privati e piccoli gruppi. Allora mettiamoci insieme tra tutti noi, piccoli gruppi, privati, individuali e volenterosi, e vediamo se riusciamo a fare un movimento, ad essere un punto di forza che possa dare delle direttive a chi dovrebbe in qualche modo guidare il turismo in generale, l'andamento del turismo in Italia.

Tra l'altro vorrei ricordare – e poi il professor Paolini ci darà probabilmente delle anticipazioni, immagino, non lo so – che il turismo natura continua ad essere l'unica forma di turismo che negli ultimi anni ha mostrato un segno positivo di crescita. È un turismo di nicchia, sicuramente non allargato, certamente non un turismo generalista, che – ricordo a tutti quanti – ha conosciuto, al di là delle statistiche e dei proclami ufficiali, negli ultimi anni una discesa che sembra, purtroppo, inarrestabile.

Per ora mi fermo qui. Ci ha raggiunto il Presidente del Parco, che saluto. Le cedo il microfono per il suo saluto.

### **Carlo Zaia – Presidente del Parco Sasso Simone e Simoncello**

Buongiorno a tutti. Siamo contenti che siete venuti qui, nel nostro Parco, per questi tre giorni. Come tutti saprete, noi siamo un Parco un po' particolare, nel senso che, essendoci stata due o tre anni fa una divisione (una parte dei territori delle Marche sono passati in Emilia Romagna), siamo diventati un Parco strano. Da Parco regionale a quel punto bisognava trovare una nuova sistemazione. La nuova sistemazione è proceduta in questi anni nel far costituire un Parco interregionale gestito dalle due Regioni. Siamo il primo Parco interregionale nazionale e siamo in dirittura d'arrivo, perché ormai le due leggi sono praticamente nel Legislativo delle due Regioni e questo è molto interessante. Ci sarà un nuovo organo molto più snello, che costerà meno. È davvero interessante come esperienza. Nel prosieguo vedremo quello che succederà.

Concordo con quanto è stato detto, perché gli ultimi tempi, per lo meno nella mia parte di gestione (e sono ormai quasi tre anni), abbiamo sempre pensato che nei Parchi, oltre al valore molto importante della conservazione, che deve rimanere, bisogna cominciare a sviluppare un'altra parte, quella turistica, creando economia nei territori. Specialmente in territori come i nostri, che sono un po' emarginati e che hanno dei problemi. È una cosa su cui abbiamo puntato. I risultati ci sono, perché negli ultimi tre anni sono cresciute le escursioni, tutto il trekking e tutto il movimento turistico sono cresciuti nei nostri territori, e si è sviluppata anche una certa visibilità.

Al di fuori di questo, senza dilungarmi ulteriormente, vi voglio portare il saluto del resto del territorio, perché siamo in sei Comuni a far parte del Parco. Vi porto, quindi, il saluto di tutti e vi auguro buon lavoro e buon proseguimento.

*(Applausi)*

### **Stefano Spinetti – Moderatore**

Ringrazio Carlo Zaia, Presidente del Parco Sasso Simone e Simoncello.

Per tornare all'introduzione del convegno che stavo facendo prima, ritengo opportuno chiarire qualche aspetto che riguarda sostanzialmente il modo di vedere natura e Parchi in Italia, che spesso sono passati sotto silenzio e ancora più spesso – mi spiace dirlo – con la complicità di certa stampa che si è appropriata di termini buttati al vento, senza pensarci troppo. Facevo una riflessione recentemente, leggendo un'intervista ad un politico che si sarebbe dovuto occupare di ambiente, il quale diceva che i Parchi vanno rivisti nella loro totalità perché l'impostazione data dall'inizio è quella di cercare di "museificare" il territorio, cosa deplorabile.

Riflettendo su questo verbo, "museificare", senza andare a vedere se sullo Zanichelli esista o meno come parola, mi sono chiesto cosa significa. Dà un'impressione molto negativa, è un verbo che non piace e che è stato usato in maniera molto dispregiativa, come se far diventare museo il territorio sia una cosa brutta. E le file di italiani davanti al Louvre, al Prado, al British Museum, all'Ermitage di San Pietroburgo, e così via? Gente che si mette in fila per ore e ore soltanto per ammirare quadri ed opere d'arte dei più famosi – ma anche dei meno famosi – artisti del passato, contemporanei e meno contemporanei. Come la mettiamo? I musei sono così brutti e deplorabili? Museificare, cioè conservare per sempre il territorio per le future generazioni, è veramente così

sbagliato?

Facevo questa riflessione, che volevo rilanciare al nostro pubblico. L'avrei fatta volentieri con il Ministro del Turismo, che al nostro invito aveva accettato di intervenire. Ci è arrivato però un messaggio qualche giorno fa: in seguito agli avvicendamenti governativi, purtroppo non potrà essere presente. Di ciò ovviamente siamo particolarmente rammaricati, perché ci avrebbe fatto piacere sapere quale sarebbe stato il punto di vista del Ministro in un'occasione come questa, dove noi tentiamo di unificarci, di mettere insieme le nostre piccole forze per cercare di farci vedere, di farci notare. La forza c'è, ma siamo molto frammentati. Siamo tantissimi, facciamo molto, ma siamo sparsi ovunque, in piccole realtà.

Il Ministro, purtroppo, non sarà presente. Di conseguenza la nostra prima voce in capitolo che chiamiamo ad illustrarci e a darci magari qualche notizia in più è il professor Tommaso Paolini, docente di Economia del Turismo, Facoltà di Economia dell'Università de L'Aquila. Tra l'altro è autore e promotore – ci dirà meglio lui – dell'Osservatorio Turismo Natura, che viene ogni anno pubblicato e successivamente pubblicizzato durante la manifestazione Ecotur in Abruzzo. Prego.

*Osservatorio Turismo Natura verso un'unificazione: quale futuro per il turismo natura?*

### **Tommaso Paolini – Docente di Economia del Turismo – Facoltà di Economia – Università degli Studi – L'Aquila**

Grazie, Presidente. Insegno Economia del Turismo, poi coordino il rapporto sul turismo natura all'Osservatorio scientifico, composto dall'ISTAT, dall'ENIT, dall'Università de L'Aquila e dalla Regione Abruzzo. Faccio inoltre parte di altri organismi scientifici, ma è meglio non dire!

Ho letto con piacere il documento, dal quale prendo spunto.

Pure se gli studi, le analisi, gli articoli sulla stampa specializzata e anche su quella non specializzata quando analizzano l'aspetto economico del fenomeno turistico usano un linguaggio iperbolico per enfatizzare ora l'aspetto positivo ora l'aspetto negativo e non conoscono le vie di mezzo, dobbiamo dire che il turismo in Italia soffre ancora una – per così dire – fase di incertezza dovuta all'onda lunga della crisi economico-finanziaria, ma oggi anche di quella politica, che ha portato nel 2010 ad una riduzione delle presenze nelle strutture ricettive ufficiali, pari allo 0,71 per cento. Nonostante ciò, la ripresa del turismo internazionale vede un aumento degli arrivi più o meno dello 0,5 per cento, con una riduzione della permanenza media nelle strutture ricettive ufficiali che è pari ad oggi – credo – a 3,84 giorni.

Nel 2011 i dati a nostra disposizione evidenziano una ripresa del turismo. Ciò ci fa molto piacere, perché iniziamo a vedere, dopo il lungo tunnel buio, una flebile luce di speranza. A questo risultato ha contribuito in maniera fattiva il turismo natura.

Cos'è il turismo natura? Il turismo natura è quella tipologia turistica nella quale la motivazione alla vacanza da parte del turista è l'osservazione, è il godimento della natura e della cultura tradizionali. È una definizione, questa, che noi evidenziamo sempre perché è la base poi della nostra analisi del rapporto sul turismo natura.

Il turismo natura si distingue dall'ecoturismo o turismo responsabile perché nel turismo responsabile o ecoturismo noi andiamo ad analizzare il comportamento del turista. Il turista responsabile è consapevole che il suo comportamento durante la vacanza può produrre impatti negativi sul territorio e proprio in virtù di tale consapevolezza mantiene un

atteggiamento consono.

Noi distinguiamo il turismo natura anche dal turismo sostenibile, che analizza quelli che sono i principi di gestione che seguono le imprese, gli enti, gli operatori turistici quando producono e offrono al mercato beni e servizi atti a soddisfare quelli che sono i bisogni, le esigenze e i gusti del turista. I principi sono quello della salvaguardia della natura, dell'equa ripartizione dei ritorni economici e della salvaguardia del rispetto della cultura e delle tradizioni locali.

Con il turismo natura analizziamo soltanto la domanda, che è un aspetto di quello che noi chiamiamo "turismo verde". Non prendiamo in considerazione né il comportamento del turista né la produzione e l'offerta dei prodotti turistici. Facciamo, pertanto, un'analisi del settore un po' circoscritta alla motivazione, alla domanda.

Però il turismo natura, il turismo responsabile e il turismo sostenibile sono aspetti di uno stesso fenomeno. Il turismo natura analizza la domanda, il turismo sostenibile analizza l'offerta e la produzione, il turismo responsabile analizza il comportamento.

L'analisi del comportamento è molto importante quando, ad esempio, vediamo aumentare i turisti che mantengono un atteggiamento di rispetto verso la natura non solo perché non buttano le cartacce e non lasciano rifiuti nei luoghi nei quali godono della vacanza, ma anche perché non acquistano le case vacanza costruite sui crinali dei monti o sulle colline, a rischio idrogeologico, oppure non frequentano gli alberghi che sono stati costruiti in zone pericolose, vicino le rive dei laghi oppure sui letti dei fiumi, o quasi dentro al mare. Allora potremmo sperare in futuro che le tragedie che hanno colpito l'Italia in lungo e in largo in queste ultime settimane possano diminuire di numero e di intensità. L'analisi del comportamento, quindi, è fondamentale. Dovremmo analizzare il comportamento del turista.

Dovremmo analizzare poi il turismo sostenibile, però anche monitorare, valutare, individuare, quantizzare le imprese che producono i beni e i servizi turistici che soddisfano i bisogni dei turisti è fondamentale, non solo per il turismo, ma anche per l'occupazione. Dovremmo costituire un Comitato che analizzi questo settore del turismo sostenibile.

Ma la cosa migliore io credo sia il raggiungimento di un rapporto completo che contenga sia la domanda, come facciamo noi, sia la produzione per il turismo sostenibile sia il comportamento. Faremmo una cosa fantastica se riuscissimo ad arrivare ad un rapporto unico sul turismo verde, che non chiameremmo più turismo natura o turismo sostenibile o turismo responsabile, bensì turismo verde o turismo naturalistico. Dovremmo, quindi, tendere tutti i nostri saperi e coinvolgere tutte le nostre forze, non solo mentali, ma anche quelle economiche, per produrre questo rapporto unico. Faremmo una cosa buona non solo agli operatori, agli studiosi, a tutti quanti sono interessati al turismo verde, ma anche al turismo come fenomeno generale.

Leggendo il documento che mi ha dato Filippo ho pensato che non dovremmo tracciare una linea, bensì un cerchio al cui interno mettere le diverse tipologie che analizzino poi il turismo verde. Soltanto per fare questo è necessario creare un organismo, un Comitato tecnico-scientifico, di poche persone perché se no non funziona. Bastano quattro o cinque persone, facendo partecipare chi, ad esempio, ora si interessa di turismo natura, con un responsabile per il turismo sostenibile e un responsabile per il turismo responsabile. Detto Comitato dovrebbe produrre questo rapporto unico e poi, una volta costituito, dovrebbe unitariamente partecipare ai mercati, alle fiere, alle Borse, in maniera unita, perché se ci dividiamo perdiamo la forza. Soprattutto dovrebbe essere presente ai tavoli che contano, ai tavoli politici che hanno un peso a livello locale, provinciale, regionale e soprattutto

nazionale. Questa è la mia idea, per come la vedo io.

Tornando al rapporto che andremo a presentare i primi di dicembre, la nostra indagine per ciò che riguarda i flussi turistici rivolta ai *tour operator* italiani, ai gestori dei Parchi nazionali e a quelli regionali, evidenzia una stabilità – questi sono dati consuntivi – del 62 per cento, un aumento nel 33 per cento e soltanto una diminuzione nel 5 per cento. Il 2010, ripeto, è stato un anno incerto per il turismo. Noi lo abbiamo avuto un pochino in crescita.

Nel 2011 le cose sono migliorate: vanno in aumento, perché il 43 per cento degli intervistati dice che ha conseguito un aumento, una stabilità per il 52 per cento e una diminuzione solo per il 5 per cento. Questi dati sono confortati – peccato che non ci sia il Ministero – da quanto ha riferito proprio l'Onorevole Brambilla, credo il 26 settembre, a Roma, in una conferenza stampa dove diceva che il turismo verde a luglio aveva visto una crescita a doppia cifra dell'11 per cento e ad agosto addirittura una crescita del 13 per cento. Se c'è una ripresa, come dicevo prima, questa è dovuta all'opera faticosa del turismo naturalistico. Non sono, pertanto, d'accordo con quanto riportato nel documento, e l'ho pure segnato, perché noi non siamo assolutamente una tipologia turistica di nicchia: siamo una delle più importanti tipologie. È che siamo troppo divisi e quindi non riusciamo a imporla come tipologia in forte crescita. Nel mondo è in continua e dirompente crescita, ma anche in Italia.

Nel 2012 l'andamento dovrebbe migliorare ulteriormente. Qua però c'è un punto interrogativo, perché la situazione politica è quella che è e quindi non sappiamo quali sacrifici ci toccherà fare.

Le presenze totali nelle strutture ricettive ufficiali dei Parchi e delle aree protette: questi valori sono di fonte ISTAT, quindi sono ufficiali, non sono valutazioni. La dottoressa Leoni mette a disposizione cinque ricercatori per avere questi numeri, quindi non sono delle stime, questo voglio dire. Nel 2010 sono pure definitivi.

Abbiamo un incremento negli anni delle presenze nelle strutture ricettive ufficiali, quindi alberghi, *bed and breakfast*, agriturismi. Siamo arrivati nel 2010 – ultimo dato definitivo ufficiale – a oltre novantanove milioni di presenze nelle strutture ricettive ufficiali. Abbiamo un *trend* di crescita purtroppo decrescente. Fino a tre anni fa avevamo avuto un *trend* di crescita in aumento; ora è decrescente. Noi diciamo, per usare un linguaggio matematico, che la derivata prima è positiva e la derivata seconda è negativa, per intenderci.

L'andamento temporale del fatturato pure è in crescita. Negli ultimi tre anni è in leggera crescita. Ha superato i dieci miliardi e mezzo di fatturato. Come facciamo a dire che con dieci miliardi e mezzo di fatturato siamo di nicchia? Non scrivetelo, altrimenti ci diamo la zappa sui piedi da soli. Noi non siamo di nicchia, siamo forti. Nel linguaggio comune dire "di nicchia" è dire "piccolo e bello", però noi siamo belli e anche grandi. Quel "di nicchia" è un po' limitativo, ecco. Se io dico che Stefano è di nicchia, non è possibile perché lui è immenso, insomma! Ti farei torto se dicessi che sei un uomo di nicchia. Tu sei un uomo dirompente!

Qui vediamo il tasso di crescita del fatturato del turismo natura, che diminuisce. Nell'ultimo anno, nel 2010 sul 2009, è stato pari soltanto allo 0,24 per cento. Però quest'anno dovremmo migliorare. I dati provvisori danno un miglioramento.

Quali sono i Parchi più richiesti ai *tour operator* domestici? Stefano forse mi conforta in questo, ma c'è pure Daniela che conferma: il Parco nazionale d'Abruzzo è il Parco più richiesto. Poi ci sono il Parco nazionale del Gran Paradiso e quello delle Cinque Terre, però l'anno prossimo il Parco delle Cinque Terre, dopo la tragedia che l'ha colpito, forse

scomparirà dalla classifica. Non lo so, speriamo di no. A seguire troviamo quello dello Stelvio ed altri.

Il Parco più richiesto dai *tour operator* stranieri – e questa indagine non la facciamo noi, ma l'ENIT – è invece quello delle Cinque Terre. La presenza straniera in esso è fortissima. Poi ci sono le Dolomiti bellunesi e l'Appennino tosco-emiliano. Il Parco nazionale d'Abruzzo è un pochino indietro.

Le attività preferite dai turisti quando godono una vacanza natura: quella principale è l'attività sportiva. Tutti quanti noi andiamo di corsa nelle escursioni: *trekking*, bicicletta, *mountain bike*, bicicletta da corsa e altre attività. Infatti chi sceglie di fare una vacanza natura vuole poi un bel fisico e una mente riposata. Queste sono le motivazioni principali che portano i turisti a scegliere una tale vacanza. La stessa cosa più o meno si verifica per i turisti stranieri. La *slide* di prima era riferita ai turisti nazionali, questa è riferita a quelli stranieri.

Le strutture ricettive utilizzate. Questo dato è pure definitivo: vincono sempre gli alberghi, però sono in decrescita. Poi ci sono i *bed and breakfast*, gli agriturismi, le case private, i campeggi, i camper e altri (foresterie, rifugi, bivacchi, eccetera).

Vediamo l'andamento nel tempo dall'epoca dei nostri rapporti, dal 2002 (sono nove anni oramai che facciamo il rapporto sul turismo natura). Gli alberghi hanno dimezzato il peso, la percentuale: sono passati dal 48 per cento a quasi il 24 per cento. Hanno proprio dimezzato il loro peso. Il *bed and breakfast*, invece, pur essendo una tipologia ricettiva nuova, ha visto in poco tempo occupare un posto fondamentale nell'ambito della ricettività italiana. Sono ormai tre anni che, più o meno, ha consolidato le posizioni, che comunque sono sempre notevoli: il 21 per cento dei turisti natura sceglie, quando gode una vacanza natura, il *bed and breakfast*.

L'agriturismo pure ha subito ultimamente un certo appannamento e si è un po' appassito come forma ricettiva scelta dai turisti natura. Forse ha bisogno di rifarsi l'immagine. È sempre vicino al 21 per cento, quindi il *bed and breakfast* e l'agriturismo hanno posizioni più o meno uguali.

Le case private l'ultimo anno hanno visto un leggero aumento, forse dovuto al fatto che la crisi economica ha svuotato un pochino quelle che sono le tasche dei turisti quando godono una vacanza. È un po' in aumento.

Anche i campeggi hanno visto un aumento, sempre per quella motivazione: forse in campeggio un po' si risparmia e, se uno ha le tasche un tantino vuote, sceglie questa come forma ricettiva. Pure il camper ha avuto una bella impennata l'anno passato, forse sempre in dipendenza della crisi economico-finanziaria.

Non ho messo altre *slide* perché, se vi dico tutto, tolgo la vostra curiosità nel leggere il IX Rapporto sul Turismo Natura. Lo presenteremo i primissimi giorni di dicembre, forse a Roma, alla sede ENIT, dove l'abbiamo sempre presentato, oppure alla sede ISTAT. Quest'anno lo proponiamo anche in forma cartacea (negli ultimi due anni non l'abbiamo fatto). L'abbiamo messo sul *web*, però una cosa è vederlo tra le mani e una cosa è tenerlo così. Quest'anno tante Università, tanti operatori e tanti Enti ce l'hanno richiesto in forma cartacea; oggi è in stampa e lo presenteremo i primi di dicembre, ripeto, non so dove perché ancora non è stato deciso e non so neanche il giorno. Chi di voi è interessato mi lasci un recapito e io avrò la premura di avvisarlo e di averlo ospite alla presentazione. Ho completato.

*(Applausi)*

**Stefano Spinetti – Moderatore**

L'intervento del professor Paolini è sempre molto interessante e ricco di spunti. Sicuramente i numeri che ci ha mostrato ci fanno pensare, dovrebbero per lo meno farci riflettere. All'inizio Tommaso aveva lanciato delle proposte interessanti nel disegnare questo cerchio. Faremo tesoro di questo consiglio. Nella seconda parte del convegno è prevista una tavola rotonda, dove probabilmente discutendo, analizzando e leggendo il documento a cui più volte il professor Paolini ha fatto riferimento, documento che abbiamo preparato, cercheremo di lanciare un sasso nello stagno per vedere se è possibile mettersi veramente tutti insieme per costituire questo famoso cerchio. Dopodiché l'idea di avere una ricerca che analizzi non soltanto la parte relativa alla domanda, ma anche tutto quello che è conseguente, sicuramente è molto interessante, anche se è chiaro che presenta delle difficoltà organizzative non di poco conto.

Verissimo che, mentre da noi – se posso usare questa espressione – il turismo natura passa sotto varie forme di silenzio da un punto di vista istituzionale, si fa poco da un punto di vista pratico. Se ne parla poco, anzi spesso, quando se ne parla (non del turismo natura, ma di tutto quello che è poi conseguenza), quella che è praticamente la zona dove si fa turismo natura, cioè la natura, viene citata soltanto quando ci sono catastrofi, alluvioni, terremoti, valanghe, eccetera. Ecco lo spazio che la nostra informazione dà alla natura. Lo spazio che il nostro settore di promozione a più ampio livello del turismo all'estero dà al turismo natura è invece pressoché inesistente, come vi ho detto anche prima.

Ciò non succede all'estero. Ha detto giusto Tommaso: all'estero ci si muove molto di più. Intorno a noi il mondo si sta muovendo, e lo sta facendo da tanto tempo. Non è che si siano svegliati ieri. Le potenzialità del turismo natura si sanno ormai da anni. Nessuno osa più chiamare il turismo natura, sotto le sue varie forme, nuove forme di turismo, però non sono più assolutamente nuove. Le nuove forme di turismo sono altre, sono delle infraspecializzazioni del turismo natura. Si costituiscono all'estero vari organismi di controllo, di coordinamento. È recentissima la rete *Interpret Europe*, ancora più recente la rete *Econet*, di cui tra l'altro lunedì o martedì prossimo ci sarà un interessante convegno a Roma.

