# IL TURISMO NATURA TRA PRESENTE E FUTURO

di **Tommaso Paolini**

***Introduzione***

1- L'Osservatorio Permanente Turismo Natura nasce nel 2003 quale strumento funzionale alla realizzazione di studi specifici e di indagini in grado di fotografare un segmento del fenomeno turistico oggigiorno in grande crescita e con forti aspettative sia tra i residenti nei parchi naturali e nelle aree protette sia tra i turisti: il turismo natura.
Una fotografia che possa servire ad individuare, oltre alle caratteristiche dei parchi naturali e delle aree protette, chi sono i visitatori che li scelgono per godervi una vacanza, qual è il loro numero, da dove arrivano; che possa servire a monitorare gli andamenti congiunturali, a fare consuntivi, previsioni, raccolte e analisi dei più interessanti articoli in materia per sapere cosa si dice del turismo natura; che possa servire a un monitoraggio e un aggiornamento delle leggi per vedere come si evolve la legislazione relativa; infine che possa servire a "scovare" e individuare i siti web in qualche modo legati alla natura per cercare di prevederne, anche sulla rete telematica, le possibili linee evolutive.
Ad oggi, oltre ai ventidue parchi nazionali istituiti e ai tre in attesa dei provvedimenti attuativi, esistono in Italia anche numerosi parchi regionali e riserve e oasi statali: marine e naturali. Tralasciando l'indicazione dei parchi regionali e delle riserve e oasi statali, che il lettore accorto può comunque trovare sul portale dei parchi italiani www.parks.it, organizzato da *Federparchi* e costantemente aggiornato da 150 Enti pubblici gestori di aree protette, o sull'*Annuario dei Parchi 2004*, non possiamo procedere ad elencare i parchi nazionali senza analizzare, pur se brevemente, i criteri differenziatori che li distinguono dai parchi regionali, che non sono solo amministrativi, conseguenti cioè al fatto che i primi sono istituiti e dipendono dal Ministero dell'Ambiente, mentre i secondi dalle Regioni.

**Parchi Nazionali già istituiti e relativa superficie (in ettari):**

| | | | |
|---|---|---|---|
| Abruzzo, Lazio e Molise | 49.680 | Foreste Casentinesi, | 31.038 |
| Appennino Tosco-Emiliano | 22.792 | Gargano | 118.144 |
| Arcipelago di La Maddalena | 5.100 | Gennargentu e Golfo di Orosei | 79.935 |
| Arcipelago Toscano | 16.856 | Gran Paradiso | 70.318 |
| Asinara | 5.170 | Gran Sasso e Monti della Laga | 141.341 |
| Aspromonte | 76.053 | Majella-Morrone | 62.838 |
| Calabria | 73.695 | Monti Sibillini | 69.722 |
| Cilento e Vallo di Diano | 178.172 | Pollino | 171.132 |
| Cinque Terre | 3.860 | Stelvio | 133.325 |
| Circeo | 5.616 | Vesuvio | 11.340 |
| Dolomiti Bellunesi | 15.132 | Val Grande | 7.259 |

*fonte: Ministero dell'Ambiente*

e quelli in attesa dei provvedimenti attuativi:

Alta Murgia
Val d'Agri e Lagonegrese

I parchi nazionali, che coprono complessivamente quasi un milione e mezzo di ettari, pari al 5% circa del territorio nazionale, rappresentano il primo baluardo di difesa dell'ambiente, integrato

e completato dai parchi regionali e dalle altre forme di protezione naturalistica e ambientale, che fanno salire il territorio tutelato a 2,98 milioni di ettari[1]: all'incirca il 10% di quello nazionale, e coinvolgono non poche realtà comunali dato che si occupano di ambiti territoriali alquanto vasti e variegati con una presenza umana di non poco conto.
E' proprio questa presenza umana così significativa, che vede nel parco lo strumento di collegamento e valorizzazione delle realtà locali e che trova nella "qualità" dei territori che abita la risorsa-chiave del proprio sviluppo, la caratteristica distintiva dei parchi nazionali rispetto a tutte le altre forme di protezione che oggi coprono una superficie di più di un milione di ettari, senza contare le aree protette di derivazione delle Province che si stanno affacciando sulla scena a seguito dell'approvazione della legge-quadro nazionale e della legge 142/90 sul decentramento delle competenze.

***Natura e turismo***

2- Non è difficile concordare sul fatto che oggi il turismo rappresenti uno strumento importante, non solo da un punto di vista macroeconomico: per gli effetti sul PIL, sull'occupazione sia diretta che indiretta: specialmente quella giovanile altamente scolarizzata, sul saldo delle partite correnti con l'estero: la bilancia turistica esercita un ruolo equilibratore di primo piano dei nostri conti con l'estero, ma anche culturale, politico e sociale: per il diffondersi di un atteggiamento di apertura e di curiosità verso altri paesi e altre culture.
In tale contesto il Presidente della Repubblica Carlo Azelio Ciampi, solo qualche mese fa, ricevendo gli imprenditori di Federturismo-Confindustria, ebbe a dichiarare che il turismo può dare "un contributo determinante alla crescita economica e sociale dell'Italia".
Nell'ambito del fenomeno turistico generale, il segmento di domanda più dinamico e vivace, anche se non ancora in termini numerici, dato che i turisti balneari fanno da questo lato la parte del leone, è certamente rappresentato dal turismo natura, nel quale il turista è un "consumatore" di aree verdi, di aree protette, "…per il quale la motivazione principale (*alla vacanza*) è l'osservazione e l'apprezzamento della natura e delle culture tradizionali", per rifarci alla definizione molto condivisibile dell'Organizzazione Mondiale del Turismo, il cui comportamento quindi risulta caratterizzato da un "continuum" di elementi ambientali e culturali non facili da distinguere e non di rado poco differenziato.
Già Jean Jacques Rousseau diffuse l'idea del "ritorno alla natura" nelle classi più elevate all'epoca dell'Illuminismo. L'élite europea scoprì nella natura maestosa: in particolare l'alta montagna, e nei paesaggi idilliaci l'antipodo alla civilizzazione artificiale delle grandi aree urbane. Quel "ritorno alla natura" proprio delle classi elitarie oggi si è esteso alla società tutta visto che i principali parchi italiani: quelli storici: il Parco Nazionale d'Abruzzo, il Gran Paradiso e lo Stelvio, fanno registrare oltre due milioni di visitatori l'anno, valori più elevati di quelli rilevati in molti musei e aree archeologiche italiane e in continua e costante crescita.
La crescita del turismo di massa, se da un lato ha portato a un declino delle motivazioni strettamente culturali della vacanza a favore delle esigenze ricreative, del desiderio di nuovi rapporti interpersonali, dall'altro il bisogno di evasione dalla vita di ogni giorno: caotica e stressante, la ricerca dell'antidoto contro la modestia della qualità della vita urbana, l'esigenza di riacquistare le energie perse e dimenticare i problemi della quotidianità, la voglia di tornare a casa in forma, rinfrancati al punto giusto, pronti per rituffarsi in una nuova e lunga fase di lavoro e in molti e altri problemi, portando molti turisti a scegliere una destinazione "naturale".
La scelta di una destinazione "naturale" da parte di un numero sempre maggiore di turisti portò nel 1991 una nota rivista italiana: *Airone*, a pubblicare un "diario minimo" che faceva inviti e dava suggerimenti *on the road* per un turismo responsabile, un turismo cioè che guardasse anche al futuro e non soprattutto al presente, che non bruciasse i luoghi che toccava, che non si

rendesse avulso dal contesto culturale sul quale poggiava, che non distruggesse le sue stesse condizioni d'essere. Tutte problematiche sempre più attuali che, legate alla gran parte dei segmenti, con i quali siamo soliti suddividere il fenomeno turistico generale, e non solo al turismo natura, portano alla definizione del concetto di turismo sostenibile, espressione oggigiorno tanto di moda e così frequentemente sulla bocca di tutti, da risultare inflazionata e non di rado privata di significato ancora prima di essere applicata.
Il turismo sostenibile fa perno sul fatto che le risorse: non solo quelle naturali, che rappresentano gli input primari senza i quali l'industria del turismo non esisterebbe e/o non potrebbe svilupparsi, sono limitate.
Inoltre la risorsa "naturale", la variabile ambientale, rappresenta certamente la variabile qualitativa più importante che, insieme alle altre variabili qualitative: tempo libero, qualità del servizio, viaggio, sicurezza, organizzazione e accoglienza, incide sul processo di scelta della destinazione turistica e sulle motivazioni della partenza, mentre le variabili quantitative: prezzo, reddito e tasso di cambio, incidono più sulla durata della vacanza.
Se teniamo presente che l'evoluzione della domanda di turismo: specie quella internazionale, va progressivamente slittando da un'impostazione di carattere quantitativo verso una crescente introduzione di elementi qualitativi, riusciamo a renderci conto delle grandi potenzialità che presenta il turismo natura.