Ecco, il mondo si muove. Da noi invece cosa succede? Chi si muove è circoscritto ad alcuni soggetti molto importanti, chiaramente pieni di risorse, che agiscono ovviamente – e uno di questi è il WWF – a tutto campo, tanto nella protezione della natura quanto nel turismo natura. A parlarci di questo abbiamo Elisabetta Freuli, dell'Ufficio Turismo Responsabile del WWF. Prego.

*Turismo in natura con la carta di qualità ambientale***Elisabetta Freuli – WWF rp Ufficio Turismo Responsabile**

Buongiorno. Come diceva Stefano, io faccio parte dello *staff* dell'Ufficio Turismo Responsabile del WWF Italia, che è uno degli uffici di programma che si occupano di declinare direttamente i temi della *mission* dell'Associazione. È una delle più grandi associazioni ambientaliste del mondo, diffusa a livello mondiale, internazionale, per lo meno in tutti i Paesi del Nord del mondo, ma ha anche vari uffici di programma nel Sud. L'obiettivo principale – probabilmente utopistico ed elevatissimo – è quello di salvare il pianeta e di conservarlo a tempo indeterminato, sul lungo termine, per le generazioni

future. La conservazione della natura è l'obiettivo numero 1.

Nelle diverse organizzazioni nazionali e nel WWF Italia in particolare l'Associazione è organizzata in vari uffici che portano avanti obiettivi come l'educazione e il programma di conservazione diretta, con la gestione delle oasi e delle aree protette, intervenendo a livello di interazione politica con le istituzioni per la promozione di temi come la conservazione.

Il turismo, essendo un fenomeno globale di portata planetaria e di potenzialità fortissime nel momento in cui viene valorizzato nella sua opportunità di essere un beneficio di valorizzazione dei territori, di supporto alle comunità locali, di incremento degli scambi a tutto tondo tra le varie parti di mondo, riveste un ambito interessantissimo. Nel contempo l'ambiente è, insieme all'elemento culturale tradizionale dei vari luoghi di destinazione, il centro di attenzione numero 1 del turismo, a pari merito con gli elementi culturali. È sostanziale.

Su questo incide in particolar modo l'attenzione che il WWF dedica al turismo, quindi le potenzialità di effetti, impatti o sostegni, benefici, opportunità, e il fatto che comunque l'ambiente e la natura sono al centro dell'esperienza e della ricerca turistica.

Nel WWF Italia, in particolar modo nell'arco degli ultimi trent'anni, è stata sviluppata un'importante ricerca metodologica sugli aspetti formativi, su quelli di contenuto e su quelli tematici legati al turismo naturalistico a tutto tondo. Legandomi a quanto giustamente diceva il professor Paolini, noi si lavora esattamente sugli altri elementi, quindi sul comportamento e sull'offerta. In virtù di questa lunga e accurata sperimentazione e ricerca di metodo per – passatemi un termine che non mi piace molto – la "contaminazione", su tale tipo di ricerca si è concentrata l'attenzione nei confronti di quelli che sono gli attori e i protagonisti del turismo come fruitori, quindi verso gli organizzatori di turismo naturalistico, verso chi mette in piedi il sistema di turismo naturalistico, verso chi lo fa al meglio e con più densità di temi e di possibilità di intervento sulla qualificazione di un turismo naturalistico importante dal punto di vista della conservazione e dell'attenzione alla natura. Dall'altro lato vi sono l'educazione e la formazione del pubblico perché diventi una domanda che a suo modo contribuisca a qualificare l'offerta, in un gioco di azione-reazione che innesca circoli virtuosi.

Nell'arco degli ultimi trent'anni, a vario titolo e in vario modo, su tutto il territorio italiano il WWF ha realizzato o contribuito a realizzare moltissime attività di turismo naturalistico. In particolare, negli anni migliori è riuscito a muovere – senza considerare tutto il sistema di visita delle oasi – fino a diecimila persone, coinvolte in soggiorni a sfondo naturalistico e di educazione ambientale, con l'obiettivo, nell'ambito delle attività di vacanza, di imparare a godere la natura responsabilmente.

Tra i *target* specifici – per entrare nel merito di quello che poi analizzerò un po' più schematicamente – vi è l'idea di porre l'attenzione, illuminare, mettere un faro sul tema del rapporto uomo-natura, che è al centro anche dell'esperienza turistica e di tutto quello che dalla programmazione turistica può discendere sul territorio. In particolar modo, il nostro approccio è stato quello di fornire la possibilità di fare esperienze, e questo sia sul lato del pubblico, quindi dei partecipanti, dei clienti, dei viaggiatori e dei turisti, sia sul lato dell'organizzazione, per cercare il modo di fare delle esperienze. Per il pubblico, per i clienti è importante fare delle esperienze di valore che possano poi essere di stimolo ad una contestualizzazione diretta nella propria vita degli aspetti legati alla natura, per cui dal valore della biodiversità al valore della messa in pratica di scelte di vita improntate, alla sostenibilità e alla conoscenza di quelli che sono i principali processi che determinano o

influenzano i rapporti uomo-ambiente. Nello stesso modo si deve dare la possibilità di fare esperienze di evoluzione, di cambiamento, di messa a punto della progettazione turistica sul lato operatori.

Chiaramente il WWF aderisce interamente, anzi, è propositore primo, è uno dei soci fondatori – e dopo ci sarà un intervento di Roberto di AITR – del turismo responsabile italiano. Quindi, anche uscendo dal puro ambito naturalistico, aderisce, anzi, è propositore di quelli che sono gli elementi chiave dell'idea di un turismo responsabile, che sono già stati peraltro anticipati dal professor Paolini. È un'attività turistica che non deve avallare in alcun modo il consumo della destinazione del luogo oggetto dell'interesse turistico; soprattutto non lo deve fare con il falso obiettivo di facilitarne la fruizione turistica, che è spesso la leva veramente critica, la motivazione mistificata e mistificante. Deve rispettare la diversità, anzi, deve andare a cercare la diversità del territorio e delle culture locali, per essere di stimolo allo scambio e alla volontà di approfondimento e confronto.

Più nel concreto, per addentrarci nella ragione principale del mio intervento, si è trattato in tutti questi anni di favorire la costruzione e fare la promozione, la presentazione al pubblico sensibile ai temi del WWF, più che altro – per la maggior parte dei casi – di soggiorni, quindi di esperienze mediamente relativamente stanziali, che poi comportano escursioni, visite, eccetera, dove però si possa lavorare bene anche sullo stato di relazione tra le persone e tra le persone e il luogo. Per cui tendenzialmente soggiorni legati a gruppi, quindi non attività individuali (abbiamo lavorato molto di più con operatori che lavorano su gruppi), con la formazione tanto degli organizzatori quanto del loro *staff*, proprio in termini di formazione sui temi.

Le attività del turismo naturalistico. *In primis* l'attività sportiva in natura, tendenzialmente astraendoci il più possibile dall'approccio competitivo e restando molto sull'utilizzo di quelle che sono le attività sportive per l'esplorazione, volte al concetto di diversi modi di esplorare e di immergersi in natura. E, soprattutto nel lavoro coi bambini e coi ragazzi, la messa in gioco degli elementi laboratoriali, di una didattica naturalistica non scolastica, esperienziale, inserendo anche momenti di laboratorio, oltre ovviamente a momenti di puro gioco in natura, nonché il passaggio – ovunque possibile – dell'ambiente naturale, della natura come terreno di gioco, terreno di benessere e di vacanza nel senso più aperto possibile e non sempre strutturato.

Varie tipologie di attività condotte con vari *tour operator* nel corso di tutti questi anni: moltissimi campi e soggiorni per i bambini e per i ragazzi, molte proposte legate alle famiglie, confezionate e progettate per i nuclei familiari, mediando anche il tema dell'incontro tra le famiglie, quindi l'esperienza delle famiglie con le famiglie. Ancora, attività per le scuole (campi scuola, evidentemente) e viaggi legati a progetti di cooperazione allo sviluppo nel Sud del mondo, dove come WWF siano presenti anche dei progetti di conservazione della natura e dove gli aspetti progettuali della conservazione e dello sviluppo creino degli itinerari di turismo integrati, sostanzialmente a supporto del rafforzamento delle comunità e delle iniziative di cooperazione.

Ho segnato anche "Fattorie del Panda", che è un progetto che riguarda gli agriturismi delle aree protette.

In sintesi, quasi tutte o comunque tantissime delle attività sono legate alle aree protette per l'importanza della trasmissione, dei contenuti della protezione e della tutela della natura in moltissime regioni italiane. Questo tipo di gestione delle attività non era così trent'anni fa, perché la società italiana era diversa, i regolamenti generali, le normative e quant'altro erano diversi. Nel corso degli anni, però, e ormai da ben più di un decennio, ci

si è concentrati totalmente sul lavoro con soggetti professionali, quindi lavoro con *tour operator*, dove il WWF mette gli elementi contenutistici, tematici e progettuali, l'esperienza legata ai temi della conservazione, eccetera, e il professionista mette la capacità professionale, correttamente inserita nella normativa sul turismo, per l'organizzazione dei pacchetti. Il legame tra gli operatori e il WWF è dato da percorso che ci ha portato a costruire la "Carta di qualità del turismo ambientale" del WWF.

Ci siamo trovati ad un certo punto con uno scenario di fondo, appunto, una decina di anni fa, per cui il turismo naturalistico cresceva, e cresceva anche a dismisura in certi momenti, parcellizzandosi, differenziandosi, polverizzandosi talvolta, soprattutto il turismo naturalistico, mantenendo delle grosse linee di fondo che hanno portato molta confusione nel pubblico. Come WWF ci siamo trovati ad aver bisogno in qualche modo di dare delle definizioni, di stabilire dei termini di contorno che definissero l'ambiente preciso in cui ci muovevamo noi, che rappresentasse una declinazione in chiave WWF dei principi del turismo responsabile in ambito naturalistico, che potesse focalizzare gli aspetti salienti, che per il WWF sono quelli legati alla sostenibilità, che è uno dei temi importanti per l'Associazione, per valorizzare il *know how* del WWF nell'ambito della ricerca metodologica affinché fosse anche un elemento descrittivo chiaro, visibile, quindi un grosso terreno di confronto con il pubblico su quello che si fa.

Questo è stato l'azzardo, se vogliamo, più importante, perché nel momento in cui tu definisci in modo molto strutturato quello che secondo te devi fare per fare quello che per te è un lavoro di valore e di qualità, quello stesso percorso, quello stesso termine di riferimento è quello che tu dai in mano a qualunque tuo cliente, a qualunque persona partecipi alle tue attività ed è anche quello su cui ti si possono fare tutte le pulci del caso nel momento in cui una qualunque delle infinite occasioni di sviamento o di inconveniente avviene. Però nella chiave della coerenza è stata una cosa importante per noi sceglierlo.

Tra tutti gli strumenti possibili è chiaro che si poteva parlare di certificazione a vari livelli, eccetera. Vi ho portato come spunto questo pensiero della Segretaria dell'Associazione dei Consumatori Europei, per cui lavori come il nostro, ambiti di interesse come il turismo naturalistico hanno una tale portata di valore immateriale, di elementi immateriali che ne rappresentano la qualità, che entrare in una dinamica di certificazione specifica non è tanto rischioso perché vai a parlare degli elementi marginali, però un po' sì, e soprattutto fai fatica poi a misurare o a valutare quelli che sono gli elementi sostanziali della comunicazione ambientale e di tutti i temi che adesso vi sintetizzo.

Abbiamo scelto in questo caso non un marchio. Tante volte, dice la Valota, non è adatto un marchio. Spesso è perfetto, molte volte, anche se dà riconoscibilità, un marchio in sé non è adatto, mentre un percorso e una carta descrittiva risultano molto più inerenti.

Abbiamo scelto, pertanto, di costruire una "Carta di qualità", che ha avuto l'obiettivo – ormai la prima versione ha quasi una decina di anni – di definire, di codificare e di dare l'opportunità di monitorare gli elementi salienti del turismo responsabile secondo il WWF, tutelandone di conseguenza anche il *know how*. Questa è la "Carta di qualità" del WWF Italia, quindi lo rappresenta in toto.

Questo percorso, questa struttura, questo documento, questo impianto si compone di tre parti sostanziali. Prima: un manuale di servizi, che è un elemento abbastanza tecnico, pseudocontrattuale (regola la gestione tra il WWF e i *tour operator*). Seconda: un importante set di caratteristiche tecniche, che cerca di definire dei parametri indicatori che, se non valutabili numericamente, come spesso le certificazioni hanno bisogno di fare, per lo meno cerca, con valutazioni anche soggettive, di valutare almeno la presenza-assenza

di quell'indicatore. Ci siamo sforzati anche di costruire degli indicatori addirittura numerici nella realtà dei fatti, tipo il rapporto medio partecipanti e personale che conduce le attività, piuttosto che la numerosità dei gruppi. Però la strutturazione di cose numeriche è molto complicata e neanche tanto rilevante nel nostro lavoro. La terza parte sostanziale è quella della definizione di un manuale di linee guida metodologiche, quindi il metodo educativo del WWF, che è alla base di tutto.

L'organizzazione delle attività in tal senso è vincolata a degli standard, con la descrizione di come fare in merito a questi temi centrali, a questi macroargomenti, che sono la validità dei contenuti educativi (in ogni programma, in ogni attività deve esserci un contenuto educativo definito, scritto, comunicato, su cui si approva o meno la proposta presentata), la linearità dei processi e dei flussi di erogazione dei servizi (quindi anche la competenza dell'operatore nell'erogare il servizio a tutto tondo, in modo molto professionale), il valore ecologico ed estetico (nell'accezione di estetica della natura) dei programmi, il valore educativo ed ecologico della comunicazione al pubblico rispetto ai programmi, un impianto generale legato alla sostenibilità ambientale, la centralità dei valori locali e del valore del territorio nella programmazione, la qualità e la scelta delle strutture in termini di sostenibilità ambientale; infine, l'adeguatezza ai programmi, cercando di sollevare un po' quella che è – a volte capita e lo sappiamo tutti, però a volte è troppo spinta, secondo noi – la casualità di scelta delle strutture in base agli itinerari. Spesso nel nostro lavoro si trascura o si tende a passare un po' oltre; invece la struttura scelta è un grossissimo punto di interesse per l'esperienza, per esempio, della sostenibilità ambientale. Pensate alla barca a vela: nel momento in cui gestisci un'attività in barca a vela, la sede di quel soggiorno e di quella esperienza può essere a tutto tondo un laboratorio di sostenibilità ambientale su tutti i temi importanti della sostenibilità. Nel momento in cui ti appoggi casualmente a una struttura che sta sul tuo itinerario, di cui non conosci o non ti preoccupi di conoscere gli elementi importanti, e magari li ha anche, salti un passaggio che per il WWF è importante.

Ovviamente poi ci sono il metodo e i contenuti formativi per gli operatori.

La "Carta di qualità" consente un passaggio altrettanto importante di quelli citati finora. Da un lato è rappresentato dalla possibilità di autovalutazione degli operatori: hai dei materiali, dei percorsi su cui puoi costruire e tarare, o ritrarre, la tua attività. Può essere soggetta a conoscenza e valutazione da parte di auditori esterni, o per lo meno degli auditori del WWF, che nel momento in cui entrano in relazione con un operatore, poi hanno un modo semplice e abbastanza oggettivo di ragionare con lui sulla conformità di quello che si è concordato, che si è dichiarato di fare.

È uno sguardo strutturato anche da parte dei partecipanti, perché la soddisfazione del partecipante in questo caso condotta dal WWF si incentra sugli stessi temi della "Carta di qualità", quindi non va a valutare una soddisfazione generale su "ti è piaciuto?", ma su come sono state fatte le cose importanti delineate nella "Carta di qualità".

Ha una valenza anche di *audit* esterna perché è stata costruita con l'ICEA, che è un importante istituto di certificazione italiano.

Spero di avere un po' reso il senso dell'idea della "Carta di qualità". Vi leggo abbastanza rapidamente quelli che sono i punti di valutazione e di lavoro della "Carta di qualità", richiesta agli operatori quando organizzano un'attività che venga validata dal WWF, su cui si va a lavorare e a comunicare con il pubblico.

Per quanto riguarda le linee guida educative e formative, quindi il metodo, gli elementi chiave di questo tipo di lavoro, sono il mettere in relazione l'esperienza vissuta col

contesto di vita, cioè astrarsi dall'astrazione. L'esperienza di turismo naturalismo non deve essere una cosa che non c'entra, non deve essere una cosa che sta nella sua bolla, inizia, finisce e non ti ha trasmesso nulla rispetto a quello che puoi fare in prima persona.

Ancora, favorire la capacità di osservazione, sperimentare la conoscenza sensoriale (sempre legato all'idea che vi dicevo all'inizio di fare esperienza), focalizzare l'attenzione sui rapporti, promuovere i temi del rispetto, della cooperazione, della partecipazione e dell'agire in prima persona e stimolare il bisogno di cura del contesto ambientale, più altri, adesso non sto a leggervi ogni cosa.

Tutto richiede, ovviamente, un percorso di formazione degli operatori. I contenuti formativi principali devono essere incentrati sulle dinamiche di gruppo dello *staff* che lavora nelle proposte, nell'organizzazione, sulla capacità di gestione delle dinamiche di gruppo dei partecipanti, soprattutto quando sono ragazzi, sulla conoscenza emozionale, oltre che naturalistica e scientifica dell'ambiente naturale, e ovviamente sulla divulgazione degli ideali e dei valori dell'ambientalismo (è comunque un'attività proposta dal WWF, per cui per noi è importante che la relazione vada anche verso la conoscenza di cosa il WWF propone e su che temi lavora).

Per passare alla parte più misurabile, che vi accennavo, la "Carta di qualità" si compone di alcuni indicatori tecnici molto concreti. Si richiede l'adeguatezza alle norme di legge nell'organizzazione e nella gestione delle attività. Sembra un po' paradossale a volte dover scrivere, segnare, indicare che questo è un criterio di qualità. Il nostro è un mondo che ha, anche rispetto alle normative vigenti, molte sfumature, molte zone d'ombra e molte difficoltà di definizione tante volte di dove è la formalità precisa. Nella macro-organizzazione però no: le normative sui macroaspetti sono molto chiare e su quello si chiede la piena conformità alle norme di legge in termini di autorizzazione agli esercizi, di sicurezza, di rispetto della normativa ambientale e quant'altro.

Ancora, l'adeguatezza dei rapporti accompagnatore-*staff* rispetto al numero dei partecipanti, la correttezza formale delle relazioni, il contenimento della numerosità dei gruppi, lo sviluppo e l'aggiornamento continuo delle competenze degli *staff*, l'adeguatezza della competenza e dei ruoli (gli esperti hanno ruoli di responsabilità, il personale di informazione ha ruoli di supporto e chi conduce soggiorni o porta viaggi conosce il territorio, lo ha già fatto, lo gestisce con competenza e conoscenza), l'informazione e la formazione sulla "Carta di qualità" agli *staff*. Nel momento in cui un operatore lavora con noi gli viene chiesto di trasmettere tutti questi valori e questi contenuti al proprio *staff*, nonché la conoscenza dei temi del WWF.

Una grossa parte della "Carta di qualità" si incentra sui criteri di sostenibilità, anche qui sul lato dell'organizzazione e su quello della comunicazione al pubblico. Ovviamente è incentrato sull'utilizzo razionale delle risorse, sul contenimento e sulla riduzione degli impatti, sulla valorizzazione del locale e sul fatto che ogni esperienza di turismo sia un contributo all'economia del territorio. Si chiede il coinvolgimento diretto di fornitori locali di servizi turistici. È chiaro, si va dalla ristorazione agli approvvigionamenti. Quando si parla di soggiorni – io parlo prevalentemente di soggiorni – l'approvvigionamento in loco è un banale, ma non scontato tante volte, elemento di sostegno all'economia locale, anziché arrivare, come tempo addietro, a Milano, alla Metro, che fai la camionata di approvvigionamenti per i cinque campi che avrai in Trentino a luglio. No, in Trentino comperi in Trentino. Approvvigionamenti sul territorio.

Alcuni indicatori di sostenibilità per noi sono che in ogni attività ci sia un momento preciso di presentazione delle scelte di sostenibilità e delle adozioni di buone pratiche realizzate

nel soggiorno o nell'itinerario. Cosa comporta ciò? Che l'organizzatore abbia fatto una riflessione e una sua ricerca in tal senso, cioè abbia fatto una ricognizione, sappia quali sono, sia in grado di comunicare e formare il proprio *staff* su questa cosa e il proprio *staff* sia in grado di discuterne o di presentarlo ai partecipanti. Che, quindi, siano dei temi che emergano, non siano scontati o ci sono magari, ma nessuno li nota. Ci sia un momento di comunicazione su questo.

Gli aspetti più emblematici sono, per esempio, la richiesta di eliminazione di quelle che sono le stoviglie usa e getta in tutte le forme di ristorazione utilizzate nei soggiorni accreditati dalla "Carta di qualità".

Allo stesso modo, si riduca al minimo possibile – e ci si faccia comunicazione sopra, cioè se ne parli con i partecipati, con i linguaggi adeguati, dai bambini agli adulti, a seconda di chi hai lì – l'uso delle monoporzioni a cui apparentemente le normative sull'igiene sembrano obbligare. In realtà alcune sono sostituibili tranquillamente con la gestione di un'attività di porzionamento diretto da parte della cucina. C'è tutta una serie di strumenti per cui si può non andare per le vie brevi e riempirsi di cialde del caffè o di bustine di zucchero, marmellate, eccetera. Stai facendo dei campi o delle attività di qualità e hai queste colazioni tutte imbustate, insomma...

Ancora, il consumo dell'acqua di rete: privilegiati in assoluto il consumo dell'acqua di rete e la trasmissione del valore su questa cosa, nonché la riduzione al minimo dell'utilizzo del contenitore di plastica, l'utilizzo della carta riciclata o ecologica e la riduzione al minimo dell'uso dei sacchetti di plastica. Da questo punto di vista si va nel dettaglio, nello specifico e paradossalmente è la cosa che meno viene praticata e comunicata. Questo per esperienza nostra diretta nelle visite.

Continuo: l'impiego preferenziale dei mezzi di trasporto collettivi e, ovunque possibile, pubblici; la separazione di tutte le possibili tipologie di rifiuti; il contenimento dei consumi energetici e idrici. Nella scelta delle strutture la scelta preferenziale è di quelle che utilizzano fonti rinnovabili energetiche.

Ancora, l'utilizzo dei prodotti locali, in particolar modo i freschi; gli accordi coi ristoratori per l'erogazione di pasti adeguati per qualità nutrizionali e quantità; lo stesso nel discorso dei pranzi al sacco che spessissimo – avrete anche voi esperienza di questa cosa – sono dei condensati di plastiche, tetrapak e cartocci; la promozione dell'uso dei prodotti tropicali derivanti dal mercato eco solidale. Tutti i prodotti tropicali che noi utilizziamo sono di provenienza tropicale, per l'appunto, il caffè si coltiva nel Sud del mondo, il tè lo stesso, il cacao pure, per cui per noi è fondamentale che tutti i prodotti tropicali utilizzati nei soggiorni provengano dal mercato eco solidale. Non ce n'è un altro possibile sui tropicali. Diverso è il bio, nel senso che, indipendentemente dal valore estremo, può essere paragonato in molti casi al valore del prodotto locale. Un bio che viene dall'altra parte del Paese non è necessariamente da privilegiare rispetto al locale attentamente prodotto, per l'appunto. Sul tropicale non c'è dubbio: da là viene solo eco solidale.

Ultimissimo appunto – è poi vi lascio – è quello sulle strutture: che ci sia un ragionamento sulle strutture, quindi una capacità e una volontà da parte degli organizzatori di scelta e anche qui una trasmissione di contenuti al proprio pubblico, proprio perché la domanda, se impara a chiedere delle cose di qualità, determina dei cambiamenti qualitativi nell'offerta. È una legge banale di mercato. La riflessione sulla struttura è che offra spazi adeguati, che sia inserita nel contesto, che non sia impattante, che non sia abusiva evidentemente, e che abbia opportuni spazi modulari per la gestione del tipo di attività che ogni operatore propone.

Strutture privilegiate per quanto riguarda WWF ovviamente sono quelle legate alle nostre attività di conservazione: le foresterie delle oasi, i centri di educazione ambientale, gli agriturismi delle "Fattorie del Panda". L'importante è che ci sia una riflessione anche su quello.

Ho concluso. Spero di avervi almeno delineato il percorso e il valore degli indicatori. In ogni caso sono qui tutto il giorno e se qualcuno volesse avere qualche dettaglio in più, anche informale, appunto, mi trovate qua, altrimenti questi sono i nostri riferimenti. Grazie mille.

*(Applausi)*

### **Stefano Spinetti – Moderatore**

Grazie, Elisabetta. Leggendo di seguito tutto quello che riguarda questa interessantissima "Carta di qualità" del WWF e tutte le specifiche, mi è venuta in mente una cosa che mi è successa qualche giorno fa partecipando al WTM, *World Travel Market*, a Londra, che si è concluso da poco. È un evento molto importante dal punto di vista turistico, riservato agli operatori, è un cosiddetto "*be to be*". Ho incontrato un mio amico norvegese, che si chiama (Afdan), ma io lo chiamo – traducendolo in italiano – "mezzo fatto"! Scherzosamente, perché lui parla un po' italiano. Questo mio amico è il responsabile di *Innovation Norway*, che sarebbe praticamente l'equivalente di un Ministero del Turismo che la Norvegia ha soltanto come indicazione politica, mentre per il ramo operativo agisce, appunto, *Innovation Norway*. Lui ha detto, quasi con sollievo, che non era passata per poco una legge che prevedeva il numero chiuso sui sentieri di tutta la Norvegia, perché l'escursionismo agli effetti è molto praticato da tutti, dai bambini agli ultranovantenni. Allora io ho chiesto un po' ingenuamente: "Ma perché è stato fatto questo tentativo?". La motivazione ufficiale – me la sono scritta – è: "Per favorire la sensazione di solitudine". Cioè, un Parlamento che perde tempo per discutere una cosa del genere merita l'appellativo, dal mio punto di vista, di "grande". "Per favorire la sensazione di solitudine". Anche solo parlarne cinque minuti secondo me è una cosa fantastica, anche se poi, per fortuna o purtroppo, non è passata. Per il mio amico è stata una fortuna, ovviamente, avendo lui a cuore la promozione turistica.

Sempre prendendo spunto dal WTM, pensate che in un evento come questo di Londra, molto grande e importante, il 9 novembre è stato dedicato esclusivamente alle contrattazioni riguardanti il turismo sostenibile. Per una giornata intera all'interno del WTM si poteva parlare soltanto di questo, proprio come regola di partecipazione. È altrettanto vero che non esisteva uno stand, una postazione da una località del mondo, dell'Europa, tranne l'Italia, dove non fosse adeguatamente rappresentato almeno un operatore o vi fossero delle informazioni che riguardassero il turismo cosiddetto natura. Quindi era molto facile parlare solo di questo.

Sappiamo tutti quanti come destinazioni principe per attività tipo sdraiarsi a spalmarsi la crema, aspettando che il sole ci faccia cambiare colore, rosolandoci per bene, tipo – che so – Santorini, Paros, tutte le isole greche, le Baleari, le Canarie, eccetera, anche loro sempre di più hanno un comparto particolare di informazioni e di operatori che si occupano esclusivamente del turismo parallelo a quello che è sempre stato il loro punto di forza.

Sono delle scommesse importanti, che la dicono lunga su quello che poi è un parere unanime di tutti gli operatori. Tutti sono concordi nello stabilire che il turismo verde è

effettivamente un volano, forse l'unico, che permette al turismo mondiale di riprendersi costantemente, cioè non arrivare a quel cosiddetto punto di "mucca munta" – il professor Paolini sa sicuramente di cosa sto parlando – che gli studiosi del turismo indicano quando ormai una destinazione turistica ha raggiunto il massimo del suo sfruttamento.

Volevo approfittare del fatto che siamo, stranamente (non è mai successo), in anticipo, quasi in perfetto orario, per dare il microfono a Filippo, che voleva fare delle domande. Ma a proposito di domande, sarebbe anche qua interessante un bel dibattito per cercare di capire – perché le teorie sono tante – per quale motivo, se il turismo è effettivamente in perdita ovunque, cioè perde numeri costantemente nel nostro Paese, è proprio il turismo verde quello che invece mostra tentativi di crescita, o per lo meno quella che – come ha detto il professor Paolini prima – addirittura è la speranza della crescita del turismo. Sarebbe interessante cercare di avere delle opinioni.

Volevo dare il microfono a Filippo.

### **Filippo Camerlenghi – Vicepresidente AIGAE**

Approfito del fatto che siamo leggermente in anticipo, o quanto meno in orario. Su questa *slide* volevo chiedere sia al professor Paolini che ai gestori dei Parchi qui presenti che cosa si vende. Si vende un territorio che poi ricade anche in un Parco, o si vende il Parco? Il concetto del Parco forse da noi in Italia lo conosciamo, ma io non so se nei cataloghi che vanno all'estero ci sia il Parco delle Cinque Terre o ci siano le Cinque Terre. Cioè, quello che è richiesto è il Parco in quanto area protetta, eccetera, o è un'area geografica che poi ricade anche...?

Devo far scomodare qualcuno fisicamente che abbia voglia di arrivare qua? Mi riferisco al professor Paolini, ma anche a chi è seduto là in fondo, che di Parchi ne mastica. Se hanno un parere per i Parchi di loro pertinenza.

### **Tommaso Paolini – Docente di Economia del Turismo – Facoltà di Economia – Università degli Studi – L'Aquila**

A questa domanda dovrebbe rispondere l'ISTAT. Ora io vi descrivo il criterio che l'ISTAT utilizza per individuare e quantizzare le presenze e, quindi, le richieste dei Parchi.

Quando una persona frequenta una struttura ricettiva localizzata in un Parco, allora la motivazione è quella del Parco, anche se quella persona poi va per un altro motivo. Quindi quando vengono scelti per una vacanza tutti quei Comuni che ricadono dentro un Parco, noi pensiamo che la motivazione principale sia perché è il Parco a spingere, ad eccezione del capoluogo. Se c'è un capoluogo di Provincia dentro quel Parco, allora l'ISTAT esclude le presenze nel capoluogo, anche se molti turisti scelgono una struttura del capoluogo. Noi pensiamo che, siccome nel capoluogo ci sono attività politiche e culturali, università, eccetera, non sia la motivazione principale al Parco quella presenza nel capoluogo. Questo è statisticamente il criterio. Poi ci possono stare quelli che un po' storcono il naso, però la statistica è perfetta sui grandi numeri, sui piccoli no.

Su detto criterio l'ENIT costruisce questo tipo di *slide*, questo grafico.

Non so se ho risposto bene.

*(Intervento fuori microfono)*

### **Tommaso Paolini – Docente di Economia del Turismo – Facoltà di Economia – Università degli Studi – L'Aquila**

Il Parco del Cilento lo ricordo bene perché è in polemica con noi!

*(Intervento fuori microfono)*

**Tommaso Paolini – Docente di Economia del Turismo – Facoltà di Economia – Università degli Studi – L'Aquila**

Questo è il criterio che utilizziamo. Il Parco del Cilento è in forte polemica con il Presidente, con noi.

**Nino Martino – Presidente AIDAP**

Io sono Nino Martino, il Direttore del Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi, nonché Presidente di AIDAP.

Il professor Paolini fa, secondo me, un grande lavoro e bisogna dargliene atto. Ci sono, però, alcuni problemi prima da affrontare. La riforma della Costituzione a colpi di maggioranza – Titolo V – ha sottratto il turismo ai Parchi, perché la 394 affidava ai Parchi la gestione anche del turismo. L'averla passata alle Regioni in questo modo, senza aver costruito un accordo, oggi complica la situazione.

L'ISTAT prende i dati, obbligatori per legge, che le strutture turistiche forniscono alle Forze di Polizia, alle Regioni e a quant'altro, ma non tutte le strutture turistiche dei Parchi sono obbligate perché non rientrano nelle caratteristiche. Quindi una parte di questo dato per voi importante il professor Paolini non sa dove trovarlo. Per questo ci fa telefonare continuamente! E qui c'è un altro rumore di fondo, perché bisogna trovare il ricercatore bravo che incroci il direttore paziente o il funzionario disponibile.

Se torniamo indietro – professor Camerlenghi, la prego cortesemente di fornirmi la diapositiva precedente – di questo potremmo discutere sei giorni, perché quelli che tra voi fanno le guide (quasi tutti) potrebbero arrovellarsi giorni perché probabilmente empaticamente non si dà risposta alle aspettative. Per dirne una: che l'Appennino tosco-emiliano abbia fatto questa performance a me sembra improbabile.

*(Intervento fuori microfono)*

**Nino Martino – Presidente AIDAP**

Potrebbe essere, però rispondere ad una forza: la capacità di innovazione dei singoli Parchi nazionali nell'utilizzazione dei moderni strumenti *web*. Le Cinque Terre, le Dolomiti Bellunesi, l'Appennino tosco-emiliano, l'arcipelago toscano, poi arriverà il Gran Paradiso, l'Abruzzo, hanno fatto molta innovazione sui loro siti *web*. Le Dolomiti Bellunesi hanno una marea di lingue, il cui numero l'ho perso. È evidente che il *tour operator* cinese o giapponese trova più facilmente le Dolomiti Bellunesi che non la Sila. Ciò va ben valutato. Io che controllo queste cose una volta alla settimana vedo quanti cliccaggi abbiamo e da quali aree provengono.

La FIAVET ha risposto con una forte opposizione al dato del Ministro Brambilla. Qui bisogna vedere ovviamente di cosa stiamo parlando, però a me sono arrivate notizie – io li ho visti, se volete li posso girare – di programmi di *tour operator* americani che dicono: "Visitiamo l'Italia, le Cinque Terre, la Toscana", perché l'Italia, le Cinque Terre e la Toscana hanno chiuso in un titolo, diciamo, il massimo dell'attenzione potenziale del cliente.

Tutto sommato questo gioco un po' "sporco" lo sta facendo l'Appennino tosco-emiliano quando, attaccandosi al marchio "Cinque Terre", cerca di portare nell'entroterra un po' di

turismo. Quindi anche tra di noi questi giochetti li facciamo. Anch'io scrivo "*near Venice*" quando devo mandare in giro qualcosa sulle Dolomiti Bellunesi. Come faccio a spiegare dov'è Belluno? Questo è il mestiere, diciamo.

Non so se ho dato alcuni elementi di qualche genere, però vorrei che fosse chiaro che il lavoro che fa *Ecotur*, che fa il professor Paolini in particolar modo, è eccezionale, perché parte da tutta questa assenza di dati e da questa mancanza di obbligatorietà della comunicazione. Non lo dovremmo dimenticare.

Devo una risposta ai *rumors* di alcuni amici che avevo vicino. Ne ho sentito alcuni, ma potrei averne sentiti altri. Tutto questo turismo verde dov'è se siamo solo noi che facciamo le guide? Potrebbe essere un problema di occhiali, nel senso che ovviamente, se io faccio il cuoco, penso che la cucina sia quella che faccio io. Dal punto di vista statistico, tutto quello che va verso qualcosa che non è *charme*, Cortina oppure Rimini, aiutatemi a dire, per molti *tour operator* si sposta verso questa cosa.

Ultimissimo dato da fornire: nel 2010 l'utente che ha pochi soldi, ma ha tempo, che è il 70 per cento di quello su cui mangiano i *tour operator*, cioè le persone che per loro fortuna sono andate in pensione, quindi quelle che spendono cinque o seicento euro, che sono la gran parte del nostro turismo, per l'indeterminatezza e la paura che abbiamo tutti del futuro ha scelto l'Italia. Quindi meno *tour* a medio raggio e molta più Italia. In "molta più Italia" c'è molta più facilità di vendere Venezia e il Delta del Po. Allora a quel punto Venezia e il Delta del Po cosa sono? Turismo culturale o turismo verde? Qui capite che affettare la torta è un po' complicato, quindi forse queste cose da non esperto, ma da frequentatore...

*(Intervento fuori microfono)*

### **Nino Martino – Presidente AIDAP**

Io ho tempo!

### **Filippo Camerlenghi – Vicepresidente AIGAE**

Possiamo tenere la domanda prima della chiusura della mattina? Quindi non il pomeriggio. Due comunicazioni. Per quanto riguarda la cena sociale, per chi non si è ancora iscritto, in segreteria lo si può fare. Se qualcuno gradisce o ha necessità di un menu vegetariano, segni un asterisco. Facciamolo, per cortesia, entro l'ora di pranzo, perché poi dobbiamo comunicare.

Il *coffee break* è appena usciti da questa porta a sinistra, scala praticamente sotto di noi. Ci rivediamo qui tra una ventina di minuti.

*Pausa lavori.*

*Ripresa lavori.*

### **Stefano Spinetti – Moderatore**

Gentilmente se prendiamo posto, ricominciamo il convegno. Eravamo in anticipo e, come da prassi abituale, siamo in ritardo, tanto per essere ligi alla tradizione!

Dunque, riprendiamo il nostro convegno per tornare a parlare di turismo natura. Questa volta lo facciamo in maniera casereccia: parliamo del turismo natura che ci riguarda come AIGAE, come Associazione delle Guide Ambientali Escursionistiche, perché abbiamo in

anteprima mondiale i dati aggiornati della ricerca che periodicamente effettuiamo all'interno dei nostri associati per capire un po' cosa succede nel nostro mondo.

Come AIGAE rappresentiamo e numeriamo una piccola parte di quello che è il turismo natura, perché giustamente il turismo natura sono tante cose, soprattutto la gran parte del turismo natura non usufruisce di servizi di guida, quindi è soltanto una parte minore che ritiene più importante o indispensabile o opportuno utilizzare una guida, anche per effetto dell'evoluzione che questa figura professionale ha avuto negli ultimi anni. Quando la professione era nuova e si viveva nell'incertezza di cosa dovesse fare, si è a volte travisato che la guida ambientale non doveva essere altro che una chiave naturalistica di quello che fa quotidianamente la guida turistica, cioè descrivere sommariamente o in maniera, diciamo, scientifica o pseudoscientifica tutto quello che fa parte del territorio attraversato. Oggi l'evoluzione ci porta ad essere interpreti del territorio e dell'ambiente, parola comprendente tutto quello che ha a che fare con l'evoluzione antropica, antropologica e storica.

Ecco quindi che i nostri dati, raccolti e pazientemente messi in chiave comprensibile da Filippo Camerlenghi, il nostro Vicepresidente, ci verranno da lui stesso commentati e interpretati. Ci aspettiamo qualche suggerimento per quella che sarà poi la parte finale del convegno nella tavola rotonda. Grazie, Filippo.

*Il potenziale del turismo sostenibile AIGAE (dati ricerca interna 2011)*

### **Filippo Camerlenghi – Vicepresidente AIGAE**

Buongiorno a tutti. Dunque, la mia chiacchierata vuole provare a dare un po' di informazioni su quello che è il mondo AIGAE, un mondo che può sfuggire anche a noi che siamo all'interno dell'AIGAE stessa. Piccola grande premessa: AIGAE è un'associazione di categoria. Le singole guide fanno attività di accompagnamento.

Però c'è poco da fare: se guardiamo in AIGAE e guardiamo chi sono gli iscritti, in essa confluiscono per certo anche le più grosse o tra le più grosse aziende che si occupano di turismo, turismo sostenibile, ecoturismo, *tour operator*. Quindi quando abbiamo deciso di contarci, di provare a prendere dei numeri, ci siamo posti il problema di dire: ma cosa facciamo? Facciamo i ligi e facciamo solo le guide o diciamo: "Vediamo di essere un po' più pragmatici e proviamo ad estendere anche alle società, alle aziende". Il questionario che ora vi illustrerò non riporta dati ancora definitivi, perché è *online* e so per certo – perché un po' le conosco – che alcune delle persone qui presenti non l'hanno compilato, quindi più tardi passerò con un pennarello e metterò una X a chi non l'ha fatto! Comunque abbiamo già degli ottimi numeri e quindi i dati che vi fornisco sono importanti.

Questa è la terza edizione. Il primo questionario è stato presentato a Badia Prataglia forse, quindi era riferito al periodo lavorativo 2003-2004; poi ne abbiamo presentato un altro a Matera ed era il 2004-2005- Il periodo di riferimento è 2010-2011.

Cosa abbiamo chiesto? Più o meno lo vedete alle mie spalle: abbiamo chiesto i fatturati, abbiamo parlato di quanti operatori vengono coinvolti nelle nostre attività, di quanti partecipanti abbiamo nelle nostre attività, delle giornate di lavoro nei diversi campi di cui poi vi parlerò. Gli operatori sono più uomini o più donne? Che formazione hanno? Ci occupiamo più di *incoming* o di *outgoing*? Che ambito lavorativo abbiamo all'interno di aree protette o meno? Come va il mercato? La retribuzione: quant'è la retribuzione media di una guida? Il domani: cosa pensiamo che succederà domani alle guide? Infine: come facciamo a comunicare?

Sono tanti i fattori che abbiamo investigato. Io oggi faccio una carrellata assolutamente poco organica, semplicemente perché il tempo non sarebbe bastato per raccontarvi tutto e anche semplicemente perché non ho ancora ricavato tutte le giuste deduzioni che è facile recuperare dai dati. Comunque andiamo avanti. Volta per volta proverò a circostanziarvi un po' a chi e a cosa mi riferisco.

Prima di iniziare, mi rendo sempre più conto che alla classica domanda: "Cosa fai per lavoro?", "La guida ambientale", se uno dovesse scrivere veramente cosa fa non basterebbe questo come biglietto da visita. Penso che nessuno di noi viva esclusivamente di scarponcini. Allora vediamo di capire prevalentemente la guida ambientale di cosa si occupa.

Già da anni abbiamo adottato questa suddivisione, vale a dire: una guida ambientale nel momento in cui sceglie questa carriera sostanzialmente ha quattro macroaree di intervento, più quella in mezzo di cui adesso vi parlo brevemente.

La prima macroarea è la scolastica. Lavorare come guida ambientale: lo si fa spesso avendo come nostro interlocutore le scuole. Dividiamo questo aspetto, per esempio, dall'educazione ambientale, perché? Uno, per termini di contenuti e tecnica, ma questi quattro campi si differenziano anche molto dal punto di vista del *marketing*, dal punto di vista di chi ci mette i soldi. Quindi se chi paga non è sempre nello stesso modo che arriva a noi, è evidente che rappresenta un'area diversa per noi. L'educazione ambientale, che prevalentemente – ma non solo – avviene all'interno degli edifici scolastici, al coperto, e che può prevedere in un progetto anche l'escursione sul terreno, è una fetta precisa. La scolastica invece è la classica escursione in natura.

Poi c'è il turismo legato agli adulti: portiamo dei gruppi di adulti in natura.

A seguire, l'estivo, che è quella parte che pian piano sta crescendo. Me ne accorgo un po' in questa successione di indagine. Quella che fino all'altro ieri – o un po' di più – era l'attività estiva, delle settimane estive, dei campi estivi, che erano più appannaggio del classico oratorio, della classica organizzazione un po' così, in realtà pian piano, per mille motivi (si pensa soprattutto per questioni di responsabilità, quindi introdurre persone qualificate), comincia ad essere un'interfaccia commerciale non indifferente, per cui è un campo di lavoro vero e proprio.

Bastasse ciò, però non si lavora solo per questo. Chiunque faccia il nostro lavoro ha anche un'area che è un po' una nebulosa nei termini di grande varietà di attività, che però sono molto nitide, perché in questo cerchio che un po' le accomuna tutte possiamo mettere il fatto di fare consulenza per *tour operator*, per realizzare itinerari, per lavorare per i Parchi, per comunità montane, per realizzare, per esempio, articoli, quindi per la divulgazione.