***Vincoli e criticità***

3- Il turismo natura, che ricomprende il turismo dei parchi e delle aree protette e che possiamo: dal lato dell'offerta, definire "core supply": all'incirca il 10,5% del territorio nazionale, mentre per una delimitazione più ampia i confini sono ancora un poco incerti, è un fenomeno in forte e continua crescita, come abbiamo già avuto modo di dire, nonostante una serie di vincoli e di criticità quali:

- la *bassa capacità di carico turistica*, il basso livello di utilizzo cioè delle aree protette oltre il quale gli impatti: ambientali e sociali, eccedono i livelli standard fissati dagli obiettivi gestionali al di là dei quali l'area protetta diventa incapace di ritornare nella situazione di equilibrio originario, e i rischi del verificarsi di *fenomeni di congestione*: l'uso dell'area protetta da parte di una o più persone può far diminuire l'utilità che altre persone possono trarre dalla stessa area protetta;
- un *turismo di corto raggio*: per la provenienza, e di *breve durata*: i fine settimana solitamente;
- le *difficoltà di differenziazione e distinzione* rispetto ad altre aree, le difficoltà cioè dell'individuazione di un insieme di differenze significative capaci di rendere distinguibili per il turista l'offerta di un'area protetta rispetto a quella delle altre;
- il *limitato ritorno economico* per la scarsità di servizi presenti nelle aree protette;
- l'*insufficiente specializzazione* della popolazione che vive nelle aree protette e i *flussi turistici ancora inadeguati* per la gran parte delle aree protette;
- l'*insufficiente informazione* derivante dalla mancanza di un sistema informativo approfondito e segmentato territorialmente e tipologicamente, specie in relazione al sistema di fruizione delle aree.

Dall'insieme dei vincoli e delle criticità appena elencate, certamente non esaustivo, viene ad evidenziarsi di primo acchito una doppia esigenza: da un lato quella di "specificare" l'offerta al fine di renderla più riconoscibile sul mercato, e dall'altro quella di riuscire a mantenerla compatibile sia con le attività tradizionali sia con l'ambiente circostante.
I parchi: territori delimitati e distinguibili, possono sia favorire facilmente la notorietà e riconoscibilità dell'area e quindi rappresentare un'ottima occasione di promozione territoriale sia segnare positivamente la sua qualità ambientale.

***L'approccio normativo***

4- Nella natura, nell'ambiente dell'uomo: specialmente nelle culture locali, noi vediamo rispecchiato l'ordine o il disordine della nostra organizzazione sociale, l'armonia o il degrado delle relazioni umane. Dal legame tra la generazione attuale e quelle passate, dal vincolo costruttivo tra questa generazione e quelle a venire e non dalla rottura generazionale, dipende il rispetto o lo sprofondamento dell'ambiente naturale, sociale e culturale.
L'ecologismo non può ridursi a un'operazione di semplice cosmesi naturale se non si vuole che il divenire generazionale venga ad essere "condannato ad una inarrestabile brutalizzazione".
La tutela dell'ambiente presuppone la tutela delle culture che hanno vissuto e si sono sviluppate nel suo ambito. Non di rado, tuttavia, le progettualità sia private sia di enti pubblici, autorizzate o abusive, che hanno prodotto stravolgimenti ambientali, nel cercare di raggiungere i loro scopi, non hanno tenuto in debito conto l'"anima identitaria dei luoghi"[2].
Eppure l'attenzione al rapporto tra natura e cultura, tra ambiente e uomo, dovrebbe essere continua: specie in Italia, sia perché il nostro Paese rappresenta uno dei maggiori attrattori del turismo internazionale tant'è che il WTO, l'Organizzazione Mondiale del Turismo, nei suoi documenti assembleari e in particolare nella Dichiarazione di Osaka del 1994 sottoscritta da 96 Paesi, ha affermato, tra l'altro, che "i governi siano innanzitutto coscienti del ruolo fondamentale del turismo quando formulano le loro politiche e definiscano una politica mettendo l'accento sul turismo" sia perché i turisti sono sempre più esigenti in tema di qualità dell'ambiente, di autenticità nei rapporti con i residenti nelle aree protette, di convivialità e di partecipazione alle attività e agli avvenimenti della vita locale.
L'andamento dei flussi turistici in generale e di quelli del turismo natura in particolare potrebbero allora rappresentare un efficace indicatore del livello e della continuità di attenzione delle problematiche che stiamo analizzando. Ma anche l'offerta di pacchetti turistici da parte dei tour operator potrebbe rappresentare un valido indicatore. Infatti per cercare di studiare e di segnalare le possibili linee di sviluppo futuro del fenomeno turistico natura, per fare cioè delle previsioni non nel senso magico che la parola può avere, possiamo analizzare il comportamento dei soggetti che possono influire quantitativamente e qualitativamente sull'offerta di pacchetti turistici natura e quindi sui relativi flussi turistici nell'ipotesi molto concreta che tale comportamento possa incidere sull'andamento futuro della domanda di turismo natura dato che: vogliamo rimarcarlo, i tour operator hanno la capacità e la possibilità di indirizzare la domanda di turismo natura: il cosiddetto "approccio normativo", com'è noto nel campo degli addetti ai lavori.
Sulla guida 2004 di *CTS*: Centro Turistico Studentesco e Giovanile, *Ecotraveller Viaggiatori per natura*, prima di descrivere i "Campi studi e ricerca" dedicati al delfino costiero, alle tartarughe marine, ai camosci, orsi e lupi, prima di evidenziare le caratteristiche delle "Vacanze nei parchi" per i "…patiti del trekking o della mountain bike, della pesca subacquea, dell'equitazione e dell'arrampicata" e per chi vuole "… una vacanza attiva senza rinunciare al piacere di un contatto con la natura più bella", prima di proporre la "Pasqua nei parchi per salutare la primavera" per soggiorni e trekking nelle aree protette e per trascorrere le vacanze a contatto con la natura, possiamo leggere che "… se vogliamo ancora visitare o anche solo sognare luoghi incontaminati, misteriosi ed affascinanti, è necessario che ci sia un impegno da parte di chi organizza il viaggio, ma anche di tutti …i viaggiatori, a promuovere e a praticare un turismo diverso, in grado di valorizzare e non deturpare le risorse naturali e capace di tutelare la diversità culturale e i diritti di tutte le popolazioni."[3]
Molti altri tour operator nazionali dedicano nei loro cataloghi ampio spazio al turismo natura. Ricordiamo *Libarna Viaggi*, il tour operator ligure, che propone diversi pacchetti turistici "…a stretto contatto con la natura, per ritrovare i sapori di una volta, per scoprire in sella al proprio

cavallo, angoli incontaminati di antichi sentieri e boschi…"; *Satam Viaggi incoming* che, con il catalogo "Tutti i colori dell'Abruzzo", ha predisposto per gli studenti soggiorni natura nelle aree più belle dei parchi nazionali abruzzesi con pernottamenti in strutture ricettive ubicate all'interno dei parchi stessi; *Meditur Vacanze Mediterranee* con il catalogo "Fatevi guidare da chi se ne intende" che propone tour per immergersi negli "ambienti incontaminati e paesaggi da sogno (che) dominano le zone interne di queste perle dell'Adriatico (Abruzzo, Marche e Molise)… che con "la vita" e i richiami del litorale a portata di mano, è l'ideale per chi ama rilassarsi senza isolarsi"; *La Grande Miniera dei Viaggi Tour Operator* che, con il catalogo "Ulisse: viaggiare per crescere", mette sul mercato una serie di proposte per il turismo scolastico; *Baino Viaggi*, tour operator abruzzese, che offre itinerari che assicurano "…l'incontro con il calore della gente, che ha conservato questi paesaggi per le generazioni future, scegliendo il rispetto e la tutela di un patrimonio di rara bellezza…"; ancora *CTS* che, con il catalogo "Partire" vende il "Capodanno 2004 nei parchi italiani più belli" per avere la possibilità di "ascoltare gli ululati dei lupi nel Parco Nazionale d'Abruzzo, passeggiare tra le rustiche foreste del casentino, assaggiare i prodotti tipici del Parco Nazionale del Pollino, sentire il profumo del mare alle Cinque Terre o conoscere gli ambienti diversi del Delta del Po"; sempre lo stesso operatore su *CTS News*[4] pubblicizza l'offerta "Parchi e Pasqua" per suggerire "…programmi ambientali all'interno di aree naturali protette, luoghi in cui la natura del nostro paese esprime il meglio di sé…";"*Itermar Tour Operator* che, con il catalogo "Il manuale gruppi gold 2004", nella sezione "Qualcosa di particolare" propone itinerari turistici natura.

***L'approccio speculativo***

5- Ma anche i tour operator europei trattano l'Italia, considerata il Paese dei sogni di vacanza dei turisti europei: almeno di quelli che si rivolgono agli intermediari per l'organizzazione del viaggio, e conosciamo l'importanza che i servizi agenziali e di *tour operating* hanno in paesi come la Gran Bretagna e la Germania dove i viaggi organizzati raggiungono livelli di oltre il 60% con una media italiana che non riesce a superare il 25%, indicata come destinazione più richiesta con l'83% delle citazioni, che stacca nettamente tutti gli altri mercati concorrenti.[5]

Tabella I

**I Paesi più richiesti presso i tour operator europei (% di citazioni)**

| | | |
|---|---|---|
| 1° | Italia | 83,1 |
| 2° | Spagna | 48,1 |
| 3° | Francia | 44,2 |
| 4° | Germania | 28,2 |
| 5° | Grecia | 22,4 |
| 6° | Paesi Scandinavi | 18,5 |
| 7° | Gran Bretagna | 15,6 |
| 8° | Olanda | 12,0 |
| 9° | Portogallo | 12,0 |
| 10° | Turchia | 11,0 |
| 11° | Belgio | 9,1 |
| 12° | Malta | 8,4 |
| 13° | Egitto | 8,1 |
| 14° | Cipro | 8,1 |
| 15° | Marocco | 7,5 |

*fonte: Osservatorio Nazionale sul Turismo, Indagine Isnart/Unioncamere, 2003.*

"Si tratta senz'altro di un vantaggio competitivo importante e forse consolidato, ma che non può essere "vissuto" dagli operatori italiani come una rendita di posizione.
Questa posizione privilegiata è infatti frutto di risorse naturali e culturali quasi impossibili da replicare da parte delle altre destinazioni…"[6]
Così la maggiore aspettativa del turista danese verso l'Italia è quella di godere una vacanza con forte contenuto relax da abbinare ad attività di tipo culturale, enogastronomico, plein air e sportivo. Ad affascinare i turisti belgi, invece, oltre al grande patrimonio artistico-culturale, sono il clima, la natura, il verde, i laghi e l'enogastronomia. Gli olandesi, la cui motivazione principale del viaggio in Italia è di tipo culturale, abbinano "altre tipologie quali il turismo verde, relax, *wellness* e gastronomia. In particolare il turismo verde legato alla scoperta dei prodotti ed i valori dei territori poco conosciuti costituiscono le linee tendenziali della domanda …". In Svizzera, dove la propensione ai viaggi risulta sempre forte e stabile, la vacanza balneare è quella più domandata, mentre è crescente l'interesse per gli itinerari enogastronomici, la visita dei parchi naturali e riserve, l'agriturismo e il *wellness*. I lituani, da sempre amanti della natura e rispettosi dell'ambiente, prestano sempre più attenzione al turismo verde, all'agriturismo, all'enogastronomia e al turismo attivo. Anche gli spagnoli danno molta rilevanza alla cultura, alla gastronomia, alla simpatia, al clima, al turismo verde e alla vacanza relax così come i cechi che richiedono il turismo verde specie nei mesi autunnali. In Finlandia infine l'evoluzione dell'offerta organizzata in termini di prodotti turistici, programmata dai principali tour operator e agenzie di viaggio, riguarda essenzialmente il turismo relax.

Tabella II

**I Parchi italiani programmati dai T.O. canadesi**

| | |
|---|---|
| Active Journeys inc. | Sicilia (Etna), Liguria (Cinque Terre), Toscana (Maremma-San Rossore) |
| Adventures Abroad | Toscana (Maremma-San Rossore), Liguria (Cinque Terre), Sicilia (Etna), Lombardia (Stelvio) |
| Avila Tours Inc. | Toscana (Maremma-San Rossore)<br>Abruzzo (Parco Nazionale d'Abruzzo) |
| Butterfield & Robinson | Liguria (Cinque Terre), Lombardia (Stelvio), Toscana (Maremma-San Rossore) |
| Ciao Tours | Toscana (Maremma-San Rossore), Liguria (Cinque Terre) |
| Club Toscana<br>Italian Active Vacations | Valle d'Aosta (Gran Paradiso), Lombardia (Stelvio), Liguria (Cinque Terre), Toscana (Maremma-San Rossore), Abruzzo (Parco Nazionale d'Abruzzo) |
| Italian Connection | Toscana (Maremma-San Rossore), Liguria (Cinque Terre), Sicilia (Etna) |
| Manditours International | Abruzzo (Parco Nazionale d'Abruzzo) , Liguria (Cinque Terre), Lombardia (Stelvio), Sicilia (Etna), Toscana (Maremma-San Rossore), Valle d'Aosta (Gran Paradiso) |
| Ottawa Outing Club Travel<br>Outland Adventures | Toscana (Maremma-San Rossore), Liguria (Cinque Terre) |
| Randonnee Tours Inc. | Toscana (Maremma-San Rossore), Liguria (Cinque Terre) |
| Solbec Tours Inc. | Toscana (Maremma-San Rossore), Lombardia (Stelvio), Sicilia (Etna), Abruzzo (Parco Nazionale d'Abruzzo) |
| Trek Holidays | Toscana (Maremma-San Rossore), Sicilia (Etna), Valle d'Aosta (Gran Paradiso), Liguria (Cinque Terre) |
| World Expeditions Monde | Toscana (Maremma-San Rossore), Liguria (Cinque Terre) |

*fonte: ENIT, marzo 2004.*

Pure l'Indagine Delegati Esteri ENIT evidenzia per molti paesi extraeuropei un'attenzione crescente per il turismo natura."Da un esame dei principali cataloghi dei Tour Operator canadesi si individuano due grandi motivi per cui il cliente richiede un viaggio in Italia: da un lato il peso dell'offerta culturale rappresentata dall'arte, dalla storia e dai musei, dall'altro il profilo naturalistico e culinario frutto dell'eterogeneità paesaggistica della Penisola. L'Italia è percepita come un mix di arte, cultura, storia, natura e buona tavola: il luogo ideale per trascorrere una vacanza completa."[7] Nonostante la bellezza della natura canadese allora ben 13 tour operator dei 108 totali presenti in Canada, trattano e vendono il prodotto parchi e natura.
Il maggior elemento di forza della destinazione Italia in Corea, che negli ultimi anni ha fatto registrare un notevole aumento di turismo *outbound* dovuto sia all'aumentato tenore di vita dei coreani sia alla chiusura: dal 2002, degli uffici il sabato sia allo sviluppo di Internet e quindi alla maggiore facilità nell'ottenere le informazioni turistiche sia alla riduzione delle tariffe dei voli aerei, "è rappresentato dalla grande varietà e qualità dei prodotti primo fra tutti quello naturale ed artistico seguito dal turismo relax, dall'enogastronomia e dal turismo verde". Negli Stati Uniti l'offerta turistica italiana si presenta come una delle più richieste arrivando a coinvolgere circa 200 tour operator e 20.000 agenzie di viaggio. L'Italia, che tra le destinazioni preferite dagli americani si colloca al 4° posto dopo Messico, Canada e Gran Bretagna, esercita un fascino particolare sui turisti americani dovuto "principalmente all'enorme patrimonio artistico, l'enogastronomia, l'ambiente, la natura, i grandi eventi e il carattere amichevole degli italiani." In Giappone, dove l'Italia rappresenta la prima destinazione turistica, l'intera popolazione può essere considerata come un potenziale cliente del turismo natura."L'amore per la natura in tutti i suoi aspetti è una componente essenziale della mentalità giapponese , tanto che la religione nazionale giapponese, lo shintoismo, è fondata sul culto delle forze naturali dalle quali trova fondamento l'origine divina dell'imperatore".[8]

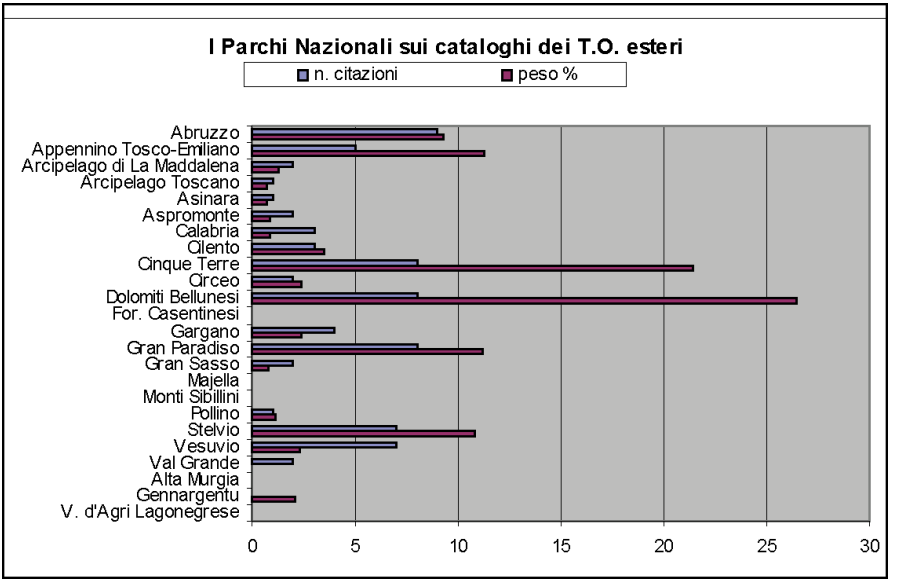


*Grafico I - fonte: nostra elaborazione su dati dei questionari "Natura e Parchi" delle Delegazioni estere dell'ENIT, marzo 2004.*