Io per non saper esattamente come definire – ed è una cosa che faccio personalmente – dico che noi guide alla fine, se ci date un territorio, lo sappiamo valorizzare declinandolo da tanti punti di vista, che siano la scuola, il *tour operator*, gli adulti, gli studenti, un Parco, un Ente pubblico.

Se si potesse fare un estremo riassunto, e lo devo fare solo perché siamo qua, queste sono le quattro aree di lavoro, più questa in mezzo. So perfettamente che ci sono alcune guide che lavorano prevalentemente su adulti e scolastico e pochissimo su educazione ambientale ed estivo, e viceversa. Ciò è testimoniato abbastanza bene dai questionari. Noi siamo andati a indagare il lavoro delle guide su queste quattro macroaree, per cui le risposte che faccio vedere adesso spesso evidenziano delle preferenze.

Ultima cosa: nel momento in cui dico "aziende" cosa intendo? Nel nostro mondo sapete

che sotto lo stesso cappello di "azienda" c'è l'associazione, che magari è fatta da tre persone, che fa un meraviglioso lavoro puntiforme sul proprio territorio e che magari riesce con grande orgoglio a fatturare sessantamila euro l'anno, ma nel contempo l'azienda può anche essere la società, la cooperativa che riesce a fatturare trecentomila euro. Abbiamo cercato semplicemente di dire: un conto è la singola guida, magari con partita IVA o in ritenuta d'acconto, rispetto a un qualcosa di genericamente organizzato. Quindi è molto eterogeneo il concetto di "azienda", ma in qualche modo dobbiamo cominciare a mettere delle linee.

Questi sono i numeri. Come li interpretiamo dal punto di vista numerico? Il campione che ho recuperato, che ha aderito al nostro questionario (che è sempre *online*) può rappresentare circa un terzo della forza AIGAE. I numeri che vi ho dato sono quelli che sono emersi, per cui se volessimo andare sul livello AIGAE dovremmo probabilmente moltiplicare almeno per due o per tre; se poi volessimo passare al livello nazionale, probabilmente questo dato partente potrebbe essere moltiplicato circa per sei. È evidente che AIGAE è l'unica associazione a livello nazionale, ma non abbiamo la presunzione effettivamente di pensare che chiunque faccia il nostro lavoro arriva in AIGAE – per carità, scelta libera – e che qualunque azienda sia comunque legata a noi. Questa può essere una chiave interpretativa di tali numeri.

Un milione e cinquecento contatti, il che vuol dire che tra scuole, adulti, campi estivi, educazione ambientale, gite, tutto quello che volete, arriviamo ad avere un milione e cinquecento contatti, su quelli che io ho testato. Significa che arriveremmo almeno a tre milioni abbondanti, se dovessimo arrivare a scala AIGAE completa.

Anche qui, è un'interpretazione che mi va bene, ma non posso dirvi che è scientifica, perché noi non abbiamo ancora il potere di dire che il campione che ho è rappresentativo in termini sia di qualità che di quantità. Io ammetto quelli che sono i difetti del nostro lavoro, ma almeno abbiamo questi numeri. Poi volentieri, chi ha voglia di aiutarci nell'interpretazione, non c'è problema. Però sono veri, perché da tutte le schede che sono arrivate, facendo la somma, viene fuori questo dato.

Come si differenzia il mercato? Vedete che le scuole – in blu – sono il 49 per cento, quindi la metà delle attività in termini di clienti va sulle scuole. Proseguendo, il 24 per cento gli adulti, l'educazione ambientale, ultimi i campi estivi. È abbastanza spiegabile: è chiaro che quando noi abbiamo un cliente come le scuole, vuol dire venticinque o quaranta persone, mentre con gli adulti per mille motivi non si va mai in giro con numeri così grandi. Può essere un'interpretazione. Vedremo però che più o meno questa gerarchia che ci illustra la prima *slide* è confermata anche dalle successive. È una gerarchia che, tra l'altro, corrisponde in termini di priorità a quelle che avevamo visto qualche anno fa. Cambiano un po' le percentuali, ma io non posso discutere di percentuali perché non sono paragonabili in senso preciso i campioni, quindi non posso giocare sul 3 per cento in più o sul 5 per cento in meno.

*(Intervento fuori microfono)*

### **Filippo Camerlenghi – Vicepresidente AIGAE**

In questo caso li ho omessi per fare massa critica. Chiaramente li abbiamo tutti separati come *database* nostro.

*(Intervento fuori microfono)*

### **Filippo Camerlenghi – Vicepresidente AIGAE**

Persone accompagnate, che sia la classe, sono venticinque ragazzi, quindi venticinque contatti; il gruppo da quindici adulti sono quindici adulti. Mettendoli assieme viene fuori una cosa del genere.

Ho cercato, recuperando un vecchio dato che pensavo di aver perso, di fare un paragone tra 2003 e 2010 e si intravede che lo scolastico – che è giallo in quello del 2003 – è comunque maggiore rispetto al blu del 2010. Quindi sempre prima lo scolastico, poi abbiamo comunque gli adulti, che sono cambiati un po' rispetto all'educazione ambientale, e infine i campi.

Una piccola interpretazione si può concedere sul fatto che l'educazione ambientale ha delle vie di finanziamento che non sono più sulle famiglie. L'educazione ambientale come finanziamenti, insomma. Non è che siano poi così cresciuti, anzi. Ma anche qui, è abbastanza ridicolo che vi tenti di spiegare con queste percentuali minime. È un *trend* che è noto, sono cambiate un po' le cose.

*(Intervento fuori microfono)*

### **Filippo Camerlenghi – Vicepresidente AIGAE**

Quello in alto a destra è un vecchissimo dato che ho trovato in PDF, non ho avuto il tempo di cambiarlo, comunque è un consulente.

Fatturato: questa massa critica che mi ha risposto mi ha dato nove milioni di euro come fatturato, la somma, suddiviso più o meno, come vedete ancora.

I campi estivi cominciano un po', anche rispetto a sei o sette anni fa, ad aumentare, ma in termini di percentuali non ha senso. Io ho preferito esprimermi in termini di percentuali piuttosto che darvi dei numeri assoluti, se non raramente, perché non sono davvero paragonabili.

Fatturati a confronto: anche qui, sei o sette anni fa più o meno le cose stavano così. C'era sempre la gran parte dello scolastico che aveva la maggior parte; gli adulti sembravano essere un pochettino maggiori, ma l'importante è vedere che è la scuola ad essere lo zoccolo duro per l'azienda. Esistono alcune cooperative e associazioni che praticamente lavorano quasi ed esclusivamente sulle scuole. Faccio un esempio puramente geografico: io opero in Lombardia e per motivi oggettivi il turismo ha da venire come fonte di reddito, per cui chi lavora, lavora sostanzialmente su quello che è il discorso scuole e ha turismo veramente basso. Ci sono cooperative magari di zone prettamente turistiche dove la scuola è davvero un dettaglio rispetto al turismo, per cui ci sono periodi di lavoro in cui noi – Lombardia, dove il turismo non è forte – abbiamo tutta la primavera e l'autunno in cui stralavoriamo. Arriviamo poi a fine maggio, primissimi di giugno e diciamo: "Ah, adesso cominciamo a riposarci". In altre Regioni invece quello è il momento in cui si comincia. Vedete come è difficile riuscire a fare delle comparazioni, però sono dati che esistono e che conosciamo.

Giornate di lavoro: trentamila giornate di lavoro divise per attività. Qui cambiamo un po' le cose semplicemente per la tipologia di attività. Con le scuole magari lavori tante volte, ma in genere un giorno o due, se ti va bene tre perché fai il viaggio. Con gli adulti riesci ad avere viaggi di dieci o quindici giorni, quindi in termini di giornate gli adulti ti danno una caratteristica diversa di lavoro.

Andiamo ancora avanti. Quanto è rappresentativo il nostro lavoro? Spesso quando ci

presentiamo nei convegni o anche solo in contatti politici ci chiediamo: quanti siamo, dove siamo? Prevalentemente la nostra presenza lavora in aree montane, parliamo di 48. In realtà questo è uno dei primi dati che sono arrivati: non è che siamo solo ed esclusivamente legati al territorio montuoso. È vero, ci sono le Alpi, gli Appennini, le Prealpi. 30 per cento le coste e 22 per cento le colline. Di fatto direi che siamo abbastanza rappresentativi. Questo per noi è molto importante perché non rappresentiamo una nicchia o solo un ambito geografico lavorativo. Siamo abbastanza distribuiti e questo è importantissimo dal punto di vista del *marketing* e della rappresentatività, perché comunque siamo in grado di raggiungere un pubblico che appartiene all'intera Italia. Poi lo sapete: AIGAE come unica associazione presente in tutta Italia veramente arriva ad essere capillare. Infatti tutti i dati che mi sono giunti è molto carino leggerli dalla mia parte, perché riesce ad arrivarci la cooperativa che sta in alta Val Camonica, come ti arriva la cooperativa che sta in un paese meraviglioso in Puglia. Capisci che, magari invertendo alcune cose, i problemi o le caratteristiche comunque sono molto simili. Secondo me è molto bello perché veramente possiamo rispecchiare un mondo intero.

La cosa che mi interessava di più, e andiamo verso gli ultimi dati, è guardare un attimino i mercati. Abbiamo chiesto come è andato il mercato negli ultimi cinque anni. Qui abbiamo una diminuzione per il 23 per cento, una stabilità per il 23 per cento, un aumento fino al 10 per cento del 20 per cento e un aumento oltre il 10 per cento del 33 per cento. È un *trend* confermato che era più o meno – giusto per farvi impazzire coi colori – simile a quello che è successo sette anni fa, nel senso che è un'interpretazione totalmente diversa dal punto di vista grafico. A me interessava farvi vedere che in ordinata ci sono i valori percentuali di aumenti e addirittura sette anni fa gli ultimi cinque anni avevano portato (in cinque anni) ad aumenti del cento per cento, quindi incredibili, notevoli.

Quest'anno quando abbiamo posto questa domanda ho pensato: "Speriamo che ci sia qualcuno che aumenti ancora e che non ci sia crisi". In realtà siamo arrivati a vedere che c'è un 43 per cento che ha aumentato in modo importante e un 23 per cento che è stabile, quindi un tre quarti di operatori dice: "O va bene o va meglio".

*(Intervento fuori microfono)*

### **Filippo Camerlenghi – Vicepresidente AIGAE**

53, sì, scusate. Per quello che diceva prima il professore, che mi ha confortato, troviamo un altro settore della bilancia commerciale italiana che dà un'indicazione del genere...

*(Interventi fuori microfono)*

### **Filippo Camerlenghi – Vicepresidente AIGAE**

Nel nostro questionario abbiamo dato dei *range*, per cui abbiamo detto "da... a...". Non esistono numeri troppo precisi. Abbiamo messo dei *range* proprio per agevolare il questionario. Una cosa oggettiva da dire – e questa è una colpa magari nostra di guide/aziende – è che non è la cosa più semplice coinvolgere gli operatori nel compilare il questionario. Abbiamo dovuto renderlo molto più accessibile a scapito di una qualità precisa.

Quest'ultimo dato ci parla del mercato nella tua area. Al momento – non è cinque anni fa – vediamo che in diminuzione abbiamo solo un 15 per cento. Male che vada, è stabile o saturo. In crescita c'è un 35 per cento. Anche queste sembrano delle indicazioni

importanti.

D'altronde dette indicazioni importanti sono confermate dai numeri in termini di guide e di aziende, che aumentano in assoluto e all'interno di AIGAE. Tenete presente che le aziende che ho considerato e che per il momento hanno risposto all'interno di AIGAE sono state circa quarantotto e non sono assolutamente tutte. Ripeto, quarantotto vuol dire dalla società cooperativa al *tour operator*, alla piccola associazione, però non sono poche e non sono tutte. Per cui sono numeri decisamente importanti.

Per tornare un po' alle singole guide, abbiamo chiesto: "Crediamo in questo lavoro? Cosa ne pensiamo? Fra dieci anni cosa farò?". Questa secondo me è una domanda che interessa tutti noi. Alla fine io non devo scordarmi che noi siamo guide qua, siamo singole persone, singole teste e alla domanda: "Cosa faremo fra dieci anni?" rispondo: "Io ci sarò, sarò ancora GAE". Chi parla è in linea con quanto abbiamo detto in termini di fiducia che c'è per il futuro. Probabilmente se i dati fossero stati diversi da quelli precedenti qualcuno avrebbe detto: "Bah, non lo so. Vediamo". In realtà, se l'80 per cento risponde: "Sarò ancora qua", alla fine è solo un 10 per cento probabilmente a dire: "Smetto prima", per cui forse non vede un gran futuro.

Dal mio punto di vista è un dato confortante, perché una delle grandi classiche domande che ci facciamo quando ci troviamo è: "Come va? Va tutto bene? Il lavoro? Ce la facciamo? Andiamo avanti". Questo invece è molto confortante.

*(Intervento fuori microfono)*

### **Filippo Camerlenghi – Vicepresidente AIGAE**

Fosse solo per limiti d'età!  
Quale altro dato c'era... Dimmi.

*(Intervento fuori microfono)*

### **Filippo Camerlenghi – Vicepresidente AIGAE**

Vogliamo parlare di: uno, scuole; due, progetti di educazione ambientale che spesso...

*(Interventi fuori microfono)*

### **Filippo Camerlenghi – Vicepresidente AIGAE**

Questa è una delle prime cose che anch'io ho osservato, però siamo nell'assemblea dell'AIGAE e io all'assemblea dell'AIGAE presento i dati, che portano ad una serie di domande. Questa è una di quelle, però non sono stato lì assolutamente a dire: faccio due conti, dico no, li alzo, così non ci sono problemi. Questo è quanto. Ciò deve spingerci a investigare. Secondo me, l'errore non sta nel numero dei contatti, ma nel dato fornito sui fatturati, è evidente.

*(Intervento fuori microfono)*

### **Filippo Camerlenghi – Vicepresidente AIGAE**

Considerate che il fatturato vuol dire che forse c'è dentro anche il pullman. Se c'è un *tour operator*...

*(Intervento fuori microfono)*

**Filippo Camerlenghi – Vicepresidente AIGAE**

Quanto meno qui dentro c'è un fatturato. Magari un *tour operator* costa in totale cinquemila euro, perché ci sono il pullman, l'albergo e tutto quanto; nel contempo c'è la singola guida che ha venduto la sua giornata a centotrenta euro.

Diciamo che si vuole cercare di dare dei numeri, una massa critica per capire che movimento c'è attorno.

*(Intervento fuori microfono)*

**Filippo Camerlenghi – Vicepresidente AIGAE**

Posso dirvi che i questionari che sono arrivati erano quasi sempre compilati per intero e, se proprio doveva mancare qualche casella, era il fatturato. Allora avrei dovuto suddividere sugli effettivi questionari che sono stati compilati anche col fatturato e suddividere... È assolutamente evidente. Io oggi mi sono limitato a portare un po' di numeri perché comunque, se sono nove milioni di euro moltiplicati per due o tre per AIGAE, cominciano a diventare sui trenta milioni, moltiplicati... È per cercare di avere un numero che gira attorno a questo tipo di attività legata all'ambiente e per avere un'idea, però tutte le obiezioni che avete tirato fuori le stracondivido. Vedrò di capire se riesco un po' a filtrare questi dati per avere qualcosa di più oggettivo. Su questo sono senz'altro d'accordo.

*(Intervento fuori microfono)*

**Filippo Camerlenghi – Vicepresidente AIGAE**

Il problema è che il fatturato rimane la variabile inattendibile, quindi qualunque cosa che preveda un confronto col fatturato rischia di non essere attendibile.

Un'altra cosa che non ho messo sono le giornate medie. Questo proprio lo voglio dire: circa il 20 per cento delle guide ha risposto che nella sua zona la guida prende fino a centocinquanta euro al giorno; il 20 per cento oltre i centocinquanta euro; il 60 per cento attorno ai cento euro. Da quel poco che sono riuscito a vedere – perché i dati stanno ancora arrivando – c'è una netta differenza geografica, per cui al Nord si arriva a oltre centocinquanta euro al giorno (quello che prende la guida, non quello che in questo caso chiede eventualmente l'azienda) lordi, mentre nel Centro e nel Sud Italia tutti arrivano massimo a cento. Non c'è stato uno che nel Centro o nel Sud Italia mi abbia detto: "Si va oltre i cento".

Quali sono le piccole considerazioni? Le conclusioni: come stiamo? Stiamo bene, grazie. Molto contento. Prima il professore ha detto: "Non siamo di nicchia", nel senso: ragazzi, ci siamo, stiamo bene. Non buttiamoci sempre giù. Siamo una piccola parte, ma i dati parlano chiaro, perché quando consecutivamente in tre questionari il discorso dei fatturati e del polso del mercato è sempre sul positivo, aumenta il numero delle guide, aumenta il numero delle aziende, vivaddio, qualcosa vorrà dire. Si confermano i settori operatori, nel senso che non ci sono grandi sbarellamenti. Direi che il discorso dei campi estivi pian piano tende sempre più ad acquistare. Ho difficoltà a dirlo bene perché non sono così paragonabili i dati, ma anche dalla sensibilità, parlando con chi ha compilato, si riesce a capire che il campo estivo sta diventando un nuovo campo dove possiamo trovare clienti.

Siamo straiportanti per la diffusione di un territorio. Nei dati che non vi ho commentato ora è scritto chiaramente che le guide e le nostre cooperative sono un fattore di veicolazione del territorio rispetto all'*incoming* incredibile. Lavoriamo molto nelle aree protette, ma non solo, quindi siamo importanti per le aree protette, ma anche per un territorio che non è tale, che non è protetto, dove le cooperative e le guide – e in questo noi siamo grandi – riescono a valorizzare, a dare un valore economico, oltre che culturale, appunto, a delle aree che non sono protette. Non tutti hanno la fortuna di lavorare nei Parchi. Io lavoro quasi mai nei Parchi. Siamo bravi, perché riusciamo a vendere anche questi territori, quindi offriamo dei servizi agli Enti pubblici, che non sono aree protette. Il nostro mercato in definitiva tiene, anzi, cresce.

Rispetto al tema di oggi giornata, io direi che siamo pronti. Questi dati sono a disposizione per provare a creare una massa critica, per provare a mettere in cantiere un qualcosa di nuovo, un soggetto unito, pragmatico, propositivo e di qualità, per riuscire a unirci con chi dovrà parlare oggi per riuscire veramente a dare un'identità a quello che sembra essere di nicchia, ma in realtà è un qualcosa che forse ci sfugge per quanto è grande. Noi siamo una parte molto importante.

Con questo vi ringrazio.

*(Applausi)*

### **Stefano Spinetti – Moderatore**

È chiaro che i dati che sono stati forniti sono un'anticipazione, perché l'aveva detto Filippo all'inizio, ma probabilmente è sfuggito il messaggio: ancora non è considerata completa la raccolta dei dati. L'abbiamo stimata a un terzo, ma ovviamente dobbiamo cercare di avere il più possibile dai restanti due terzi. In ogni caso ci danno una buona idea.

Successivamente all'intervento di Filippo ci parlerà Roberto Dati dell'AITR, l'Associazione Italiana del Turismo Responsabile. Roberto è membro del Consiglio Direttivo. L'AITR è la prima associazione – e finora l'unica – in Italia che ha cercato di mettere insieme allo stesso tavolo chi in Italia fa, ha sempre fatto o ha cercato di fare fin dall'inizio del turismo in maniera diversa, secondo i dettami della responsabilità.

AITR è ormai una realtà molto consolidata, che probabilmente adesso dovrà in qualche modo essere protagonista di un ulteriore passo avanti, con l'introduzione di strumenti che possano in qualche modo certificare i prodotti turistici dei soggetti aderenti.

AIGAE con AITR ha da sempre un rapporto di collaborazione molto aperto. Adesso, non appena la proiezione sarà pronta, passerò il microfono a Roberto. Grazie.

*Turismo verde e turismo responsabile: strumenti per la certificazione e il controllo*

### **Roberto Dati – Consiglio Direttivo AITR Associazione Italiana Turismo Responsabile**

Grazie, Stefano. Buongiorno a tutti. Io faccio parte del Direttivo di AITR, l'Associazione Italiana Turismo Responsabile. È un'associazione di secondo livello che raggruppa una serie di altri organismi, quindi non ci sono soggetti individuali, persone fisiche. Per un certo periodo c'è stata questa possibilità, ma dal 2005 è nettamente un'associazione, appunto, di secondo livello, che ha la finalità di promuovere quello che abbiamo chiamato "turismo responsabile".

Come ha accennato Elisabetta Freuli prima, siamo partiti nel '98 con undici soci fondatori, tra cui WWF, CTS, Sezione Ambiente, Legambiente, quindi una forte componente (un

quarto almeno dei soci fondatori) erano soggetti ambientalisti. A fianco di questi c'erano, però, altre componenti, proprio per – come dire? – dare una casa comune ad altre forme di sostenibilità, ad altri modi di declinare la sostenibilità che una dozzina di anni fa era un qualcosa di cui già, come sapete, si discuteva ampiamente. Queste organizzazioni si sono rese conto che mancavano alcuni tasselli, quindi per ampliare il concetto di sostenibilità dall'aspetto ambientalistico ad altri si è dato vita a questa organizzazione.

Gli undici soci fondatori erano, appunto, accanto alle organizzazioni ambientaliste, organizzazioni non governative di cooperazione e sviluppo e associazioni culturali, che poi nel tempo si sono evolute fino a diventare veri e propri *tour operator*. Questo è un passaggio molto significativo. La nostra compagine è passata da un aspetto più marcatamente associativo e volontaristico ad un aspetto in cui il *profit* non è più un tabù. Infatti nel 2005 abbiamo fatto cadere in un'assemblea rifondativa questo vincolo. Prima c'erano soltanto soggetti *no profit*. Questo proprio perché si è deciso – e non vorrei usare un termine abusato – di affrontare la sfida del mercato, semplicemente perché si è avvertita chiaramente l'esigenza di andare a vedere come i progetti di cooperazione allo sviluppo, di educazione ambientale, di promozione dei territori e delle comunità locali potessero essere sostenibili anche da un punto di vista economico, quindi come questi progetti potessero reggersi e generare reddito e sviluppo locale laddove andavano a insistere.