Sempre per cercare di analizzare e di prevedere le possibili linee di sviluppo del segmento natura del fenomeno turistico, possiamo ricorrere, in aggiunta a quanto finora detto, al cosiddetto "approccio speculativo" che ha lo scopo di mettere a confronto i giudizi di un panel di esperti al fine di ottenere un insieme di indicazioni sulla evoluzione della domanda di turismo natura[9].
Ebbene da un'indagine questionaria da noi condotta su un vasto campione di T.O. domestici e stranieri: tedeschi e inglesi, relativa a una previsione dei flussi turistici del segmento Parchi e Natura per il 2004, abbiamo registrato risultati positivi pari all'85,7%, mentre nel 14,3% la previsione è per una sostanziale stabilità, nella componente domestica, mentre in quella estera la previsione è per un $\Delta$ positivo nell'anno in corso del 75%.
Non ci sono operatori nazionali né T.O. esteri che prevedono un calo dei flussi turistici nel segmento Parchi e Natura nel prossimo futuro.
Pure i risultati di una ricerca effettuata alla BIT 2004 di Milano, da un numeroso gruppo di miei studenti della Facoltà di Economia dell'Università dell'Aquila, corso di laurea in Economia e Gestione dei Servizi Turistici, su un panel di 54 tour operator nazionali, evidenziano come, per una regione come l'Abruzzo, la natura/parchi rappresenti l'attrattore turistico più importante, risultato confermato dal fatto che i tour operator interpellati riconoscono per la gran parte l'Abruzzo quale "Regione dei Parchi".[10]

***Un nuovo ruolo per i T.O.***

6- Ci sono comuni molto piccoli in Italia: anche nei parchi e nelle aree protette, di qualche centinaio di abitanti, che seguono la loro traiettoria di declino e dei quali abbiamo perso la memoria, avvitati in un processo di spopolamento che procede con una logica di tipo circolare. La fragilità della loro struttura demografica: elevati indici di vecchiaia[11] e di dipendenza[12], scarsa presenza di popolazione in età attiva ecc., comprime i livelli di disponibilità reddituale. Dall'esiguità delle risorse disponibili deriva un forte freno ai consumi e di conseguenza alla possibilità di produrre nuovo reddito mediante un allargamento delle produzioni. Il sistema dei servizi locali: scolastici, di trasporto, di assistenza sanitaria, di raccolta rifiuti ecc., legati a dimensioni di scala ne viene non di poco condizionato, per cui non potendo rispettare i necessari requisiti di economicità, tende ad essere sempre meno diffuso sul territorio generando una ulteriore spinta allo spopolamento.
Il turismo natura potrebbe facilmente rappresentare lo strumento capace di ristabilire il circuito virtuoso attraverso la gamma delle "occasioni indotte" di nuova imprenditorialità, specie tra i giovani, e di occupazione, dato il carattere *labour-intensive* dei settori attivati dalla spesa turistica: in particolare quella che fa riferimento alle strutture ricettive e di ristorazione tradizionali e molto meno quella invece che fa riferimento alle abitazioni private in quanto, in questo caso, l'attivazione della spesa turistica ha caratteristiche diverse essendo composta da beni (generi alimentari, beni di arredamento ecc.) e da fitti (reali o figurativi) che o generano poca occupazione locale o sono prodotti in comparti con altissimi livelli di produttività la cui produzione avviene però lontano dai confini dei parchi e delle aree protette. Un esempio è rappresentato da Civitella Alfedena, nel Parco Nazionale d'Abruzzo, piccolo paese nel quale l'indice della popolazione giovane[13] non è regredito: anzi mostra un leggera crescita, così come un aumento lo fanno registrare i conti bancari accesi presso la locale banca. Più in generale possiamo citare una ricerca condotta da Nomisma e commissionata dal WWF Italia sul Parco Nazionale d'Abruzzo, la quale ha documentato che "gli abitanti dei comuni del Parco (hanno) goduto … di un incremento del benessere non riscontrabile in aree appenniniche analoghe ma non sottoposte a tutela"[14].
I tour operator, che rappresentano gli intermediari più importanti tra il turista e la vacanza in

quanto agiscono sia come "venditori" sia come "clienti" delle regioni e delle strutture turistiche, possono costituire i soggetti meglio preposti a promuovere una diversificazione delle destinazioni, un riequilibrio dei flussi turistici, un'ospitalità più varia, integrata e rispettosa dell'ambiente.
In altre parole la loro posizione li rende adatti a svolgere un ruolo di stimolo e di promozione verso forme di turismo non aggressive ed intelligenti, specialmente mediante:

- la domanda di destinazioni ad elevata qualità ambientale;
- l'offerta nuova e diversificata di viaggi e vacanze, cioè attraverso la produzione di pacchetti che sono il risultato sia di indagini volte a definire il target potenziale cui ci si vuole rivolgere sia di una attenta conoscenza dei luoghi della loro storia, dei loro aspetti ambientali e territoriali;
- una politica dei prezzi, dato che i servizi ecocompatibili implicano alcune spese aggiuntive a breve, ma anche tante forme di risparmio a lungo termine. Importanti indagini di mercato hanno indicato una maggiore disponibilità a pagare da parte dei turisti fin al 10-15% per viaggi che garantiscano una qualità ambientale.

Sempre più numerosi possiamo constatare sono gli operatori turistici che organizzano e vendono viaggi, anche limitati a 12-15 persone, che propongono sia itinerari di scoperta degli ambienti naturali, della fauna e della flora, sia incontri con gli abitanti dei luoghi visitati che hanno il desiderio di farli scoprire sotto angoli visuali diversi. Sarebbe però necessario che tali operatori, con il sostegno magari delle autorità regionali e locali, realizzassero, dessero alle stampe e diffondessero: anche *on line*, cataloghi, opuscoli e guide: soprattutto in lingua, relativi all'offerta di tali pacchetti turistici natura.
Una nuova figura di operatore turistico e di turista si sta facendo largo, una figura attenta al rispetto dell'ambiente e delle culture oltre che alla riduzione dell'impatto delle loro attività e presenze. Un turismo con una nuova etica che, contribuendo allo sviluppo sostenibile dei territori protetti e soddisfacendo i bisogni e le esigenze economiche della generazione attuale, salvaguardi l'ambiente per le future generazioni.

***La tutela delle risorse***

7- Se è vero che da un lato i parchi devono essere strumenti di sviluppo delle comunità umane: il parco radicato nella realtà locale, è anche vero, dall'altro lato, che si va sempre più evidenziando l'esigenza dell'allargamento della tutela delle risorse ambientali dall'ambito locale a quello nazionale e più spesso sovranazionale, se non globale, dovuto sia ai problemi comuni relativi al "global change": cambiamenti climatici: li abbiamo vissuti sulla nostra pelle in maniera violenta la caldissima estate passata, e inquinamento atmosferico, sia ai problemi di gestione dei parchi e delle aree protette.
In tale ambito dobbiamo evidenziare la necessità di affrontare i problemi relativi alle piogge acide, ai dissesti idrogeologici, all'abbandono delle terre coltivate e della pratica pastorale, agli impatti indesiderati del turismo, agli interventi infrastrutturali devastanti ecc. per guardare oltre l'ottica perimetrale protetta al fine di perseguire alleanze strategiche di respiro molto più ampio. Un esempio tipico vicino alle zone che abitiamo è rappresentato dal Progetto APE, nato da un'idea di Legambiente e della Regione Abruzzo, che mira alla valorizzazione complessiva dell'Appennino come parco d'Europa, dato il rilevante numero e la significativa estensione di aree naturali protette che testimoniano l'importanza naturalistica del sistema appenninico capace di "contagiare" anche le aree circostanti. Altri esempi riguardano ambiti transfrontalieri quali quello delle Alpi Marittime/Mercantour, del Gran Paradiso/Venose, dell'Espace Mont Blanc, Stelvio/Engadina.

Il progetto APE, e gli altri appena indicati, al quale un po' tutti guardiamo con fiducia come la stella polare da cui farci guidare, però dovrebbero rappresentare solo l'inizio di un obiettivo più generale sia in termini spaziali che temporali.
L'Unione Europea va dedicando un'attenzione crescente sia con politiche settoriali o specifiche, in relazione alle specie in pericolo, sia attraverso lo sviluppo di politiche di sistema per la protezione diffusa degli *habitat* e delle loro interconnessioni ai problemi ambientali.
Ricordiamo il programma "Natura 2000", dell'inizio degli anni Novanta, che ha dato forma all'idea di una Rete Ecologica Europea, articolata in tutto il territorio dei paesi dell'Unione, costituita da siti ecologicamente significativi ed omogeneamente riconosciuti: ZPS: zone di protezione speciale , e SIC: siti di interesse comunitario, interconnessi in maniera opportuna.
Ci piace menzionare anche la definizione dello Schema di Sviluppo dello Spazio Europeo, della fine degli anni Novanta, che ha rappresentato l'occasione per analizzare le interconnessioni che si determinano tra le diverse politiche che convergono sul territorio e sulle relative conseguenze ambientali. Lo Schema ha un significato politico rilevante in quanto considera congiuntamente gli obiettivi "della conservazione e gestione delle basi naturali della vita e del patrimonio culturale, della coesione economica e sociale e della competitività equilibrata del territorio europeo", pur se non ha altro valore che quello di un "quadro orientativo".
Nello Schema i problemi della conservazione della natura e il ruolo che in tale ambito possono svolgere i parchi e le aree naturali protette, "si inquadrano nella prospettiva dello sviluppo sostenibile dell'intero territorio, confrontandosi coi problemi determinati dai nuovi scenari economici, sociali e culturali, dall'esposizione e dalla diffusione urbana, dal cambiamento delle attività agricole e forestali, dallo sviluppo incessante della mobilità e dei trasporti"[15].
Pur se le intenzioni dello Schema sono ancora lontane dal tradursi in un concreto avanzamento delle politiche di conservazione della natura crediamo: sotto questi aspetti, che la speranza di un futuro migliore sia ben riposta.

***Il turismo natura nel 2001***

8- Gli scenari in cui il turismo si sviluppa sono andati negli ultimi tempi rapidamente evolvendosi e tale incessante processo è tuttora in atto. Basti pensare alla globalizzazione dei mercati, conseguente all'abbattimento delle barriere politiche, economiche e monetarie che hanno fatto del turismo uno strumento vitale per lo sviluppo economico, culturale e sociale di ogni Paese. Tale nuova situazione ha reso evidente la necessità di individuare un sistema comune di principi di valutazione del fenomeno che consenta di misurare, di identificare e di comparare sia il turismo tra i paesi sia quello che si sviluppa all'interno di un paese.
Una classificazione importante distingue il turismo secondo il tipo di località dove la vacanza è goduta. La convenzione ENIT-ISTAT per l'uso dei microdati già codificati consente, infatti, di oltrepassare il primo livello di segmentazione costituito dalle nazionalità dei turisti per definire le tipologie domandate.
La base delle statistiche sul movimento turistico: alberghiero e complementare, rilevato in Italia è rappresentato dai 543 modelli CTT1 compilati mensilmente dalle Organizzazioni Turistiche periferiche, il cui rigoroso iter inizia con la registrazione all'arrivo dei clienti dei loro dati essenziali e si completa con il computo degli arrivi e delle presenze secondo la nazionalità di provenienza e la tipologia di alloggio.
I 543 modelli CTT1, che rappresentano la fonte di una eccezionale massa di informazioni a livello territoriale, costituiscono altrettanti punti di osservazione ai quali è stata attribuita una tipologia prevalente della località secondo la classificazione costituita dai seguenti 10 segmenti:

**1- Parchi e Natura**
**2- Grandi Città d'Arte**
**3- Culturale**
**4- Balneare**
**5- Lago**
**6- Commerciale**
**7- Montagna**
**8- Termale**
**9- Centro tipico-enogastronomico**
**10- Religione**

L'Osservatorio Permanente costituito dagli Uffici ENIT nel mondo ha permesso di rilevare la forte crescita del turismo natura per cui, nella stesura della classificazione delle tipologie prevalenti delle località turistiche, è stata data rilevanza al segmento Parchi e Natura.
Nel 2001 gli arrivi di turisti stranieri nelle località italiane a cui è stata attribuita come tipologia prevalente "Parchi e Natura", sono stati 1.476.809, mentre le presenze sono state 7.342.315, per cui la permanenza media: rapporto tra presenze e arrivi, è stata pari a 5 giorni. Rapportati al movimento totale di turisti stranieri per le presenze questi valori rappresentano il 3,8% degli arrivi e il 5% delle presenze.
Volendo allargare l'analisi anche alla componente domestica, in riferimento alla ricettività ufficiale: alberghiera e complementare, dobbiamo dire che essa ha fatto registrare per lo stesso periodo un livello che si avvicina ai 29,2 milioni di presenze, che rappresentano il 75% delle presenze totali nelle aree protette, pari a 36,5 milioni di presenze, mentre le presenze straniere rappresentano il 25%.
I dati finora considerati non hanno fatto riferimento alla ricettività cosiddetta non ufficiale: specialmente quella delle seconde case, molto diffusa nelle aree protette (si veda più avanti il paragrafo n. 10 per una stima sul dimensionamento quantitativo di tale componente). Considerando anche questo flusso turistico le presenze complessive raggiungono un livello di quasi 82 milioni, capace di generare una spesa per consumi turistici di 5,4 miliardi di €, pari al 6,7% degli 80,2 miliardi di spesa per consumi turistici a livello nazionale, alla quale corrisponde un valore aggiunto direttamente attivato di 2,3 miliardi di €, in grado di attivare una occupazione di 102.000 unità di lavoro[16].

***Il turismo natura negli ultimi due anni e la previsione per il 2004***

9- Nel 2002 i dati rilevati fanno registrare variazioni aumentative significative. Gli arrivi salgono a 1.709.603 e le presenze a 8.566.754 con un $\Delta$ positivo del 15,8% per gli arrivi e del 16,7% per le presenze. La permanenza media è rimasta sostanzialmente invariata attestandosi intorno alle 5 giornate. Nella classificazione delle tipologie prevalenti delle località turistiche il segmento Parchi e Natura è quello che fa registrare le variazioni più elevate sia per gli arrivi sia per le presenze, contrastato specie per le presenze dal turismo enogastronomico che mette a segno *performance* di tutto rilievo.

Tabella III

**Arrivi, presenze e variazioni per nazionalità di provenienza negli anni 2001, 2002 e 2003**

| Nazionalità di provenienza | Parchi e Natura arrivi 2001 | Parchi e Natura arrivi 2002 | Parchi e Natura arrivi 2003* | •% arrivi 02/01 | •% arrivi 03*/02 | Parchi e Natura presenze 2001 | Parchi e Natura presenze 2002 | Parchi e Natura presenze 2003* | •% pres. 02/01 | •% pres. 03*/02 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Germania | 651.467 | 763.966 | 888.319 | + 17,3 | + 16,3 | 3.706.744 | 4.333.459 | 5.060.738 | + 16,9 | + 16,8 |
| Francia | 127.992 | 158.021 | 163.396 | + 23,5 | + 3,4 | 532.574 | 636.929 | 629.660 | + 19,6 | - 1,1 |
| Regno Unito | 94.769 | 110.000 | 120.470 | + 16,0 | + 9,5 | 450.058 | 492.504 | 545.110 | + 9,4 | + 10,7 |
| Svizzera | 81.007 | 103.367 | 112.172 | + 27,6 | + 8,5 | 362.901 | 466.088 | 489.861 | + 28,4 | + 5,1 |
| Austria | 65.636 | 81.725 | 94.455 | + 24,5 | + 15,6 | 239.959 | 305.220 | 334.813 | + 27,2 | + 9,7 |
| Olanda | 64.063 | 73.150 | 84.828 | + 14,2 | + 16,0 | 400.149 | 434.850 | 510.169 | + 8,7 | + 17,3 |
| USA | 45.159 | 47.010 | 60.993 | + 4,1 | + 30,0 | 126.593 | 138.235 | 174.598 | + 9,2 | + 26,3 |
| Belgio | 39.612 | 46.620 | 52.252 | + 17,7 | + 11,2 | 189.126 | 210.917 | 237.286 | + 11,5 | + 12,5 |
| Polonia | 24.660 | 26.513 | 32.346 | + 7,5 | + 22,0 | 95.480 | 120.540 | 131.671 | + 26,3 | + 9,2 |
| Spagna | 21.980 | 28.568 | 33.776 | + 30,0 | + 18,3 | 59.692 | 73.822 | 87.441 | + 23,7 | + 18,5 |
| Svezia | 11.586 | 14.473 | 16.941 | + 25,1 | + 17,1 | 48.191 | 56.268 | 70.564 | + 16,8 | + 25,4 |
| Danimarca | 11.263 | 12.019 | 13.534 | + 6,7 | + 12,6 | 56.718 | 57.208 | 64.603 | + 0,9 | + 12,9 |
| Giappone | 10.631 | 17.515 | 20.888 | + 64,8 | + 19,3 | 25.144 | 36.879 | 46.004 | + 46,8 | + 24,8 |
| Russia | 9.621 | 12.108 | 15.714 | + 25,8 | + 29,8 | 32.585 | 40.746 | 53.692 | + 25,1 | + 31,8 |
| Cina | 6.575 | 8.940 | 8.516 | + 36,0 | - 4,7 | 16.092 | 23.768 | 22.702 | + 48,0 | - 4,5 |
| Canada | 5.988 | 7.763 | 9.550 | + 29,6 | + 23,0 | 16.443 | 20.920 | 27.016 | + 27,3 | + 29,2 |
| Australia | 4.942 | 6.073 | 7.064 | + 22,9 | + 16,3 | 18.103 | 21.633 | 25.969 | + 19,5 | + 20,1 |
| Brasile | 4.670 | 5.671 | 7.553 | + 21,4 | + 33,2 | 20.004 | 22.632 | 31.098 | + 13,1 | + 37,5 |
| Corea | 1.648 | 2.537 | 3.028 | + 53,9 | + 19,4 | 4.282 | 6.744 | 7.696 | + 57,5 | + 14,1 |

*fonte: nostra elaborazione su dati ENIT, marzo 2004* ** stime ENIT marzo 2004*

La tabella III evidenzia nel dettaglio i dati relativi agli arrivi e alle presenze e alle variazioni negli anni 2001, 2002 e 2003 per alcune nazionalità di provenienza.
Dalla tabella vediamo il forte incremento sia degli arrivi sia delle presenze di tutte le nazionalità di provenienza dei turisti. E' il Giappone che nel 2002 fa registrare la variazione più elevata per gli arrivi rispetto all'anno precedente: + 64,8%, seguito dalla Corea: + 53,9%, dalla Cina: + 36,0% e dal Canada: 29,6%. La Germania, che rappresenta il Paese più importante per tale segmento turistico, invece fa registrare la variazione in valore assoluto più elevata: + 112.499 arrivi, seguita dalla Francia: + 30.029. In riferimento invece alle presenze è la Corea che mette a segno il rialzo percentuale maggiore: + 57,5%, seguita dalla Cina: + 48,0% e dal Giappone: + 46,8%. La Germania per le presenze fa registrare in termini percentuali "solo" un + 16,9%, ma in valore assoluto l'aumento delle presenze è pari a 626.715.