Tale passaggio ha determinato via via negli anni un ampliamento delle attività e delle funzioni di AITR, che sono un po' quelle che vedete elencate qui. AITR svolge sostanzialmente un ruolo di divulgazione e di sensibilizzazione di un modo migliore di fare turismo. Tra l'altro abbiamo cercato di adottare una nostra definizione nel 2005. La leggo: "Il turismo responsabile è quel turismo attuato secondo principi di giustizia sociale ed economica, quindi abbastanza ambizioso da questo punto di vista, nel pieno rispetto dell'ambiente e delle culture". Vi è un richiamo ad una delle matrici originarie. "Il turismo responsabile riconosce la centralità della comunità locale ospitante e il suo diritto a essere protagonista nello sviluppo turistico sostenibile e socialmente responsabile del proprio territorio". E poi opera favorendo la positiva interazione tra gli attori, tra i protagonisti del fenomeno turistico.

Da qui il dialogo anche con l'industria turistica, questo moloc, questo grosso mondo che per molti versi spesso vediamo come antagonista. Diciamo che noi cerchiamo come AITR di contaminare – questo è il termine che viene usato – cercando di far adottare, almeno in parte e nel modo più genuino possibile, i principi su cui si fonda il turismo responsabile.

La compagine è cresciuta moltissimo. Attualmente abbiamo quasi decuplicato la nostra base sociale e sfioriamo i cento soci. C'è una commissione di valutazione all'interno del Direttivo di AITR incaricata di vagliare le domande di adesione che via via pervengono. È una minima garanzia di rispetto e di conformità di chi vuole aderire ai nostri principi.

Questi sono alcuni aspetti patologici del turismo su cui AITR si focalizza. Come sempre al primo posto c'è l'aspetto ambientale. Poi, ripeto, è quella un po' una delle matrici originarie. Ma gli aspetti su cui si vuole intervenire sono andati crescendo. Un altro è quello della lotta allo sfruttamento sessuale dei minori nel turismo, che è anche uno dei pilastri originari di AITR, che ha tra i propri soci fondatori ECPAT, che è l'organizzazione internazionale che lotta contro questa piaga.

Via via siamo andati a occuparci degli impatti del turismo non solo, appunto, naturalistici o etici strettamente, ma anche degli impatti di carattere socioeconomico e culturale. La responsabilità – termine di cui si sente sempre più parlare, soprattutto con riferimento alla

responsabilità sociale d'impresa, che è l'aspetto di cui parlerò nella seconda parte del mio breve intervento – per come l'abbiamo intesa noi è innanzitutto una responsabilità verso le comunità ospitanti, verso le comunità locali, che, come recita il nostro tentativo di definizione, dovrebbero essere protagoniste assolute del fenomeno turistico.

Un'organizzazione *partner* inglese con cui lavoriamo da tanto tempo, *Tourism Concern*, basata presso l'Università di Londra, usa come slogan, come espressione che cattura e che dovrebbe fotografare questa preoccupazione, la frase: "*Put the people back into the picture*", cioè rimetti la gente al centro della fotografia, al centro del quadro. È una frase che sintetizza questa preoccupazione, che naturalmente vuol dire persone, popolazioni immerse nel loro territorio, nelle loro tradizioni, nelle loro culture.

Come abbiamo cercato di tradurre tutte queste cose che ho detto fino adesso? Il problema degli strumenti è stato trattato oggi un po' da tutti i relatori: come certificare, come attestare, come garantire il pubblico, gli utenti, ma anche le comunità ospitanti, le comunità che ricevono il territorio, che le attività turistiche siano compatibili con un turismo veramente responsabile.

Il primo strumento è stata la "Carta dei criteri". L'avevamo chiamata "Carta di identità per viaggi sostenibili" originariamente. È addirittura preesistente alla fondazione di AITR, anzi, AITR è nata proprio intorno a questa Carta, che suddivide gli aspetti, diciamo, fa una radiografia del viaggio suddividendo in tre momenti e includendo anche quello che precede il viaggio, che normalmente non fa parte, non lo trovate nei cataloghi dei *tour operator*. Per noi è però fondamentale proprio per formare, quantomeno per preparare il viaggiatore all'esperienza che sta per compiere.

I *tour operator* che aderiscono a AITR prevedono sempre lo svolgimento, ad esempio, di una riunione preparatoria prima della partenza, e mi riferisco ovviamente ai viaggi organizzati, che sono una delle modalità, non certamente l'unica. Dicevo, quelli che lo fanno tengono una riunione preparatoria che non vuole essere un mero incontro tecnico-pratico sul clima, su cosa mi devo mettere in valigia, eccetera, ma vuole anche essere una preparazione all'incontro con i soggetti che andremo a incrociare nel corso del viaggio, che possono essere le cooperative locali, singoli soggetti che operano per lo sviluppo di quel territorio, e via dicendo.

Nello svolgimento del viaggio c'è una componente simbolica, ma importante, che è quella della famosa quota progetto, cosiddetta, in cui si raccomanda di devolvere – sempre per quanto riguarda i *tour operator* – una quota del pacchetto a finanziare progetti o iniziative di sviluppo locale. Ripeto, è più simbolica che altro, ma vuole attestare il coinvolgimento, la partecipazione, il "a me importa" che il turista dovrebbe pronunciare nei confronti del soggetto e della comunità locale, della comunità ospitante.

Alla fine del viaggio – la terza fase – non ci si limita a proiettare le diapositive, ma si cerca di stringere e di mantenere contatti con i nostri *partner* nei territori visitati.

Tutti questi criteri, ritagliati originariamente soprattutto nei viaggi organizzati nel Sud del mondo, si è pensato bene di applicarli anche al turismo domestico. È stata così approvata una "Carta Italia" che riproduce gli stessi principi, applicati, ovviamente, alle destinazioni italiane.

Questi sono i nostri *target*.

Gli strumenti di cui noi ci avvaliamo per promuovere i principi del turismo responsabile, oltre alle varie carte e ai vari documenti, sono naturalmente i forum (il prossimo è a Roma il 2 e il 3 dicembre, il 2 il Forum, il 3 l'Assemblea AITR). Svolgiamo anche un'attività di pubblicazione editoriale: abbiamo recentemente fatto uscire questo volumetto o

manualetto, "Turismo responsabile, cos'è e come si fa", con Touring editore. Abbiamo rapporti con diversi editori sensibili a questi temi, e via dicendo. Facciamo formazione a vari livelli e abbiamo molto sviluppato l'aspetto della rete. Questo è il motivo per il quale AITR è ben contenta di essere qui oggi. Abbiamo rapporti a livello nazionale, ma anche a livello estero. Abbiamo recentemente – da tre anni – dato vita a *Earth*, che è una rete europea per il turismo sostenibile e responsabile.

Al nostro interno abbiamo una serie di tavoli. Va beh, queste poi sono le questioni aperte. La penultima riguarda la certificazione. Rimaniamo al tema degli strumenti: la certificazione, il marchio, un registro. AITR ha approvato la "Carta dei criteri" ancor prima di nascere nel '97 e poi la "Carta Italia". Al di là di questi strumenti molto preziosi e anche molto – se vogliamo – semplici da promuovere e da gestire, ha dovuto relazionarsi con il tema della certificazione. Sono stati dolori, veramente, perché la storia di AITR è quasi la storia del marchio e della certificazione. Molti di noi sono ossessionati dal *Green Washing* applicato al turismo, il fatto che il turismo ordinario e convenzionale prima o poi si accorga – in realtà se n'è già accorto – di quanto è bello fare turismo responsabile e se ne appropri. Ed è vero che è bello. Prima si parlava di destinazioni sature, di turismo che consuma se stesso. Questo è un monito per le imprese turistiche, che vanno a caccia di nuove emozioni per i loro clienti. Probabilmente molti stanno cominciando ad accorgersi che il turismo delle tre "S", *sand, send and see*, o delle quattro "S" aggiungendo il *sex*, dove si riesce a farlo, non è più soddisfacente per una fetta crescente dei consumatori di turismo. Molte imprese si stanno accorgendo di quanto possa essere accattivante proporre delle esperienze il più possibile autentiche durante il viaggio per aumentare le loro fette di mercato.

Questo timore naturalmente ha fatto sì che AITR e i suoi soci, i suoi affiliati si siano posti il problema di dotarsi, appunto, di un marchio che renda la proposta di turismo responsabile riconoscibile e credibile.

Abbiamo avuto un processo molto lungo di gestazione. Abbiamo lavorato dapprima in autonomia: un gruppo ha lavorato su un registro, stabilendo cinque criteri guida, la cui soddisfazione avrebbe consentito l'iscrizione a detto registro. Dopodiché questo lavoro è stato accantonato perché ci si è resi conto, paradossalmente, che erano criteri che molti dei soggetti facenti parti di AITR non avrebbero potuto soddisfare in toto. Quindi c'è il problema anche di porsi obiettivi troppo ambiziosi.

Cosa è successo? Il mondo della certificazione si è avvicinato a AITR sempre di più. Tra i cento soci che vi dicevo che adesso fanno parte di AITR c'è anche ICEA, che è l'Istituto per la Certificazione Etica Ambientale, con sede a Bologna, che voi ben conoscete. È uno dei principali soggetti certificatori dei prodotti bio e delle attività legate al biologico. Ovviamente è molto interessata a promuovere e a implementare questa attività da un lato. Dall'altro la nostra rete internazionale ci ha portato a conoscere soggetti europei, uno dei quali è KATE, che è l'acronimo tedesco per Centro per l'Ecologia e lo Sviluppo, che ha sede a Stoccarda. È un organismo di certificazione di una serie di attività in ambito ambientale, che ci ha proposto di aderire a *Tourcert*, che è questo schema di certificazione del turismo responsabile.

Anche qui c'è stato un dibattito molto intenso, perché al nostro interno abbiamo innanzitutto un'eterogeneità della quale ho cercato di rendere conto prima parlando un po' della compagine sociale di AITR. I *tour operator* sono pochi dentro ad AITR, pochi ma buoni, anzi ottimi, però ci sono tanti altri soggetti che non necessariamente si occupano di questo e fanno promozione e tante altre cose.

Dal punto di vista delle dimensioni non c'è al nostro interno Francorosso o grossi *tour operator*. C'è *Four Seasons*, che è uno dei soggetti più grossi in tutti i sensi, però non abbastanza da sostenere enormi costi, perché la certificazione naturalmente ha dei costi. Lo sforzo è stato quello di mettere a punto uno strumento che venisse incontro un po' alle esigenze di una realtà come AITR.

Ciò fa sì che nelle linee guida di certificazione messe a punto da *Tourcert* ci sia l'obbligatorietà della compilazione del *report* per accedere alla certificazione per le imprese a partire da quattro dipendenti. Ci si pone ovviamente un problema di dimensioni molto basso, cioè, si ha ben presente che abbiamo aziende molto piccole al nostro interno.

Il tempo di lavorazione per la predisposizione del rapporto, che deve essere compilato e validato ogni due anni il primo e ogni tre quello successivo, è stimato dai dieci ai quindici giorni lavorativi. Questo poi va calato nelle realtà delle singole imprese, perché per alcune i costi legati alle ore/lavoro possono essere eccessivi.

Questo è il motivo per il quale l'approccio di AITR nei confronti della certificazione non è e non poteva essere quello di una sua obbligatorietà, di una sua clausola di accesso al mondo AITR. Ci rendiamo conto che in tale fase non può che essere un meccanismo di adesione volontaria, che può essere un di più per le imprese e per i soggetti che decidano di dotarsi di detto strumento.

Naturalmente sappiamo bene – e su questo il dibattito all'interno di AITR è molto vivo – che i vari marchi sono uno strumento spesso di *marketing*, che probabilmente viene utilizzato per promuovere la bontà del proprio prodotto. Noi riteniamo che questo sicuramente vada bene, perché, come dicevamo prima, ci siamo posti il problema della sostenibilità economica delle nostre attività, però non è, non deve e non può essere l'unico faro. Su questo siamo in linea con tutti i vari strumenti di certificazione di una responsabilità sociale di impresa, ma ci deve essere veramente un incentivo al miglioramento delle proprie pratiche nell'ambito del processo di certificazione.

È, quindi, fondamentale nel meccanismo messo in piedi da *Tourcert*, a cui noi abbiamo aderito, prevedere monitoraggi e verifiche periodici. Il protocollo d'intesa che abbiamo stipulato quest'anno si regge su tre gambe: *Tourcert*, che è il meccanismo europeo di certificazione del turismo ideato da KATE, soggetto tedesco operante già da tempo nell'ambito della certificazione ambientale; ICEA, che è un po' la cerniera tra AITR e *Tourcert* ed è il nostro soggetto di certificazione, che svolgerà gli *audit*, le ispezioni, le verifiche per i soggetti che chiederanno di essere certificati sotto l'ombrello del *Tourcert*; infine, AITR siederà nel Consiglio di Certificazione in funzione di partecipazione e controllo di tutto il processo. Questo è un po' il meccanismo. Naturalmente poi si apre tutta una serie di problemi che nella sede odierna ovviamente possiamo solo accennare.

AITR aderisce al meccanismo del *Tourcert* proprio per stare dentro, per cercare di governare questo processo e anche per fornire un'opportunità ai soci di AITR di avvalersene, di avere un nostro – ovviamente poi anche aperto all'esterno – meccanismo di certificazione, in cui crediamo e che vogliamo contribuire a governare. Poi chiaramente c'è tutta una serie di problemi aperti, come il fatto che, ad esempio, questo sia un meccanismo che riguarda l'organizzatori di viaggi, il soggetto nel suo complesso. Ovviamente diventa un meccanismo abbastanza complesso, mentre in altre fasi della nostra riflessione sulla certificazione si era ipotizzato di certificare singoli prodotti, singoli viaggi. Poi naturalmente può essere più complesso, ma, insomma, è una cosa su cui continuiamo a riflettere.

Un altro aspetto fondamentale per noi è la *customer satisfaction* rispetto al parere delle

comunità locali. Naturalmente nessuno dei numerosi marchi di certificazione nel nostro vasto mondo legato alle attività ambientali e al turismo prevede la verifica della soddisfazione della comunità ospitante, almeno non ci risulta che sia così. Per noi è fondamentale perché, così come predichiamo il coinvolgimento e la partecipazione delle comunità locali, dei territori e delle persone che vivono sui territori oggetto di turismo, nella fase della progettazione coerentemente dobbiamo porci il problema che siano questi stessi soggetti a fare una valutazione *ex post*, a dire se il tipo di turismo che stiamo facendo va bene o meno bene. Naturalmente poi ci sono altri problemi.

Un'altra questione a cui volevo accennare va un po' a smitizzare forse il tema della certificazione, e non me ne voglia chi se ne occupa – e bene – professionalmente. Nell'epoca del *web 2.0* una gran parte della certificazione viene fatta informalmente attraverso siti come *TripAdvisor* o simili, cui le *web communities* si rivolgono per sapere se una struttura banalmente va bene o meno. Più che altro è un aspetto di cui tener conto nell'ambito di questo processo molto importante, delicato e complesso.

Ho terminato, credo, il mio tempo, ho sforato. Parlo un'altra mezz'ora? No, scherzo!

Tornando ai problemi, l'opacità e la moltiplicazione dei marchi, chi certifica, con quali garanzie: vi racconto soltanto un aneddoto, visto che è facile parlar male degli assenti, ma mi sembra che l'abbiate fatto prima di me! L'attuale Ministro del Turismo un paio di anni fa ha avuto la brillante idea di varare una campagna contro il turismo sessuale dal titolo "E se fosse tuo figlio?", e già il titolo era – come dire? – molto autocentrato, molto autoreferenziale. Ha adottato una faccina su cui ha appiccicato la scritta "CTR, Certificazione Turismo Responsabile". Naturalmente lì ci si sono drizzati i capelli in testa. Abbiamo cercato di far capire alla Ministro che il turismo responsabile in realtà, in questi dieci anni di dibattito, di cui lei probabilmente non si è mai accorta fino adesso, è un qualcosa di più ampio della pur importantissima lotta allo sfruttamento sessuale dei minori nel turismo. Infatti poi, a seguito del nostro intervento, è stato cambiato in "Certificazione Turismo Etico". Questo per dire come sia facile acchiappare un termine che sembra accattivante e appiccicarlo in posti più o meno improbabili senza un lavoro di approfondimento, che invece deve stare alla base di quello che facciamo noi.

Attenzione naturalmente al tema del marchio, che è importante, ma noi siamo sempre attenti a non seguire un feticcio o un totem, perché siamo consapevoli poi dei limiti e delle insidie che si nascondono dietro queste etichette. Siamo poi ovviamente a disposizione per parlarne nel pomeriggio e anche in futuro.

Concludo portando – dovevo farlo prima – i saluti del Presidente di AITR Maurizio Davolio, che, come tutta AITR, è molto interessato alla costituzione di un soggetto unitario o almeno di un tavolo o di forme di coordinamento unitarie tra chi si occupa di questi temi. Grazie.

*(Applausi)*

### **Stefano Spinetti – Moderatore**

Grazie di nuovo a Roberto. Come pura opinione personale, secondo me la soluzione migliore sarebbe quella non solo di certificare, diciamo, la qualità del turismo responsabile delle aziende, ma anche il singolo prodotto di volta in volta, anche se sicuramente è una strada molto più complessa.

A questo punto abbiamo, per ragioni di tempo, terminato la sessione mattutina. Alcuni degli interventi che erano previsti per questa prima parte saranno posticipati al pomeriggio.

Prima di darvi l'appuntamento per il pomeriggio, Filippo a delle comunicazioni importantissime: riguardano il pranzo!

**Filippo Camerlenghi – Vicepresidente AIGAE**

Tutti i relatori, meno Nino Martino, sono a pranzo con noi! Seriamente, due interventi della mattina vengono spostati al pomeriggio, ma poiché ci è stata comunicata l'assenza di alcuni relatori, rimarremo in orario. Non è che avremo nel pomeriggio dodici interventi.

Ci rivediamo qui alle 14.30.

Comunicazione di servizio per il pranzo. Tornando su in paese, ci sono ottocentomila locali aperti! Per quanto riguarda invece i relatori e i coordinatori, se rimangono qui un attimo, poi andiamo assieme a pranzo.

Ricominciamo alle 14.30. Grazie.

*Pausa lavori.*

*Ripresa lavori.*

**Stefano Spinetti – Moderatore**

Se gentilmente prendete posto, riprendiamo i lavori parlando di produzioni agricole. Nelle descrizioni dei numeri che riguardavano l'AIGAE Filippo aveva accennato agli ambienti di lavoro, quindi turismo natura non è – come nell'immaginario potrebbe saltare immediatamente alla luce – turismo in montagna, ma è turismo in una serie di ambienti naturali diversi. Abbiamo visto le coste, le montagne e le zone collinari. Nelle zone collinari si racchiude probabilmente la maggior parte del territorio destinato al turismo natura. Zone collinari che racchiudono gran parte di quelle che possiamo chiamare anche zone rurali, che sono al centro di una serie di iniziative tra l'altro dell'Unione Europea per la valorizzazione turistica delle zone rurali stesse, teatro di produzione di eccellenze agricole, di qualità che sicuramente fungono da compendio ai nostri operati di lavoro, al turismo escursionistico. Attraverso ciò è possibile prendere contatto di tutto quello che avviene in un territorio.

Ce ne parla Carlo Pontini, Presidente di Terranostra Emilia Romagna, a cui diamo la parola. La ringraziamo per la sua partecipazione. Prego.

*L'offerta agricola di qualità del territorio: un binomio da rafforzare con l'AIGAE*

**Carlo Pontini – Presidente Terranostra Emilia Romagna**

Innanzitutto buongiorno. Ringrazio sentitamente l'associazione AIGAE per averci invitato a questo – io ritengo – molto prezioso tavolo di lavoro per quanto riguarda il territorio.

Terranostra è l'associazione che comprende le strutture agrituristiche di Coldiretti, l'associazione sindacale agricola italiana. Il nostro lavoro più che altro vuole far conoscere tutte le realtà sociali e le strutture agricole, portare le persone in campagna e far vivere, appunto, la campagna.

Vorrei fare un passaggio anche su cos'è una struttura agriturbistica, perché gli agriturismi sono nati con le leggi regionali e con una legge nazionale circa ventuno anni fa. Diciamo che è stata un po' l'evoluzione dell'agricoltura, nel senso che si è creata la multifunzionalità dell'agricoltura.

Per noi è stato molto utile, anche perché l'importante era mantenere le persone sul territorio, anche nelle zone di territori molto più svantaggiati, quali la collina o la montagna. Mantenere il rapporto umano con la natura abbiamo ritenuto che fosse una cosa molto importante, anche perché qualche giorno fa abbiamo visto cosa può succedere. Mantenere il valore umano sul territorio credo sia una cosa molto importante.

Più che altro il nostro obiettivo è quello di avvicinare il cittadino alla campagna e alle strutture agrituristiche. Il nostro *target* è quello di mantenere, come ho detto prima, il valore umano sul territorio, dando nel contempo l'opportunità di fare reddito anche nelle zone molto più svantaggiate: la collina e la montagna. Ma soprattutto si vuole non far dimenticare la cultura contadina, non far dimenticare i sapori dei prodotti che la nostra terra ci dà, mantenendo quel valore umano che noi riteniamo sia una cosa importante. Fino a non molto tempo fa si faceva veramente poco.

Gli agriturismi credo siano una realtà negli ultimi molto importante, anche perché si vede che c'è stato un incremento di turismo nelle nostre campagne – e lo vediamo anno per anno – in continua evoluzione. Anche per questo ci stiamo dando da fare in modo abbastanza consistente per cercare di sviluppare le nostre strutture e per poterle rendere, diciamo, gradevoli a chi ci incontra.

Noi abbiamo fatto un'esperienza nella nostra associazione, in Emilia Romagna. Abbiamo già stipulato un protocollo d'intesa con Legambiente Turismo per portare i nostri soci a conoscenza e far loro rispettare quel sistema ecosostenibile, cercando di non maltrattare più di tanto il nostro territorio, cosa molto importante.

Cosa si sta facendo? Il progetto è partito quattro anni fa. La Coldiretti ha dato vita al progetto della filiera corta tutta italiana. Vuol dire valorizzare i nostri prodotti, farli conoscere e dar loro quella tracciabilità che credo sia una cosa importantissima, anche perché delle volte le nostre derrate alimentari, quello che produciamo, quello che viene dalla nostra terra è proprio maltrattato. Ci fanno mangiare quello che non è italiana e questa riteniamo sia una cosa che non va bene, perché vuol dire soprattutto maltrattare il territorio.

Filiera agricola tutta italiana vuol dire anche prodotto a chilometro zero, far conoscere il nostro prodotto, portare più persone possibili nei nostri territori per far loro conoscere i prodotti della nostra terra, come erano una volta.

Con la filiera agricola tutta italiana abbiamo costituito dei *Farmer's Markets*, cercando di aprire questi mercati contadini, che vanno sulle piazze, e dei punti vendita aziendali, che possono essere fatti dagli stessi agriturismi vendendo i prodotti delle zone vicine. Abbiamo creato delle cooperative agricole, ci siamo consorziati coi consorzi agrari e con tutte quelle imprese che hanno aderito a questo grande progetto dei prodotti a chilometro zero.

Fra poco tempo apriranno delle botteghe che abbiamo chiamato "botteghe di campagna amica". Verranno aperte in tutta Italia e sarà un mezzo veicolatore per far conoscere i prodotti e per consumare esclusivamente prodotto italiano.

Ci sono poi le fattorie didattiche. Questa è una cosa molto importante, perché vuol dire avvicinare i bambini e i ragazzi delle scuole alla realtà contadina. Quando vengono nelle nostre aziende le scuole e i bambini vedo che hanno quel grande entusiasmo di conoscere quello che nella città ormai si è dimenticato e questa è una cosa molto importante.

Vorrei soffermarmi sulle "botteghe di campagna amica". È una sfida molto importante cui teniamo molto. È un nuovo canale di commercializzazione e di vendita dei nostri prodotti agroalimentari, che si affianca alla GDO dei negozi che verranno a integrare la rete. È una

rete che verrà integrata con quasi diecimila fra frantoi, cantine, malghe, cascine e aziende agricole, tutto trasformato in punti vendita. Il nostro obiettivo è quello di arrivare ad avere circa mille mercati degli agricoltori della nostra fondazione di Campagna Amica, presenti in tutto il territorio nazionale. È una realtà molto grande. Se riusciamo a fare questo – e siamo già a buon punto, lo posso dire – vorrà dire aver fatto qualcosa che non c'è in tutta Europa. È una grande conquista nei nostri confronti.

Abbiamo visto in tanti studi che il consumatore è sempre più orientato verso una costante ricerca di prodotti sicuri, soprattutto in termini di genuinità. Il nostro obiettivo principale è questo.

Come ho detto, abbiamo organizzato anche dei consorzi. All'interno delle nostre strutture agrituristiche abbiamo dato vita a un consorzio, che era partito come mezzo veicolatore circa due anni fa, specialmente nella nostra Regione Emilia Romagna: tutti i produttori portavano i loro prodotti e questi venivano distribuiti. Le aziende agrituristiche poi compravano prodotti e derrate alimentari propri di tutto il territorio della nostra Regione.

Voglio precisare una cosa: dietro una realtà agrituristica delle volte si fa un po' di confusione, ma innanzitutto ci deve essere un'azienda agricola. La struttura agrituristica deve essere confortata soprattutto da un'azienda agricola, anche perché dalle ultime leggi regionali la percentuale più alta dei prodotti che devono proporre le aziende agrituristiche deve venire dalla stessa azienda. I prodotti rimanenti che vengono consumati devono venire esclusivamente entro il prodotto regionale.

Questa è un po' l'esperienza che stiamo portando in giro. È un progetto che abbiamo preso in mano da circa tre o quattro anni. Prima un po' in tutte le Regioni d'Italia era una cosa che andava per conto suo, però adesso sta diventando una realtà importante. L'associazione di Terranostra a livello nazionale sta raggruppando tutte le Regioni, anche perché se non ci facciamo conoscere in questo modo sarà dura affrontare e aggredire un mercato, diciamo, di ecosostenibilità della natura. Noi con la natura lavoriamo ed è importante avere, come per l'associazione AIGAE, un motivo di collaborazione per portare avanti un discorso del genere, così importante, come il territorio. Credo sia indispensabile.

*(Applausi)*

### **Stefano Spinetti – Moderatore**

Grazie. Se ci sono delle domande per il Presidente di Terranostra ponetele adesso, perché non potrà rimanere con noi nella tavola rotonda. Potete farle anche in successione all'intervento. Prego.

### **Intervento**

Un paio di domande. La prima riguarda il concetto e l'esperienza agriturismo: all'estero esiste qualcosa di simile? La seconda: il concetto di agriturismo in Italia ha già presa sugli stranieri, cioè, è un marchio in qualche modo per cui gli stranieri riconoscono nel concetto di agriturismo una serie di qualità? Tutto qua.

### **Carlo Pontini – Presidente Terranostra Emilia Romagna**

Dunque, all'estero, specialmente nella Francia meridionale, le strutture agrituristiche sono state sviluppate molto prima di noi. Vendevano i loro prodotti circa trenta, trentacinque anni fa nella parte dove c'è la "*Blonde d'Aquitaine*", una razza da carne molto simile a quella marchigiana. In quelle zone circa trent'anni fa, dove vendevano esclusivamente i

loro prodotti, era già una formula, era già una cosa partita.

Dei miei colleghi sono stati in Spagna l'anno scorso ed è una realtà che sta partendo anche lì, molto dopo di noi. C'è, però, una realtà agrituristica. Logicamente noi dobbiamo rispettare certe regole, anche di ASL. È come una grande realtà commerciale. Invece là è molto diverso: c'è un agriturismo molto più familiare. Diciamo che è molto familiare anche il nostro, però lì è una cosa differente.

La parte agrituristica di maggior rilievo qua in Italia è partita dalla Toscana, dove sono stato un po' il promotore di questa formula di turismo di campagna, però in tutta Italia posso dare dei dati. Terranostre Emilia Romagna ricopre il 67 per cento delle aziende agrituristiche dell'Emilia Romagna. Posso dire che associate con noi ci sono circa centoottantaquattro aziende agrituristiche. Per promuovere un po' abbiamo fatto con *iPhone* e con *iPad* un logo dove le persone possono trovarsi e usufruire di tutte le strutture agrituristiche.

Incontri come questi, quando si parla di territorio, per rimarcare un po' le nostre origini, della terra, culturali, enogastronomiche, credo siano una cosa molto importante, però sicuramente non dobbiamo fermarci qua, perché c'è da aggredire – credo – un mercato anche estero. Specialmente all'estero siamo molto appetibili, lo vediamo nelle stesse nostre strutture. La gente vuole percepire un po' più quell'umanità e quel rapporto umano e familiare che ultimamente si sono persi.

### **Paolo Trentini**

Sono Paolo Trentini, Presidente dell'associazione "Gli Scarponauti" di Mantova, sono GAE Lombardia. Io faccio una domanda un po' provocatoria. In questi anni mi è sempre più capitato di essere accolto in agriturismi in cui la qualità prezzo era molto discutibile. Nel senso che alla fine gli albergatori ovviamente reclamano, dicono: "Ma come? Anche noi abbiamo una struttura e dobbiamo mantenere il personale. Poi ci troviamo gli agriturismi che fanno lo stesso prezzo e siete sicuri che gli alimenti che vi danno vengano proprio da loro?". Effettivamente gli agriturismi – mi permetto, signor Presidente – in buona parte sono un investimento economico. Il contadino, anziché trovarsi magari i cento o duecentomila euro che ha accumulato nel corso di una vita, dice: "Io in banca non li metto perché non mi danno più niente. Sono arrivato alla fine di una carriera agricola. Faccio l'agriturismo". Però non c'è una tradizione di accoglienza e non c'è una tradizione sulla qualità del tipo di investimento che si fa, perché poi spesso ti trovi in agriturismi che sono puri e meri *bed and breakfast*.

Questo lo vivo tutte le volte che devo accompagnare gruppi e che mi chiedono di andare a contattare queste strutture. Ultimamente ho fatto delle prove: scelgo gli alberghetti perché penso che anche loro abbiano diritto di vivere e facciano parte del mercato turistico, né più né meno.

La mia domanda, dopo questa premessa, è di conseguenza la seguente. Le regole ci sono e lei le ha elencate molto bene. Le abbiamo recepite tutti da anni. Il problema non è questo; il problema è che – e qui pongo un paletto fisso nel terreno, alto cinquanta metri – quando io vado in un agriturismo non voglio spendere come in un albergo, perché allora entro in conflittualità con la struttura alberghiera. Pur mettendo delle cose in più, una qualità in più, non posso far spendere come in un albergo, perché le spese sono diverse, le dichiarazioni dei redditi sono diverse, perché c'è uno sconto sull'IVA, c'è tutta una serie di cose in meno che il contadino ormai non paga.

Io sono convinto che questa cosa bisogna dircela tra di noi che facciamo del turismo

anche in ambiente, altrimenti facciamo sempre finta che i problemi non ci sono. Invece ci sono, perché poi quando faccio il pacchetto turistico per il gruppo la differenza di soldi c'è e la qualità e il trattamento ci sono. Questo bisogna ammetterlo.

Quindi la mia domanda è: cosa si fa nel settore per dare chiarezza sul prezzo e sulla qualità rispetto alle regole che vi siete dati per fare un agriturismo? Grazie.

### **Carlo Pontini – Presidente Terranostra Emilia Romagna**

Sono considerazioni che posso capire e sono molto logiche. Come ho detto prima, in una vera struttura agrituristica ci deve essere alle spalle un'azienda agricola. Uno deve essere agricoltore a titolo principale. Poi c'è un regolamento. Negli ultimi due anni tutte le Regioni d'Italia si sono date una legge regionale per le strutture agrituristiche, e sono molto severe, perché rispettare tali regole è una cosa molto difficile. Io posso parlarvi della legge regionale dell'Emilia Romagna, visto che siamo una zona limitrofa e siamo confinanti. L'azienda agrituristica deve rispettare il 35 per cento del prodotto in azienda agricola; il rimanente, quello che si consuma all'interno dell'azienda agricola, deve essere comperato dentro il territorio. Questa è una cosa molto importante.

I controlli ci sono e sono tanti. Ci sono da parte dei Comuni per quanto riguarda i pasti, ci sono da parte della Finanza, da parte dell'ASL e le posso dare anche alcuni dati. Nell'ultimo anno fra i controlli fatti degli esercizi agrituristici e degli esercizi commerciali possiamo dire che siamo stati i più ligi a tutte le leggi di rispetto, anche di ASL.

Come associazione Terranostra ci siamo dati una "Carta di accoglienza", secondo la quale tutte le strutture devono rispettare un determinato regolamento deontologico.

Oltretutto come Emilia Romagna e come strutture di tutte le Regioni, si prevedevano dei club di eccellenza. È una cosa molto importante, che noi come Terranostra Emilia Romagna abbiamo recepito. Abbiamo cercato di fare una cosa molto veloce. Abbiamo creato dei club di verde eccellenza. Come ho detto prima, abbiamo fatto un protocollo d'intesa con Legambiente. Anche noi siamo un'associazione ambientale e abbiamo voluto che un ente terzo certificasse le strutture che aderivano ai club verde eccellenza. Le aziende che non vogliono rispettare questi parametri non vengono associate.

Questo anche per il rispetto delle strutture e del lavoro che facciamo, di chi lavora onestamente e specialmente di chi lavora all'interno dello stesso territorio, nel modo in cui deve lavorare.

### **Vienna Cammarota**

Sono Vienna Cammarota, del Parco Nazionale del Cilento. A furia di parlare di questo Parco Nazionale del Cilento dico che tutti quanti devono venire con un pullman giù!

Voglio chiedervi se effettivamente voi fate un controllo sulla filiera del prodotto che date al negozio a chilometro zero, perché sta succedendo da noi questo fatto delle bandiere blu sulla costa, eccetera, che fa lievitare continuamente questi prezzi, cosa che non ha giustificazione.

Io conosco i produttori che riforniscono il negozio: lì fanno un prezzo, quando vado io al negozio ne fanno un altro. È un po' un controsenso.

### **Carlo Pontini – Presidente Terranostra Emilia Romagna**

Le rispondo. Con le "botteghe di campagna amica", che stanno viaggiando in modo abbastanza accelerato, Coldiretti sta partendo e sta credendo in questo che è un progetto molto importante.

È una prassi non così facile che uno possa aprire una bottega di campagna amica. I prodotti devono essere tutti rintracciabili, con tracciabilità esclusivamente italiana. Prima di aprire i negozi c'è una commissione che vede se sono idonei e se ci sono le qualità dei prodotti del luogo per poterlo fare, se no non vengono fatti.

**Silvio Mini**

Solo una domanda al volo: volevo sapere se riusciva a dare, anche solo indicativamente, il rapporto a livello di impatto economico e di introito vostro tra la ristorazione e il turismo vero e proprio, quindi gente che fa pernotta di una o più sere, incentrando la vacanza sulle vostre strutture.

**Carlo Pontini – Presidente Terranostra Emilia Romagna**

Dagli ultimi dati statistici si è visto che c'è stata una grande riscoperta del turismo locale. Questo ci fa veramente piacere.

A volte ci sono strutture all'interno della collina e della montagna che è difficile proprio andarle a trovare, però gli stranieri riescono a reperirle tutte. Questa è una cosa importante: vuol dire che loro sono molto più preparati ad un tipo di turismo verde del genere. Vanno proprio alla ricerca di queste strutture e non si sa nemmeno come ci arrivino, però riescono a raggiungerle, o con *internet* o con...

Invece per quanto riguarda la ristorazione c'è una riscoperta proprio del turismo locale, quello del prodotto a chilometro zero, nonché della ristorazione enogastronomica. Diciamo che i locali stanno riscoprendo valori un po' dimenticati. Questa è una cosa che ci fa veramente piacere.

**Stefano Spinetti – Moderatore**

Ringraziamo di nuovo Carlo Pontini, Presidente di Terranostra Emilia Romagna.

Ringrazio il prossimo che verrà a relazionarci, che ha avuto la pazienza di far slittare il suo intervento dalla mattina al pomeriggio. Vito Consoli lo conosciamo tutti quanti all'interno di AIGAE: già direttore di ARP, Agenzia Regionale Parchi, oggi è all'interno dell'Assessorato al Turismo della Regione Lazio. Ma prima di tutto questo è sicuramente – senza temere smentita alcuna – un grande amico e sostenitore di AIGAE.

*Turismo natura, dalla rete locale alla rete nazionale*

**Vito Consoli – Dirigente Turismo Regione Lazio**

Innanzitutto sono io che devo ringraziare non solo il Presidente, il Vicepresidente e il Direttivo AIGAE, ma tutti i soci AIGAE, perché ogni volta che vengo alle vostre riunioni annuali sono molto felice. Per me è un grande piacere, non lo nascondo e lo dico sempre. È vero. In questo modo voi riuscite a far sì che il mio essere socio onorario AIGAE non sia solo un fatto formale: sono qui con voi ogni anno quasi. Se non ho fatto male i conti, da Matera in poi, è la sesta volta che partecipo ai vostri *meeting* annuali, quindi credo di essere anche uno dei soci più presenti, perché non penso ci siano più di dieci o venti persone che sono state così tanto presenti negli ultimi anni.

Di solito sono stato presente come tecnico esperto di qualche cosa in particolare, oppure venivo per il ruolo istituzionale che occupavo in quel momento. Oggi mi sento un po' diverso perché non sono qui come esperto. Ho imparato tanto oggi, sono stati interventi importanti e interessanti quelli che ho sentito e per me è stato utile ascoltarvi. Non ho nulla

da insegnarvi in questo campo, nel settore di cui oggi si discute in maniera così particolarmente approfondita.

Il ruolo istituzionale che occupo oggi non è così adeguato a essere presente a rappresentare la Regione per cui lavoro al vostro *meeting* quest'anno. Credo invece di essere qui esclusivamente per ragioni di anzianità e di amicizia in effetti. Come dire? Sono un vecchio amico e quindi sono qui con voi. Allora voglio permettermi il lusso di una sgrammaticatura rispetto al programma del convegno di oggi, cioè il lusso di non fare un intervento troppo serio e troppo canonico. D'altra parte ce lo possiamo permettere proprio perché fino a questo momento, da stamattina, gli interventi sono stati molto interessanti, quindi un po' di intervallo ci vuole. Ci facciamo due chiacchiere per un pochino e poi riprendiamo con argomenti altrettanto interessanti. Mi riservo di dire due cose sul documento che ci è stato distribuito stamattina nella tavola rotonda.

Volevo semplicemente fare con voi un ragionamento, una chiacchierata e partire un po' da lontano. In che senso? Inizierò sorprendendovi un po', parlando di cose che forse non c'entrano molto con la guida ambientale escursionistica, con quello di cui si discute oggi, però alla fine cercherò di arrivare al cuore del problema.

Parliamo di attualità innanzitutto. In questi giorni non facciamo altro che sentire nei telegiornali e leggere sui giornali questioni che riguardano ovviamente la crisi economico-politica. Sentiamo soprattutto parlare di problemi di crescita: il nostro Paese deve riuscire a mettere in moto di nuovo la crescita economica.

In un ambito come quello in cui ci troviamo io credo che ci siano tra i presenti persone che immaginano, anzi, credono fortemente che parlare di sviluppo sostenibile sia un po' un ossimoro, una contraddizione in termini, perché sappiamo tutti – lo abbiamo letto magari, quelli della mia generazione, quando eravamo ragazzi, gli altri forse con un po' di ritardo perché sono più giovani – che ci sono dei limiti allo sviluppo, che non ci si può sviluppare fino in fondo. Adirittura ci sarà qualcuno in sala che apprezza quelle proposte che valorizzano e teorizzano la decrescita. Sono tutte naturalmente posizioni che meritano grandissimo rispetto, però io chiedo a queste persone – me compreso – di dimenticarsi per qualche minuto di questa cosa in cui crediamo fortemente e di far finta che siamo tutti d'accordo che c'è un gran bisogno di garantire una crescita alle Nazioni, una crescita economica. Perché chiedo un simile sacrificio? Perché è innegabile che oggi ci troviamo in una situazione in cui non possiamo rinunciare alla crescita economica per un fatto molto semplice: abbiamo chiesto dei soldi in prestito a cittadini, a speculatori magari, ma li abbiamo chiesti e bisogna restituirli con gli interessi. Ora, se io sono un libero cittadino e chiedo dei soldi in prestito, per esempio, a una banca, magari perché mi devo comprare una casa o una macchina, lo faccio contando sul fatto che negli anni o nei mesi successivi risparmierò un po', spenderò di meno e cercherò di ripagare il mio debito. Se io sono un imprenditore, e qui di imprenditori ce ne sono tanti, intendendo per imprenditore anche gli imprenditori di se stessi, i professionisti che si mettono sul mercato, allora il discorso è diverso. Un imprenditore non chiede dei soldi in prestito pensando poi di risparmiare per ridarli. Un imprenditore fa un piano economico. Dice: "Io voglio fare la guida ambientale escursionistica. Mi devo comprare l'attrezzatura, non bastano gli scarponcini, devo avere un computer, devo attrezzare uno studio dove lavorare, fare il mio lavoro, prendere le prenotazioni, fare le fatture. Devo affrontare tutta una serie di spese. Un'attrezzatura che, appunto, non sono soltanto scarponcini o materiale di primo soccorso. Bene, investo. Investo perché ho un piano economico e sono convinto di riuscire a guadagnare per poter ripagare il mio debito e in più riuscirci a campare, riuscire a ottenere dal mio lavoro i soldi

che mi servono per vivere. Mi devo porre il problema di crescere". È esattamente questa la situazione in cui ci troviamo come Nazione. Oggi non possiamo far finta che non ci piaccia crescere, dobbiamo crescere per ripagare un debito.

Come facciamo a crescere? Uno Stato chiede dei soldi in prestito e investe. Fa degli investimenti e dovrebbe farlo pensando di riuscire a ottenere negli anni successivi quello che serve per ripagare il prestito e, anzi, qualche cosa di più, perché se no non lo farebbe. Non è sempre facile fare questo, anche perché lo Stato non è un imprenditore. Lo Stato cosa fa? Deve investire i suoi soldi per mettere gli imprenditori in condizione di guadagnare sempre meglio. Poi deve riuscire anche a farsi pagare le tasse e in questo la nostra Nazione non è stata molto brava negli ultimi decenni, diciamo, perché se il lavoro si sviluppa, la crescita economica c'è, ma c'è anche molto lavoro nero, allo Stato non arrivano quelle risorse che servono poi per ripagare il debito.

Bisognerebbe fare un piano economico che non può durare un anno, due anni o quattro anni. Ahimè, purtroppo le scelte politiche che si fanno spesso invece sono scelte che guardano alle prossime elezioni, cioè io politico faccio una politica che mi deve portare a ottenere di nuovo i voti per essere eletto la prossima volta. Questo talvolta è troppo poco per pianificare uno sviluppo, bisogna andare un pochino oltre.

Ma anche questo lasciamolo da una parte. Diciamo che stiamo facendo questo. In che cosa può crescere l'Italia? Se siamo in India, in Cina, in Brasile o in altri Paesi emergenti (così si chiamano oggi dal punto di vista economico), lì crescere non è difficile oggi, non solo perché c'è un mercato interno in forte espansione, ma perché sono Paesi che nei decenni precedenti sono cresciuti poco dal punto di vista economico, quindi ci sono ampi margini di miglioramento.