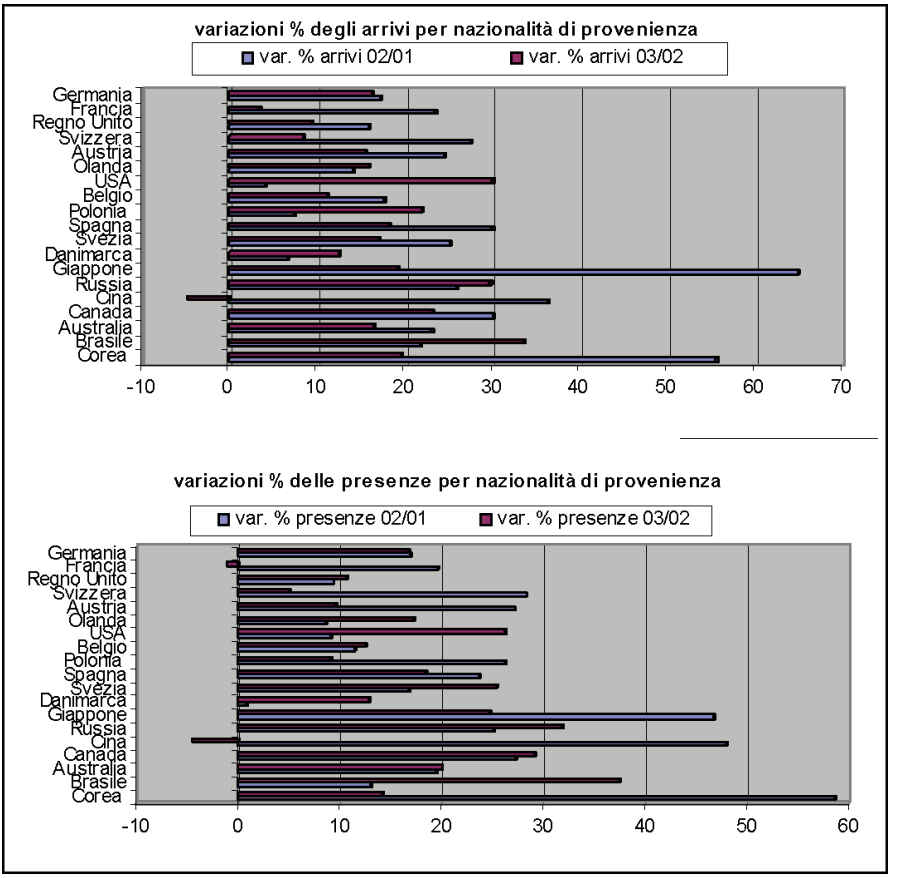


*Grafico II*

Nel 2003 i dati di consuntivo: ancora provvisori, del fenomeno turistico generale lasciano spazio a un cauto ottimismo almeno per alcuni segmenti particolari. Tra questi certamente il segmento Parchi e Natura che dovrebbe, secondo le stime dell'ENIT, far registrare 2.011.273 arrivi e 9.441.736 presenze mettendo a segno un Δ positivo, rispetto all'anno precedente, del 17,6% per gli arrivi e del 10,2% per le presenze. E' il Brasile che nel 2003 ha conseguito la variazione più elevata per gli arrivi rispetto all'anno precedente: + 33,2%, seguito dagli USA: + 30,0%, dalla Russia: + 29,8% e dal Canada: 23,0%. La Cina è l'unico paese che nel 2003 ha fatto registrare una variazione negativa: - 4,7%. La Germania invece fa sempre registrare la variazione in valore assoluto più elevata: + 124.353 arrivi, seguita dagli USA: + 13.983. Pure in riferimento alle presenze è il Brasile che mette a segno il rialzo percentuale maggiore: + 37,5%, seguita dalla Russia: + 31,8% e dal Canada: + 29,2%. La Germania per le presenze fa registrare in termini percentuali "solo" un + 16,8%, ma in valore assoluto evidenzia un incremento di presenze pari a + 727.279. Anche se può apparire forse ridondante, vogliamo rimarcare il forte "peso" e la grande importanza dei

flussi turistici tedeschi della componente estera del movimento turistico. E' opportuno che l'ENIT, come d'altronde ha già fatto in passato, tenga un occhio di riguardo verso tale mercato cercando di anticiparne le linee evolutive, le esigenze, i gusti e i bisogni particolari onde farvi fronte in maniera tempestiva. La Francia e la Cina invece nel 2003 hanno visto diminuire le presenze rispettivamente del – 1,1% e del – 4,5%.
Il movimento turistico italiano invece ha accusato una certa flessione quantizzabile in un Δ negativo pari al – 1,2% per gli arrivi e al – 1,3% per le presenze, dovuta sia al calo della componete estera, pari al - 5,8% per gli arrivi e al – 5,3% per le presenze, sia alla diminuzione dei flussi domestici relativi però solo alle presenze: – 0,7%, in quanto gli arrivi hanno fatto registrare un aumento del + 2,6%[17]. Secondo le stime dell'ENIT invece il movimento turistico italiano nella componente estera ha fatto registrare variazioni positive, di più per le presenze che hanno messo a segno un Δ positivo pari all'incirca al 7%[18]. Questo, se confermato, ci è di grande conforto specie se pensiamo che molti paesi stanno trovando grandi difficoltà nel campo turistico. I nostri cugini francesi hanno accusato, secondo le stime del Governo di Parigi, un calo della componente estera dei flussi turistici del 2,6% Anche per il 2004 le previsioni sono improntate a una forte cautela. Diverse sono le variabili di natura economica e non economica che giocano in tale direzione. All'emergenza terrorismo si abbinano i massicci investimenti sia per attività promozionali sia per la costruzione di strutture alberghiere di alta qualità: nei prossimi anni nei Paesi mediterranei verranno realizzate ben 450.000 nuove camere d'albergo, dei nostri concorrenti, per non sottacere del problema dell'aliquota IVA che dovrebbe subito essere abbassata al 10% per non far trovare spiazzata la nostra offerta turistica. Il tour operator tedesco Dertour ha stimato che una camera d'albergo a quattro stelle a Venezia costa 110 €, mentre la stessa a Parigi può essere occupata pagando 100 €. Ma anche il rincaro dei prezzi dei pacchetti vacanza italiani, valutabile secondo l'ISTAT in un + 7,1%, non gioca a favore di un 2004 positivo per i flussi turistici. Il tour operator tedesco Neckermann ha valutato che una settimana a luglio in una destinazione balneare con trattamento di mezza pensione costa 499 € ad Hammamet in Tunisia, 590 € a Maiorca e 762 € a Tropea in Calabria. L'altro gigante tedesco TUI ha calcolato, sempre per la stessa tipologia di vacanza, 420 € per due settimane a luglio in Costa Brava, mentre se si preferisce stare in Puglia bisogna spendere 812 €. Tale situazione è anche registrata dal Wttc: acronimo di World travel & tourism council, che ha posto l'Italia all'11° posto della classifica mondiale della competitività in campo turistico.

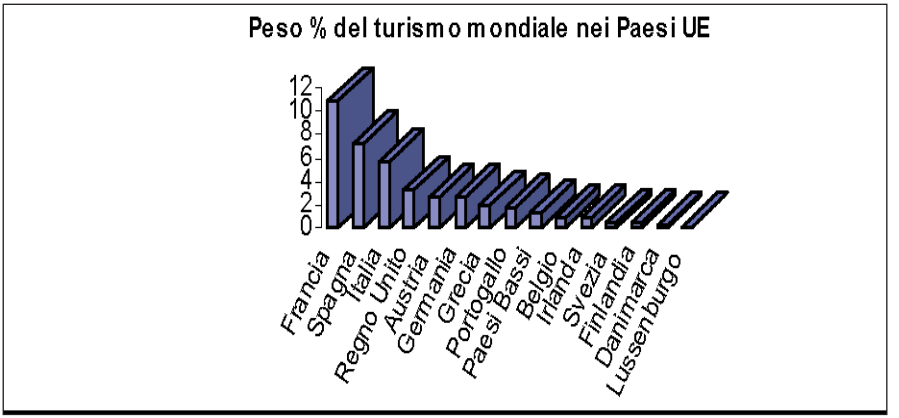


*Grafico III - fonte: nostra elaborazione su dati ENIT, marzo 2004*

Nonostante tale contesto il comportamento previsionale del segmento turistico Parchi e Natura è ancora improntato a un trend positivo, anche nella componente estera della domanda. Il grafico IV visualizza la domanda non organizzata, relativa all'anno appena passato, in continua crescita, dei nostri parchi nazionali sui mercati esteri dove sono presenti delegazioni ENIT. Abbiamo tenuto conto del numero delle citazioni dei parchi fatte dalle delegazioni ENIT e dell'importanza o "peso" dei parchi nazionali stessi sui mercati esteri. Nei paragrafi a venire sono evidenziati altri elementi, sia relativi all'offerta dei parchi sia relativi alla loro domanda da parte dei tour operator, che fanno ben sperare anche per la componente domestica dei flussi turistici nel segmento Parchi e Natura.