Perdonatemi se non uso dei termini tecnici molto precisi. Io non sono un economista, sono un naturalista, quindi rischio di dire qualche stupidaggine, però credo che il ragionamento grossomodo funzioni.

E nei Paesi del mondo occidentale? Nei Paesi del mondo occidentale la crescita non è un problema semplice, tant'è vero che assistiamo a grosse discussioni: come facciamo in Italia, in Europa come si fa, come dobbiamo procedere? Nel nostro Paese sappiamo però che ci sono dei settori che ancora margini ne hanno. Noi oggi siamo qui in un contesto che è di nicchia da un certo punto di vista, ma non è di nicchia dal punto di vista quantitativo, e non lo è soprattutto dal punto di vista quantitativo rispetto al futuro, perché è un settore – lo abbiamo sentito dai dati che ci hanno fornito Filippo ed altri – che comunque continua a crescere e continua a tirare (poco dal punto di vista forse assoluto, ma molto dal punto di vista percentuale) anche in un periodo di crisi economica.

Il settore turistico, in particolare il settore del turismo verde, del turismo natura, del turismo ambientale, è qualcosa in cui in Italia ci sono ancora grossi margini di crescita.

Io adesso voglio arrivare al nocciolo della questione parlando di cose che nel vostro *depliant* e nel programma del convegno ci sono. Per esempio, ieri pomeriggio avete parlato di responsabilità, ma ne avete parlato in termini di responsabilità rispetto all'utente che portate in giro come guide. Si può parlare di responsabilità anche in un altro modo. È chiaro che qualcuno adesso penserà che io sto raccontando una favola, ed è vero in parte, perché non siamo in un Paese dove le cose che sto per dirvi si possono dire in maniera tranquilla, con semplicità. In che Paese siamo? Siamo in un Paese dove – e spero di non offendere la sensibilità di nessuno, perché io credo che si possa essere ottime persone in qualsiasi parte politica e che le cose che sto per dire possano essere apprezzate da qualcuno di centrodestra come da qualcuno di centrosinistra – è, penso,

non smentibile il fatto che dal punto di vista socio-politico in questi anni per quello che riguarda i valori socio-politici abbiamo abbastanza toccato il fondo.

Vi voglio raccontare un episodio a tal proposito perché un grande scrittore ha saputo, meglio di quanto possa saper fare io, raccontarmi e parlarmi di questo concetto. Parlo di Andrea Camilleri, che è uno degli scrittori più in voga in questo momento, che ho avuto modo di incontrare qualche mese fa. Per chi non è appassionato e non ha letto tutti i suoi libri, ce ne sono stati due negli ultimi anni che mi hanno fatto riflettere in maniera particolare. Uno si chiama "Il nipote del Negus" e racconta di un finto nipote del Negus che nell'epoca fascista si trova ad andare in una scuola in un paese siciliano e c'è tutta una grande avventura basata su questo grande falso del nipote del Negus falso, che però viene riverito da tutti, gli prestano soldi, gli si apre qualunque porta, eccetera.

Un altro libro di cui non ricordo il titolo, ma mi è molto interessato, non è ambientato in Sicilia, ma nel Nord Italia, e racconta di un imprenditore molto in gamba, non solo in gamba come imprenditore, ma uno molto furbo, uno di quelli che incarnano molto i valori che abbiamo visto andare per la maggiore in questi ultimi anni in Italia, quindi uno che riesce a fregare tutti, che la fa sempre franca, anche quando fa cose disoneste. Questo signore ha un problemino: ogni tanto ha dei momenti di assenza fisica. Va farsi visitare e il medico gli dice: "È una cosa che dobbiamo risolvere. Va fatto un piccolo intervento, nulla di pericoloso, però va fatto perché altrimenti rischia". "Ma io in questo periodo ho da fare, ho dei problemi grossi, faccio un po' fatica a interrompere la mia attività per alcuni giorni per fare questa operazione", "Benissimo, allora rinviando di un po', però, mi raccomando, prudenza. Non vada troppo in fretta con la macchina, cerchi di non andare sull'autostrada, perché se questa momentanea assenza capita a 130 all'ora rischia grosso". Ebbene, il libro finisce in un modo un po' strano: sembra che vada tutto male a questo signore, riesce ancora a sorprendere tutti e a uscire da vincitore da una situazione molto difficile. È talmente contento che prende la macchina e decide di andare a fare una bella gita. Sull'autostrada a 130 all'ora ad un certo punto una sottile venuzza, grande non più di uno spillo, nella sua testa decide di rompersi e il libro finisce così.

Quando ho incontrato Andrea Camilleri qualche mese fa gli ho fatto una domanda un po' provocatoria. Speravo di avere da lui una risposta brillante e invece mi ha sorpreso con una risposta seria. Io ho detto: "Visto che oggi in Italia la fantasia è stata superata dalla realtà e dal nipote del Negus siamo passati al nipote di Mubarak, per liberarci di certe persone dobbiamo solo aspettare – cosa peraltro molto sgradevole, che non è da augurare a nessuno – che nella testa di qualcuno una sottile venuzza decida ad un certo punto di rompersi?". I riferimenti sono chiari – credo – a tutti. Lui mi ha sorpreso dandomi una risposta molto seria. Mi ha detto: "In Italia il problema non è Berlusconi. Il problema sono le scorie, le scorie che ci lascerà il berlusconismo", cioè sono i valori che in questi anni sono venuti meno, perché Berlusconi passerà fatalmente, anche per ragioni di età, se non altro, ma quello che ci ha lasciato in questi anni il berlusconismo in termini di valori, di quello sarà più difficile liberarsi.

Oggi noi ci troviamo in una situazione molto particolare, di crisi. Come ne usciamo fuori? Per carità, bravissimo Mario Monti, ma non ne usciamo fuori col Governo di emergenza. Ne usciamo fuori veramente se riusciremo come Nazione a fare un salto di qualità, salto di qualità che è soprattutto culturale, in termini di valori. E questo riguarda ciascuno di noi.

Allora la favoletta che io vi voglio raccontare... favoletta perché uno si può sentire anche preso un po' per il naso. Dice: "Ma che mi sta raccontando? Con tutto quello che succede, adesso è mia la responsabilità di tutto ciò che accade?". Ecco, io credo che dobbiamo

tornare ad abituarci a considerarci responsabili non solo del nostro benessere e di quello della nostra famiglia, ma anche del benessere della nostra comunità e credo che voi guide ambientali escursioniste una responsabilità ce l'abbiate, perché operate proprio in un settore che ha possibilità di crescere e quindi siete uno di quei settori che saranno responsabili della crescita del nostro Paese. E siete responsabili doppiamente, perché in questo ambito siete dei professionisti, perché voi sapete meglio di me che in detto settore operano volontari e associazioni, però è difficile chiedere loro professionalità e responsabilità. Ai professionisti ci possiamo permettere di chiederle. Allora, così come io spero che vivremo presto in un Paese in cui guardiamo di traverso quello che non paga le tasse perché non è una brava persona, e non facciamo come si è fatto negli ultimi anni che ammiriamo chi è capace di non pagarle mentre magari noi non ci riusciamo a farlo perché siamo troppo timidi, troppo incapaci di fregare il Fisco, eccetera; ecco, alla stessa maniera credo dovremmo sperare di vivere in un Paese dove ciascuno di noi, giorno dopo giorno, possa pensare di essere responsabile del benessere della propria comunità, della comunità in cui vive.

In questo io credo che tutti i soci AIGAE possano dare un contributo importante, perché sono uno dei pilastri di quel turismo che in Italia potrà essere uno dei motori della nostra rinascita e della nostra crescita economica. Grazie.

*(Applausi)*

### **Stefano Spinetti – Moderatore**

Ogni epoca ha il suo nipote!

Abbiamo avuto un paio di defezioni per quanto riguarda l'elenco dei relatori, per cui presumibilmente riusciremo a recuperare l'orario che abbiamo prolungato un po' troppo durante la pausa pranzo.

Senza avergli dato il tempo di scaldarsi a bordo campo, Andrea Gennai, che non ha bisogno di riscaldamento perché è già pronto. È il responsabile Servizio Pianificazione del Parco Nazionale Foreste Casentinesi, Falterona e Campigna e Vicepresidente dell'AIDAP.

*Parchi e turismo, errori e rimedi di un potenziale enorme*

### **Andrea Gennai – Responsabile Servizio Pianificazione Parco Nazionale Foreste Casentinesi, Falterona, Campigna – Vicepresidente AIDAP**

Per evitare gaffe – che stamani nessuno ha fatto – sul Powerpoint non l'ho preparato! Tengo qui una traccia, vedo se mi serve. Ho approfittato anche del fatto che ero l'ultimo relatore in programma per dire che mi aggiustavo la presentazione via via, sentendo i contributi degli altri, alcuni dei quali sono stati molto interessanti, quindi mi sono costruito un discorso che ha visto finire l'ultima frase un secondo fa.

Intanto ringrazio l'AIGAE per aver invitato me come rappresentante, insieme a Nino, del mondo dei Parchi, perché – come dirò dopo – secondo me la collaborazione, il fare sistema non è importante, è necessario, fondamentale e indispensabile. Siccome non è attualmente quello che sta succedendo in maniera istituzionalizzata, il mondo delle guide e il mondo dei Parchi non vanno a braccetto, almeno a mio giudizio, colgo l'occasione per essere qui e dare un contributo in tal senso.

Ringrazio anche del titolo che è stato scelto per l'intervento, perché mi è stato proposto da Stefano e mi ci sono ritrovato pienamente. Non ho pensato ad alcun cambiamento perché

sono di natura una persona che cerca di guardare sempre le cose che non vanno, quindi potrò sembrare un pessimista, ma è perché voglio provare a migliorarle.

Brevissimamente vi dico che esperienza ho, in modo che capiate perché dirò certe cose. Io sono nato professionalmente nel Parco d'Abruzzo, dove lavoravo nel Servizio Educazione. Ho fatto la guida interprete. Poi pian piano sono diventato Dottore forestale, sono diventato un tecnico e adesso sono responsabile dell'area tecnica nel Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi. Quindi ho fatto un *excursus* partendo dall'esperienza più vicina alla vostra e andando a quella opposta, cioè io oggi dentro un Parco impongo, decido e gestisco i vincoli. Questa è una cosa molto scomoda perché secondo me questo ruolo deve essere ricoperto all'interno di un Parco. Però, non gestendo l'altro aspetto della valorizzazione in maniera diretta, della promozione del turismo, mi trovo in difficoltà perché non vedo spesso una compensazione, anche nella mia realtà. Io impongo vincoli e non c'è nessuno che aiuta la persona cui io li ho imposti. Quindi sto cercando anche di allargare il mio spettro d'azione per rimediare ai danni che faccio da solo.

Ho una concezione mia – e non so se dirò qualcosa di poco gradito in questa sala – di quello che sono i Parchi. Oggi sono qui a parlare da persona che lavora nel Parco, non da persona che lavora per le guide. I Parchi dovrebbero essere un sistema nazionale che lavora secondo una strategia prefissata dal Ministero e dalla legge. Non lo sono, però dobbiamo in tutti i modi sforzarci perché sia così.

Sono un sistema, ma che cosa deve fare? Deve fare conservazione, guardate la legge, deve fare educazione. Non fanno sviluppo i Parchi, non devono farlo. Io sono mortificato quando sento i politici locali e nazionali dire: "Le aree protette stanno fallendo perché non hanno portato sviluppo". No, io voglio essere misurato sulla conservazione, voglio essere misurato sugli obiettivi che mi dà la legge, e nessuno lo fa. Non c'è un misuratore ministeriale che viene a vedere se le specie nei nostri Parchi stanno meglio. Noi cerchiamo di dirlo e di dimostrarlo: nessuno ci controlla. Invece vengono a vedere se portiamo sviluppo o meno. Io sostengo che non è la nostra missione principale. Attenzione, non sto dicendo che nei Parchi non ci vuole lo sviluppo; sto dicendo che non è una missione degli Enti Parco.

E non fanno nemmeno turismo. Non credo sia il ruolo dei Parchi quello di sviluppare il turismo nelle aree protette. Forse è quello di sfruttare il turismo come uno strumento di conservazione. Se io riesco a fare questo sono un genio, perché ottengo tutti e due i risultati, ma il mio obiettivo principale non è quello di fare turismo. Forse è quello anche di agevolare chi lo fa, ma questo obiettivo non deve guidare le mie scelte.

Qualche volta ci viene chiesto di vedere i Parchi come soggetti imprenditoriali, anche se poi le regole che dobbiamo seguire sono quelle più burocratiche possibili della Pubblica Amministrazione, però ci vengono richiesti i risultati del privato. Se dobbiamo vederlo sotto questo punto di vista, i Parchi vendono un prodotto e, se vendono un prodotto, esso è la natura. L'altra cosa che negli anni si è persa è questa chiarezza. Io non vendo il pecorino, ma nemmeno l'agriturismo. Io vendo la natura, è quello il punto di forza su cui devo focalizzarmi, perché su quello sono competitivo rispetto agli altri soggetti. Se io area protetta divento promotore del pecorino troverò molti altri, anche fuori dalle aree protette, che lo faranno meglio di me e perderò la mia specificità. Invece siamo una grossa nicchia, abbiamo detto, e le aree protette hanno la potenzialità di vendere un prodotto che è eccezionale, che è quello del patrimonio naturale, e dopo dirò anche in cosa si declina un tale aspetto. Io su quello devo puntare, anche quando sviluppo attività che poi vi riguardano. Secondo me una guida deve avere presente questo, che il Parco è natura in

vendita.

Quindi no, io non lavoro perché vengano a sciare nel mio Parco. Nel Parco ho Camaldoli e La Verna: milioni di persone negli anni vengono a visitare questo territorio, ma io non le voglio contare come turisti del mio Parco, perché molti di loro vanno via senza sapere che sono stati in un Parco. Voglio contare quelli che vengono grazie a me, grazie al mio lavoro, grazie alla mia specificità. Su quello mi gratifico e mi dichiaro, diciamo, ottemperante agli obiettivi.

Quindi non voglio le persone che fanno il *barbecue*, voglio le persone che vengono a cercare la natura e voglio anche quelle persone che si lasciano trasformare dopo la visita in un Parco. Cioè, frequentare un Parco significa uscirne diversi, altrimenti io sono stato lì a fare niente. Chi viene a cuocere la bistecca se ne va come prima. Chi viene e passa attraverso un'ottima guida esce trasformato e io ho raggiunto i miei obiettivi di educazione, oltre che di conservazione.

Noi siamo, insieme alle guide, straordinarie potenziali macchine di lavaggio del cervello della gente e questa è un'opportunità che dobbiamo cogliere insieme. L'Ente Parco crea la struttura, poi però di strumenti per fare questa cosa ne ho uno, che secondo me sono le guide, che è quello su cui abbiamo puntato di meno negli anni. Manca questa consapevolezza negli amministratori dei Parchi stessi. Oggi nelle Presidenze dei Parchi questa consapevolezza non c'è.

Tant'è vero che non si lavora bene nemmeno sulla comunicazione. Io lo posso dire per questo Parco perché è uguale anche nel mio: ieri sera sono arrivato, c'era la nebbia e tutto, sono passato dentro il Parco e non me ne sono nemmeno accorto. Non ho trovato qualcosa che mi dicesse: "Benvenuto in questa area speciale". Siccome alle Foreste Casentinesi è stato così per anni e in parte lo è anche adesso, bisogna lavorare molto sul dire: "Ragazzi, state entrando in un posto speciale". Quando avevo vent'anni al Parco d'Abruzzo mi misero, contro ogni legge, in Camosciara a fermare le macchine che arrivavano e a dire: "Buongiorno, benvenuti al Parco". È quello che manca. Vai negli Stati Uniti, trovi la biglietteria, trovi gli ingressi, te ne accorgi. Oggi arrivi in riserva integrale in un Parco nazionale e nemmeno lo sai. Non può essere, non può andare avanti così.

Gli strumenti che il Parco ha sono vari, ma quello delle guide secondo me è il principale e tutti i Parchi – io mi confronto con le realtà dei colleghi – stanno estremamente sottovalutando il tema.

Ho fatto una rassegna di piccoli errori, come presupponeva il titolo. La scarsissima capacità di fare sistema: fare sistema è una potenziale. Io da anni sogno di andare negli Stati Uniti a fare il *tour* dei Parchi nazionali, perché insieme mi danno un valore che è molto maggiore di quello che mi può dare il singolo Parco in varie altre parti del mondo. Questa dovrebbe essere una caratteristica anche nostra, insieme all'altro sistema fra natura e cultura, che caratterizza l'Italia.

Lo stesso la distorsione che dicevo prima degli obiettivi che abbiamo avuto come priorità nei Parchi: abbiamo perso negli anni rispetto agli obiettivi iniziali la specificità. Alla ricerca dello sviluppo facile e dei soldi nella vendita del pecorino ci siamo trasformati in cose che non sono più i Parchi.

Non siamo capaci di creare un'immagine spendibile. Di nuovo l'esempio del mio Parco, che poi vale anche per altri. Quando è stato istituito è stato chiamato Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna. Io faccio una fatica a dire solo il mio nome! Perché è così lungo? Perché abbiamo tre Province e ogni Provincia ha voluto il suo nomignolo. È una cosa mortificante e sta continuando: l'ultimo è il Parco Nazionale

dell'Appennino Lucano Val d'Acri Lagonegrese. Quale soggetto privato imprenditoriale dovesse decidere il suo nome sceglierebbe un appellativo di questo tipo? La segnaletica di avvicinamento... Tutti problemi di cui non ci stiamo occupando.

Un punto grave che con AIDAP diciamo da secoli: prima per noi stessi, che non subiamo un processo di formazione specifica per come si gestiscono le aree protette, però, vivaddio, forse è il momento politico migliore per dirlo, in questo momento di governi tecnici. Anche gli amministratori dei Parchi devono subire un processo di formazione, devono capire cosa vuol dire Parco. Dove sono oggi gli amministratori qui? Qualcuno poteva esserci: dove sono? Nemmeno la voglia di capire qual è un problema. Hanno auspicato stamani che questo Parco incrementi, grazie al vostro lavoro, il proprio turismo e poi sono andati via. Non ce l'ho con persone specifiche, è una situazione generale.

Scarsissimo – anche a seguito di queste problematiche – rapporto di coordinamento con gli operatori del territorio. Cioè, se io Parco – molti non lo fanno – mi delinea delle strategie, degli obiettivi, degli approcci, devo dividerli con chi sta nel territorio. Se io do delle indicazioni di sostenibilità e poi i miei turisti li mando in alberghi che non sanno nemmeno cosa sono queste strategie degli operatori, finanche delle guide, che non condividono con me queste strategie, do un segnale discorsivo e la gente esce di nuovo dal Parco con la solita testa che aveva prima, anzi, con più confusione.

Abbiamo speso milioni di euro nei primi anni dei Parchi, quando c'erano, in infrastrutture, in opere, non solo nelle piazze dei paesi. Abbiamo rifatto gli acquedotti, abbiamo rifatto di tutto, e non c'entrava nulla, però andava preso il consenso. Nel decreto istitutivo delle Foreste Casentinesi c'era scritto che tra i dodici Comuni uno aveva la sede, gli altri undici avevano ciascuno un centro visita, a prescindere da qualsiasi valutazione di opportunità, di utilizzo, di capacità anche di gestione. Abbiamo speso milioni di euro per fare i centri visita, ma oggi non abbiamo i soldi per gestirli, per tenerli aperti, per pagare gente che ci stia dentro. Però il canone telefonico, anche se lo tengo chiuso, lo pago tutto l'anno, l'ENEL la pago tutto l'anno. Anche il riscaldamento, perché se va sotto zero mi scoppiano i termosifoni. E giù soldi. Nemmeno in questo momento di crisi riesco a far chiudere i centri visita in esubero che ho alle Foreste Casentinesi. Siamo dodici o tredici strutture su trentaseimila ettari. Tutte chiuse. Anni fa a San Benedetto in Alpe, dove c'è un piccolissimo centro visita, trovo due turisti israeliani – era marzo – che mi lasciano esterrefatto perché mi dicono: "Io ho visto sul portale dei Parchi che le Foreste Casentinesi sembravano un bel Parco. Sono venuto apposta da Israele e ho trovato il centro visita chiuso, tutto chiuso, non c'è nulla". Non hanno trovato il Parco, hanno trovato qualche tabella, qualche cartello, non una persona con uno stemma, un logo, un cuore aperto che gli dicesse qualcosa.

Quindi l'enorme distacco col mondo delle guide. Io ho vissuto questa esperienza che mi ha marcato al Parco d'Abruzzo. Io ero "dipendente" del Parco ed ero una guida. Facevo mille cose, partecipavo alle attività, ero integrato, ero uno di loro. Sono rimasto marcato da quell'esperienza. Forse qui vi dico una cosa che non vi piacerà: secondo me le guide del Parco devono essere dipendenti. Se non possono essere dipendenti, devono comunque avere gli stessi pregi di un dipendente, cioè essere integrati, conoscere quello che fa l'Ufficio tecnico, saper raccontare il Parco, perché l'interpretazione del Parco non è raccontare cosa c'è lungo un sentiero, è raccontare gli sforzi che ogni giorno l'Ente Parco fa per quell'opera di conservazione, perché la gente questo lo apprezza. Dopo vi farò alcuni esempi.

Perché non ha funzionato la guida esclusiva prevista dalla 394? Quando si sta modificando la legge quadro in Senato nessuno si pone questa domanda. Il tema delle

guide nelle modifiche della legge non è considerato, non perché viene ritenuto giusto o sbagliato l'attuale assetto, perché proprio non gliene importa nulla. Quanti sono i Parchi che sul sito *internet* trovate subito, non magari la foto e il *curriculum* del Presidente e di tutti i dodici consiglieri, perché quelli li trovate subito. Non trovate il riferimento di una guida, a malapena trovate il suo indirizzo *e-mail* o il telefono. Vivaddio, vogliamo mettere il *curriculum* delle guide che lavorano lì? Negli Enti Parco questa spinta a promuovere le proprie guide manca.