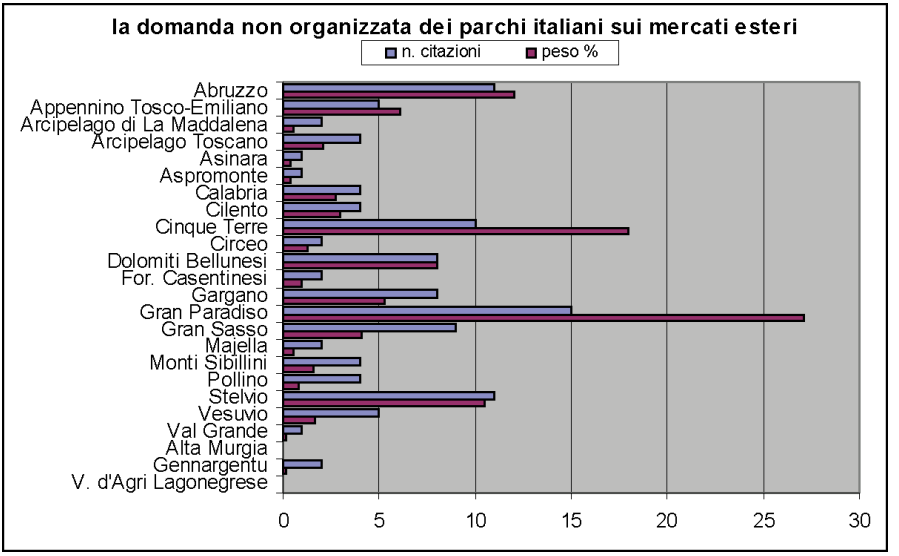


*Grafico IV - fonte: nostra elaborazione sui dati dei questionari "Natura e Parchi" delle Delegazioni estere dell'ENIT, marzo 2004.*

E' il Parco Nazionale del Gran Paradiso che fa registrare sia il maggior numero di citazioni nei Paesi nei quali operano le Delegazioni Estere dell'ENIT sia il maggior peso %, seguito come numero di citazioni dal Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise e dal Parco Nazionale dello Stelvio, mentre come peso % della domanda non organizzata il Parco Nazionale delle Cinque Terre precede il Parco Nazionale d'Abruzzo. I due parchi storici italiani: il Parco Nazionale del Gran Paradiso e il Parco Nazionale d'Abruzzo, creati fin dai primi Anni Venti del secolo scorso, sono quindi quelli che esercitano il maggiore *appeal* sui mercati esteri.

### *L'offerta dei parchi naturali e delle altre aree protette*

10- Volendo ora passare ad analizzare il questionario distribuito dall'Osservatorio Permanente del Turismo Natura ai responsabili dei parchi nazionali e regionali e delle riserve naturali e marine, risulta che il frequentatore delle aree protette è per lo più giovane o giovanissimo, dato che

le classi di età più frequenti sono quelle 0-30 e 30-60, mentre molto ridotta è la classe di età "oltre i 60".
Per ciò che riguarda il livello di istruzione dei visitatori delle aree protette dobbiamo dire che la classe "media superiore" è quella più frequente: 37,8%, seguita dalla classe "elementare/media inferiore": 29,7% e dalla "laurea": 21,6%. Fanalino di coda è la classe "senza titolo di studio": 10,8%. Non ci sono invece sostanziali differenze, come pure rilevammo nello scorso Rapporto, quando andiamo a distinguere i frequentatori in "famiglie", "gruppi organizzati" e "gite scolastiche". La tipologia "famiglie" fa registrare il 31,2%, mentre i "gruppi organizzati" fanno registrare il 32,8% e la tipologia "gite scolastiche" il 36%. Il grafico V ne dà una immediata visualizzazione.

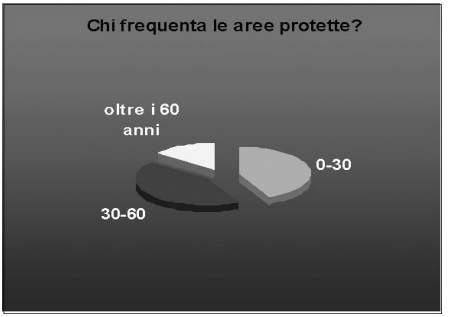

*Grafico V*

Molto interessanti sono i dati relativi alle strutture ricettive utilizzate dai turisti dei parchi. Gli alberghi e pensioni rappresentano di gran lunga la soluzione ricettiva preferita con il 42,3%, valore comunque inferiore a quello registrato l'anno passato: 48,2%. Seguono a una certa distanza gli appartamenti/case private: 22,3%, in leggero aumento rispetto alla precedente rilevazione: 21,2%, e questo mette in evidenza il forte peso di tale componente ricettiva non ufficiale ponendo nel contempo il problema della sua misurazione non solo dal punto di vista degli arrivi e delle presenze, ma anche sotto l'aspetto degli effetti di attivazione della spesa turistica generata da tale componente all'interno dei parchi o distribuita fuori dal loro territorio. Seguono poi i *bed & breakfast* con il 11,8%, i campeggi con il 11,5%, le foresterie con il 5,0%, i camper con il 4,4%, gli agriturismo con l'1,8%, gli ostelli con lo 0,3% e le altre forme di ricettività con lo 0,6%. Il grafico VI visualizza la situazione ora descritta.

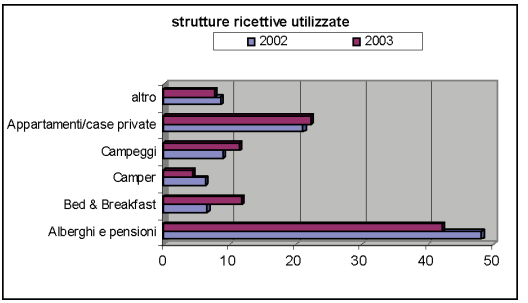


*Grafico VI*

L'analisi della provenienza dei turisti evidenzia che essa è in maggioranza regionale: 54,1%, mentre per il 34,1% è italiana, per il 9,7% è europea e solo nel 2,1% dei casi è formata dal resto del mondo. Se però facciamo una distinzione tra parchi nazionali e parchi regionali/riserve naturali e marine vediamo che i valori si modificano di molto. Così nei parchi nazionali abbiamo che la provenienza è per il 12,9% regionale, mentre per il 72% è nazionale, per il 15,2% è europea e per il 2,8% è del resto del mondo. È probabile che la maggiore notorietà e visibilità dei parchi nazionali fuori dagli ambiti prettamente regionali sia una delle ragioni più importanti di tale diversità di valori.

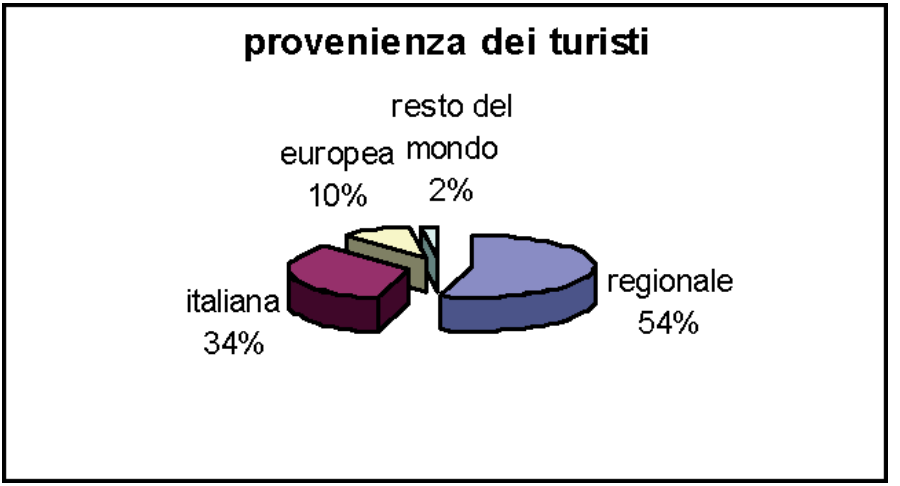


*Grafico VII*

Per ciò che riguarda l'analisi del tempo di permanenza nelle aree protette dobbiamo evidenziare che i valori si discostano anche in maniera sensibile secondo se facciamo riferimento ai parchi nazionali o ai parchi regionali e riserve naturali e marine.
"2 giorni" rappresentano il tempo di permanenza più frequente: 40,7% se conduciamo l'analisi in riferimento ai soli parchi nazionali, seguiti da "1 settimana" con il 17,7%, da "3 giorni" con il 17,5%, "1 giorno" con il 15,0% e da "oltre 1 settimana" con il 9,1%. Se facciamo invece riferimento ai parchi regionali vediamo che "1 giorno" è il tempo di permanenza più utilizzato dai loro frequentatori: 45,3%, seguito da "3 giorni" con il 16,1%, da "2 giorni" con 15,3%, da "oltre 1 settimana" con l'11,6%, da "1 settimana" con 10,0% e da "altro" con l'1,7%. Anche in riferimento alle riserve naturali e marine il tempo di permanenza si avvicina molto ai livelli registrati dai parchi regionali. Infatti è "1 giorno" il tempo di permanenza più utilizzato, seguito da "2 giorni" con il 24,9%, da "oltre 1 settimana" con il 17,1%, da "1 settimana" con il 4,9% e da 3 giorni con l'1,2%. Tale diversità di risultati è spiegabile probabilmente con il fatto che i visitatori dei parchi nazionali provengono, come abbiamo prima visto, da località più distanti rispetto ai visitatori dei parchi regionali, per cui una volta raggiunta la destinazione vi rimangono più tempo. Considerando invece le aree protette come un "unicum" i valori che registriamo risultano per "1 giorno" pari al 44,7%, per "2 giorni" pari al 21,5%, per "3 giorni" del 10,9%, per "1 settimana" del 10,6%, per "oltre 1 settimana" del 11,1% e "altro" dell'1,2%. Il grafico VII visualizza tale ultima situazione.