*(Intervento fuori microfono)*

**Andrea Gennai – Responsabile Servizio Pianificazione Parco Nazionale Foreste Casentinesi, Falterona, Campagna – Vicepresidente AIDAP**

Sto dicendo proprio questo: non lo sanno nemmeno le nostre guide, non c'è comunicazione. La critica è anche rispetto al nostro approccio. Io sono ipercritico col sistema dei Parchi, perché sta proprio sottovalutando questi aspetti. Abbiamo moltissimi problemi e vi chiederò di aiutarci in questo, ma ciò non giustifica le lacune enormi che abbiamo da anni, anche da quando di problemi ce n'erano meno.

Un Parco senza guide è come un cinema senza film, un taxi senza guidatore, è come una tazzina di caffè senza il caffè dentro. Mi piacerebbe poter fare l'esempio: è come un Parco senza guide. Dovrebbe essere un paradosso di per sé.

Un altro problema è il conflitto fra le diverse attività del Parco, che incide molto sul turismo. Io ricevo molte telefonate di turisti che mi dicono: "Ho visto un taglio abusivo di alberi. Ci sono tutti gli alberi a bordo strada lungo il Passo della Calla", "No, no, guarda, quello è un taglio normale". La gente si aspetta che nei Parchi non si tagli. La gente ha un'idea dei Parchi – che secondo me in parte va assecondata – particolare. Bisogna diversificare le attività, finanche ad arrivare alle proposte assurde di certe persone anche di alto rango, che propongono un turismo venatorio nei Parchi. Dice: "Avete troppi cinghiali", "Mandateci i cacciatori e prendete anche i soldi. Quale problema c'è?". Non arrivare a capire che queste soluzioni da bar confliggono, anche secondo il solo approccio economico, con altre attività economiche, per esempio le vostre. Se portate dei turisti motivati e nel bosco accanto sentite uno sparo come glielo vendete il Parco? Quindi stare attenti. Questo non sta succedendo nelle varie cose che facciamo nei Parchi.

Le motociclette: a me dicono di stare buono, di lasciarle stare, perché danno noia, però comprano anche il caffè al bar, quindi portano sviluppo. Bisogna fare delle scelte e nei Parchi la scelta è una.

L'altro problema è sull'agricoltura. Io lavoro tutti i giorni per tutelare l'agricoltura nel Parco, ma quando l'agricoltura mi richiede di riempire il mondo di recinzioni, mi chiudono i sentieri, mi rendono impossibile l'equiturismo, ebbene, io devo fare delle scelte e secondo me la scelta è quella di una fruizione sostenibile.

Velocemente, alcuni rimedi proposti. Coinvolgere la politica su questi temi. Si diceva a pranzo: "Non c'è un Senatore o un Deputato che conosca queste problematiche, che sia stato coltivato dal settore. Candidati prima o poi, lascia questa Presidenza". Qualcuno del settore che cominci a coltivare una *lobby* positiva per arrivare nei posti dove si decide con delle consapevolezze, perché io faccio fatica a spiegare cos'è un Parco. Non ricordo visite di Ministri dell'Ambiente nel mio e in altri Parchi con l'intento di capire cosa facciamo. Dobbiamo arrivare noi da loro. Cioè, arriva la Ministra Prestigiacomo, che trova la soluzione per i finanziamenti dei Parchi dicendo: "Mettiamo un biglietto di ingresso nei

Parchi". Già ci va poca gente, poi fai anche pagare il biglietto? La provocazione è: chi non va almeno una volta all'anno in un'area protetta paga una tassa in più, cioè paghi se non ci vai!

Maggiore coinvolgimento dei soggetti – come voi – che lavorano nel turismo nelle decisioni sulle aree protette. L'altra cosa che mi fa imbufalire è quando destra e sinistra propongono di far entrare nei consigli direttivi il mondo agricolo. Qualcuno propone anche il mondo venatorio. E voi dove siete? Secondo me va bene così, ma, se ci deve entrare il mondo dell'agricoltura, prima ancora ci deve entrare il mondo del turismo nei consigli direttivi delle aree protette. Anche dal punto di vista economico è un ammontare enormemente maggiore quello delle attività turistiche. Gli operatori turistici – e per questo è importante l'obiettivo su cui state lavorando di un soggetto unico – devono aver voce in capitolo, per esempio, nella redazione dei piani pluriennali economici e sociali, che hanno mille problemi. Quasi nessun Parco li ha. Però io non ho visto – noi l'abbiamo preparato, non è in vigore, ma c'è – una partecipazione. Non sto dando la colpa agli operatori turistici, sto dicendo che il mondo politico non li sta coinvolgendo nella decisione delle strategie.

Come dicevo prima, le guide, secondo me, devono diventare sempre più interpreti non solo della natura, ma anche proprio delle specificità di ciascun Parco e del lavoro di conservazione che i Parchi fanno. Noi stiamo sperimentando alcune cose. Io la prima esperienza l'ho fatta in Abruzzo laddove per la tutela del camoscio fu fatta – credo – una delle prime esperienze di numero chiuso in Val di Rose. Cascava il mondo, i politici erano tutti arrabbiati, sembrava che dovesse morire il turismo nel Parco d'Abruzzo. In realtà l'istituzione del numero chiuso, del vincolo, della cosa proibita, ha innescato un fenomeno di ulteriore richiesta di accesso in quelle aree e l'obbligo di guida ha dato lavoro sicuro a delle guide, tutti i giorni dell'estate. E la gente che andava in Val di Rose, che prima andava e dava il biscotto ai camosci... Sapete la storiella? Fu trovata una signora che dava un biscotto ai camosci e la guardia disse: "Signora, non si danno i biscotti ai camosci", rispose: "No, ma questi sono ai cinque cereali"! Oggi non succede più perché adesso in Val di Rose, durante il periodo di chiusura, ci vai con la guida e questa guida ti spiega prima che i cinque cereali non vanno bene per il camoscio! E tu ne approfitti, perché lei ci va perché vuole vedere i camosci, ma anche perché è vietato. Dice: "Io voglio essere un VIP che va nelle cose vietate". Okay, paghi la guida e ne torni con la testa lavata.

Noi stiamo lavorando su altre esperienze. Per esempio, Nino Martino accennava prima al censimento dei cervi. Io avevo bisogno di fare alle Foreste Casentinesi un censimento dei cervi e servivano settecento persone. Dove le trovi, dove non le trovi? Mi sono inventato: proviamo a vedere se c'è interesse. In un attimo una forma di gestione e di ricerca partecipata è diventata un'attività turistica. Vengono centinaia di persone da tutta Italia, pagano, stanno con noi e ci danno una mano. Quelle persone che non sarebbero mai venute nel mio territorio per altri motivi vengono attratte dal cervo, conoscono il territorio, si affezionano e dopo mi tornano. Io le ho legate.

Ecco, faccio turismo, ma non lo faccio direttamente, lo faccio perché mi torna comodo per altre realtà. Da lì ci siamo un po' divertiti a inventarne altre. Per esempio, un'altra attività che facciamo si chiama "Esperienze di gestione faunistica". Noi catturiamo cervi, cinghiali, facciamo attività sul lupo e la gente ci chiede sempre di partecipare. Allora si è detto: "Va bene, mettiamole tutte insieme, quattro giorni, dal lunedì al venerdì mattina, bassa stagione, primavera e autunno, e infrasettimanale". Dieci persone per volta mi pagano trecento euro ciascuna per stare quattro giorni con noi, vitto e alloggi esclusi, scelgono

loro dove andare, nelle strutture che noi gli suggeriamo. Stanno con noi dieci giorni a fare le catture e ci danno una mano. Grazie alla loro presenza faccio cose che altrimenti non avrei le forze per fare e me ne torno con – quattro giorni – tremila euro di *budget*. Queste cose le sto sperimentando. I tremila euro vengono al Parco e non lo trovo giusto. Io voglio avere una guida che lo fa perché io non ho le forze per fare queste cose, io mi devo concentrare sulle catture. Io voglio una guida al mio fianco, di cui mi fido però, che mi sviluppa queste cose e che si porta a casa questi tremila euro. Me ne lascia cento per le spese.

Queste sono tutte forme, secondo me, che dobbiamo costruire insieme a persone preparate, come quelle che sono qui questa sera.

Un'altra attività che facciamo è quella dei cantieri forestali. Per spiegare alla gente perché nei Parchi si tagliano gli alberi io li porto: "Vieni a vedere perché taglio gli alberi". Li porto nei cantieri forestali, perdendo un po' di produttività, a vedere gli abeti di cent'anni che cadono giù. È una cosa che ancora mi smuove il cuore, perché non so se abbiate mai assistito all'abbattimento di un abete grosso così: è una cosa che emoziona. Emoziona anche i turisti e funziona come attività turistica. E non è andare nei campi da sci, non è fare motocross.

L'obiettivo nostro deve essere incrementare la soddisfazione dei turisti sensibilizzati, che comunque vengono. Cioè, io gli devo dare qualcosa, gli devo dare una presenza, un calore umano, un racconto, le persone del posto che ti raccontano, ti fanno parlare col pastore che è lì accanto, questo è il ruolo. Ma la sfida è anche quella di intercettare quelli che passano, diciamo, per caso dai Parchi. Questa è una cosa che secondo me dovremmo fare. Io ho Camaldoli, le Cinque Terre hanno il mare. Io devo prendere tutti quei turisti che sono stati contati e metterli nel novero di quelli che vengono la prossima volta per il Parco, quindi "acchiapparli" con qualche scusa, anche con l'invadenza, come fanno quelli sulle vie delle città molto turistiche. Ci sono i ristoratori che ti vogliono tirare dentro il ristorante. Bisogna adottare anche queste tecniche. La gente che viene inconsapevole bisogna mandarla via più consapevole.

Finisco con un invito, perché spesso mi trovo a dover rispondere alle sollecitazioni degli amministratori sul fatto che, per esempio, il mondo agricolo è molto polemico con le aree protette, cioè, ha spesso dei momenti di aggressività, perché individua delle lacune. Secondo me questo ha anche il suo senso. A volte hanno ragione le aziende agricole a lamentarsi. Quello che in dodici anni non ho quasi mai vissuto è vedere associazioni del settore turistico che vengono a lamentarsi con l'Ente Parco. Stranamente non succede, siete troppo poco incazzati. Avete tanto da rivendicare e tanti problemi da segnalarci, a me, al mio direttore, ai nostri amministratori. Questa dialettica secondo me sta mancando perché su cento cose che chiederete ve ne daranno una, però è una cosa che secondo me vi ridà un ruolo. Vi chiederà dei sacrifici, ma vi riconoscerà dei risultati in futuro. Quanto meno ci dovete provare. Questo soggetto unico che state andando a costruire forse vi aiuterà ancora di più, ma già oggi, per esempio, come AIGAE un'interlocuzione anche polemica, anche provocatoria nei confronti del mondo degli Enti Parco dovete incrementarla. Grazie.

*(Applausi)*

### **Stefano Spinetti – Moderatore**

Grazie, Andrea, di nuovo per il tuo intervento brillante e ricco di spunti e provocazioni. Io

provarei a coglierne un paio al volo, perché nelle cose che hai detto mi ci sono rispecchiato quando al Circeo, facendomi guardare un po' storto da qualche amico direttore – e non faccio i nomi – di Parco, dissi alcune di queste cose. La prima, che i Parchi non comunicano e, quando ci riescono, ci riescono per fortuna, per caso o per un'intuizione furbesca. Oggi Nino Martino citava: "Il mio sito ha venti e passa lingue. Un cinese quando cerca Dolomiti lo cerca in cinese e viene fuori subito il sito del Parco". Ovvio! Questa è un'intuizione, sicuramente, una buona intuizione.

Altra cosa che ho sempre detto è che soprattutto chi è alla guida dei Parchi cerca in qualche modo di fare iniziative che siano uno sprone al turismo, ma non ci riescono bene, perché c'è un inquinamento – a mio avviso, e mi prendo la responsabilità di quello che dico – che viene un po' dall'alto e un po' da un'abitudine di pensare in un certo modo. È quello che cercherò di spiegarvi molto brevemente. Si instaura un nuovo Ente Parco con un nuovo direttore, ovviamente deve dare una certa visibilità, che normalmente è: "Sono arrivato io, sono nuovo, vi faccio vedere che sono più bravo di quello che c'era prima", oppure: "Porto un cambiamento rispetto a quello che c'era prima". Questo è il primo messaggio che uno sente di dover dare, ma penso che sia anche normale. Quello che poi però cala un po' dall'alto è, prima di tutto, che tipo di messaggio stiamo vivendo, e questo lo sospendo per spiegarmi fra brevissimo, e poi perché siamo ancora legati a certe mentalità che io definisco di fine anni Settanta, perché sono ancora in vigore in alcune zone d'Italia: quando bisogna spronare le attività turistiche si pensa troppo in maniera localistica. Cosa intendo? Intendo che si cerca a più non posso di sviluppare il senso di imprenditorialità in paesini piccolissimi, estremamente minuscoli, di una zona che fa parte di un Parco. E andrebbe bene se nessuno l'avesse mai fatto prima. Sicuramente ci hanno provato e riprovato, ma, se non ci si è riusciti alle soglie del 2010 ed oltre, evidentemente c'è un problema. Citavi San Benedetto in Alpe: la popolazione quanto sarà? Non so, non è che possiamo trovare in minuscoli paesi persone che siano in qualche modo capaci di far rete, cosa che oggi è indispensabile, con tutto quello che succede nel mondo del turismo.

Sono stato recentemente ad un convegno dove si stimolava: "Dovremmo cercare i giovani locali", e già "giovani"... cominciamo a dire che la tendenza europea è quella che è; "locali", cerchiamo anche qui di far finta che la tendenza ad andarsene verso i grandi nuclei urbani... Come se non ci fosse, anche questo sarebbe da commentare. Stimolare a fare delle cooperative. Cioè, ancora con le cooperative! Per questo dicevo "mentalità anni Settanta". Se oggi uno vuole aprire una cooperativa, a mio avviso dovrebbe essere visitato da vicino, perché, insomma, non ci sono più quelle agevolazioni economiche, finanziarie, retributive che c'erano una volta. E sono cambiati anche i tempi.

Oggi, ripeto, probabilmente il sistema dei Parchi subisce un po' questo influsso di dover fare delle cose che sono state fatte e rifatte, che sono trite e ritrite. Un po' si è vittime – quello che dicevo prima – del momento politico. Si sono spesi non so quanti milioni di euro, pubblicazioni su pubblicazioni, per valorizzare il prodotto tipico. Va benissimo, però, come diceva all'inizio Andrea, la mozzarella del Cilento piuttosto che la frisella del Parco pugliese non si può pensare che a livello turistico possano essere sufficienti ad attirare un tedesco o uno svedese che si fanno la valigia e arrivano soltanto per assaggiare il culatello emiliano o il lambrusco di non so dove, poi prende felice e se ne riparte. È un inganno che non può funzionare. Si sono spesi una miriade di soldi per valorizzare una cosa che non può da sola essere un costituente di un prodotto turistico. Il prodotto locale, il prodotto d'eccellenza va bene, ma non cerchiamo di venderlo come unica fonte attrattiva di un Parco. È assolutamente un compendio a quella che dovrebbe essere la vera

attrazione: il territorio, i valori del territorio, quello che può offrirti, l'esperienza di vivere un territorio.

Io non riesco a trovare molti esempi davanti a noi. Vienna, prima hai citato il Parco del Cilento. Fatemelo dire: il Parco del Cilento è uno di quelli che per anni e anni ha pubblicizzato mozzarelle, ricotte e chi più ne ha più ne metta e non ha mai segnalato un chilometro di sentiero. Adesso la situazione probabilmente è anche un po' cambiata, ma non è il solo. Potremmo parlare degli esempi pazzoidi del Parco Nazionale del Gran Paradiso, il più antico d'Italia, che segnala i sentieri in un modo in Piemonte e in un altro in Val d'Aosta. Scusatemi, è pazzoide una cosa del genere. E potremmo andare avanti all'infinito.

*(Intervento fuori microfono)*

### **Stefano Spinetti – Moderatore**

D'accordo, però il Parco è lo strumento che può...

*(Intervento fuori microfono)*

### **Stefano Spinetti – Moderatore**

Va benissimo, non è che sto dicendo che sia o non sia un problema del Parco. Sto dicendo che il Parco dovrebbe mediare e far capire che un sistema del genere non va bene. Cioè, o si adotta quello valdostano o si adotta quello piemontese per tutti e due, altrimenti scombina un po' il messaggio che si vuole dare di comunicazione. È comunicazione errata. Poi se sono gialli, verdi o rossi non importa, ma dovrebbe essere unificato.

Di esempi come questi potremmo farne centinaia, in qualsiasi parte d'Italia. Il problema grosso è che probabilmente a tutto questo manca la volontà del Parco e di chi ha in qualche modo gestito o dato le direttive su come i Parchi dovevano o devono essere coordinati nelle proprie attività, senza entrare nel merito della legge quadro, dei vari risvolti, eccetera. In pratica il messaggio è sempre stato: "Cercate di organizzarvi al meglio e fate tutto da soli". Ecco quindi che il Parco comincia a fare comunicazione e turismo da solo, senza contare sul fatto che all'esterno ci sono degli esperti che probabilmente potrebbero dargli dei considerevoli aiuti, potrebbero migliorare queste situazioni.

Finisco col dire che effettivamente i Parchi sono sicuramente per le guide il luogo di lavoro per eccellenza. Un po' come il contabile ha bisogno della calcolatrice o oggi fa i calcoli in qualche altro modo, con Excel, le guide hanno bisogno dei Parchi, perché sono il proprio territorio, sono il proprio luogo di lavoro per eccellenza. Ma non esiste – penso – una guida iscritta all'AIGAE che possa spendere buone parole nei confronti degli Enti di gestione dei Parchi, per un semplicissimo motivo: perché non c'è mai stata una considerazione reciproca. Non c'è mai stata una considerazione degli Enti Parco e dei gestori dei Parchi verso le guide. Non si è mai pensato che le guide – o forse se lo si è pensato, lo si è pensato nel ristretto delle proprie mura – sono in fondo il biglietto da visita del Parco, molto più di tanti altri, perché l'immagine che la guida può trasmettere del Parco dove lavora vale mille altre immagini. La guida istruita, che sa che il Parco è il suo strumento e il suo luogo di lavoro, e pertanto ci tiene alla sua conservazione, è un ausilio indispensabile alla conservazione stessa, perché dal momento in cui il territorio non cambia, l'ufficio non cambia, il mio ufficio è attrezzato così, io lo conosco e continuo a usarlo in questo modo,

non vorrò mai un cambiamento e in qualsiasi cambiamenti sarò non soltanto guida, ma anche colui che controlla, vigila, agevola e assiste il Parco in questa conservazione.

Il discorso che dicevi degli alberi tagliati. Quante volte succede? Molti turisti non capiscono perché nei Parchi si possano tagliare gli alberi, perché gran parte dei turisti nei Parchi viene dai nuclei urbani, dove c'è poca informazione, e ancora meno educazione. Siamo legati all'idea del Parco intoccabile, dove non si taglia, non si fa questo, non si fa quest'altro. Non abbiamo la più pallida idea che possano esistere tagli conservativi e quant'altro. Ebbene, una guida informata e anche educata – perché non è che la guida possa sapere a trecentosessanta gradi quello che sta facendo il Parco – dall'Ente di gestione può essere anche lì lo strumento che agevola il flusso turistico alla conoscenza di quello che sta facendo il Parco e perché lo sta facendo. "Stiamo tagliando questa foresta perché non sono alberi autoctoni e in questo modo stimoliamo...", eccetera. Però finché ci saranno uno scollamento e una divisione fra il Parco da una parte e le guide dall'altra tutto questo ovviamente rimane separato e si entra raramente in contrasto.

Tu dicevi prima che non c'è dialogo, non ci sono abbastanza proteste tra noi associazioni di categorie turistiche e i Parchi. È vero, ma per un semplicissimo motivo, e te lo dicevo mentre andavamo a pranzo, Andrea: alla fine di guerre potrebbero scoppiarne diverse, ma poi siamo tutti dalla stessa parte e tutti vogliamo in fondo la conservazione di quello che ci è rimasto della natura. Penso che la considerazione sia quella che ti ho detto prima, cioè che non va a nessuno di farsi la guerra tra poveri. Questo è il succo del discorso.

Io mi sono un po' dilungato e mi dilungherei ancor di più per accodarmi a quanto ha detto Andrea.

Passo il microfono a Filippo per spazio domande, introduzione, eccetera, eccetera. Grazie.

### **Filippo Camerlenghi – Vicepresidente AIGAE**

Più che spazio domande, che si potevano fare anche su Stefano, l'idea è questa, anche per avere un orario e aggiornarvi su come andiamo avanti. Era previsto un *coffe break* e lo facciamo. Quando ci ritroveremo cominceremo la tavola rotonda. Due parole perché oggi abbiamo fatto riferimento spesso a un documento. Se vorrà, poi ci sarà Nino Martino a condurre le danze di questa tavola rotonda, quindi deciderà lui come muoversi. Però c'è un documento che abbiamo fatto girare tra i relatori. Adesso se riesco lo metto sullo schermo, per cui se qualcuno ha voglia se lo può leggere. Qualche copia la lascio qua, perché poi semplicemente diremo che abbiamo raccontato tante di queste cose. C'è modo di provare a ritrovarci tutti attorno a un documento e a un progetto futuro, questo è in sé l'oggetto che poi verrà gestito da Nino.

Per cui diamoci questo quarto d'ora, venti minuti di *coffe break*. Quando ricominceremo inviterò chiaramente tutti i relatori di stamattina e di oggi a venire al tavolo per quest'ultima parte, che precederà poi la parte di Luca e Daniela, in cui si parlerà del progetto che abbiamo messo in atto per il centocinquantesimo dell'Unità d'Italia.

A dopo, grazie.