*Grafico VIII*

I visitatori che vogliono godere dei parchi svolgono durante la loro permanenza varie attività, preferendo in primo luogo l'escursionismo con un indice di gradimento del 53,7%, praticare attività sportive: mountain bike, trekking, equitazione, birdwatching, sci e climbing in un ordine di preferenza: con il 16,8%, godere dei sapori, dei profumi e degli aromi dei prodotti tipici dell'enogastronomia con l'11,9%, riscoprire le antiche tradizioni con l'8,6% e "altro": insieme di attività che sono possibili perché connaturate con il tipo di ambiente naturale al quale si combinano: attività didattiche, educative, ricreative, nautiche ecc., con il 9,0%. Rispetto all'anno passato si registra una sostanziale uguaglianza nel livello dei valori. Il grafico IX bene lo evidenzia.

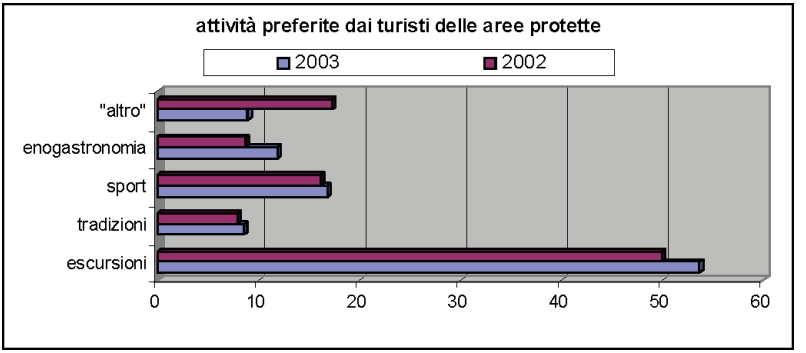


*Grafico IX*

Per ciò che riguarda i pareri dei turisti delle aree protette in riferimento alla "viabilità", alla "segnaletica" ai "servizi al turista", ai "prezzi" e agli "eventi", si evidenzia in generale un giudizio positivo. In particolare la "viabilità" fa registrare un giudizio sufficiente nel 65% dei casi e buono nel restante 35%; la "segnaletica" sufficiente nel 50%, buono nel 36% e insufficiente nel 14% dei casi; i servizi al turista fanno registrare un giudizio sufficiente nel 41% e buono nel 59% dei casi; i "prezzi" sono sufficienti nel 50%, buoni nel 37% e insufficienti perché cari nel 13% dei casi; gli"eventi" infine sono sufficienti nel 62%, buoni nel 29% e insufficienti nel 9% dei casi.
Da ultimo, ma non certamente per la poco importanza: anzi!, l'analisi dell'andamento dei flussi turistici nel 2003 ha evidenziato una crescita notevole del turismo natura. Dal questionario compila-

to dai gestori dei parchi e delle altre aree protette naturali e marine si evince che il flusso dei visitatori è in aumento per il 71,0% e stabile per il restante 29,0%. Stessi risultati all'incirca registriamo quando passiamo a chiedere una previsione dei flussi turistici per l'anno in corso. I gestori dei parchi prevedono un aumento del turismo natura nel 70,7% dei casi, mentre nel 27,3% la previsione è per una sostanziale stabilità e solo in lieve misura si prevede una diminuzione: 3,0%. Tali risultati sono in linea con il nostro pensiero, come ripetutamente evidenziato in queste pagine.

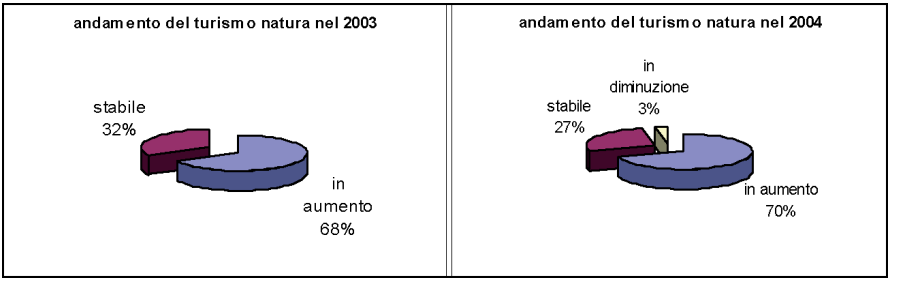


*Grafico X*

***La domanda organizzata nazionale***

11- L'analisi dei dati del questionario proposto ai tour operator domestici, evidenzia da una parte quanto sia stata consistente la loro partecipazione alla nostra indagine e dall'altra una loro particolare sensibilità verso il turismo natura e le sue problematiche.
Alla prima domanda "Cosa si intende per turismo natura?" la risposta non è stata per niente univoca. I "parchi-aree protette" sono stati indicati dal 36% degli operatori, seguiti dal "turismo rurale" con il 24%, dall'agriturismo con il 20%, dal "mare-riserve marine" con il 12% e dalla montagna con l'8%. Tale situazione mette in luce una certa confusione, come d'altronde rilevammo anche nel precedente Rapporto, dei T.O. quando sono invitati a cercare di definire l'area di tale segmento turistico e rimarca la necessità di procedere alla ricerca della individuazione di un sistema di principi di valutazione del fenomeno che consenta di identificare e di comparare, anche a livello internazionale, sia il turismo natura che si sviluppa tra i singoli paesi sia quello che si sviluppa all'interno di uno stesso paese.

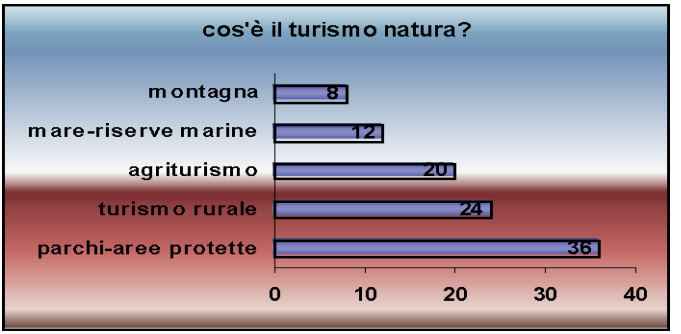


*Grafico XI*

Quasi tutti i T.O. hanno inserito nei loro cataloghi pacchetti turistici incentrati in un modo più o meno diretto sul turismo natura: 92%. Il 64% addirittura in misura maggiore rispetto al catalogo precedente e solo il 7% con un peso inferiore.
In riferimento all'andamento della domanda di turismo natura nell'ultimo anno, i T.O. intervistati hanno potuto constatare un aumento dei flussi turistici nel 64,4% dei casi, una stabilità nel 28,6% e una diminuzione solo nel 7%. Risultati ancora più positivi registriamo quando passiamo a chiedere una previsione dei flussi turistici per il prossimo anno. I T.O. prevedono un aumento del turismo natura nell'85,7% dei casi, mentre nel 14,3% la previsione è per una sostanziale stabilità. Non ci sono operatori nazionali che prevedono un calo dei flussi turistici nel segmento Parchi e Natura. Tali risultati rimarcano, semmai ce ne fosse ancora bisogno, il peso e l'importanza che in futuro il turismo natura potrà rivestire nell'ambito del fenomeno turistico generale che quindi può rappresentare lo strumento per uno sviluppo economico: speriamo sostenibile, endogeno e duraturo di molte regioni.

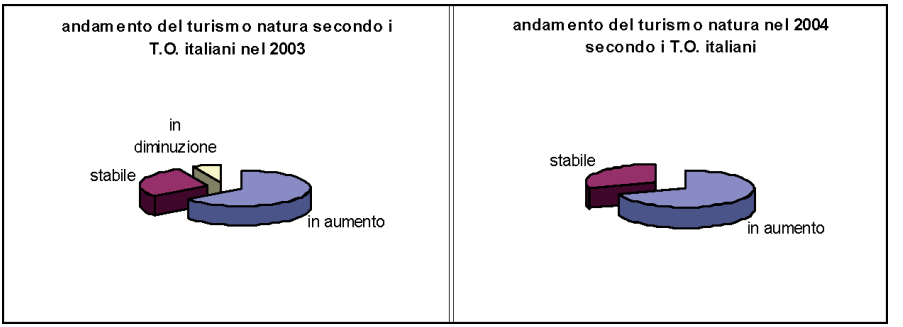


*Grafico XII*

I motivi che portano i turisti a scegliere il turismo natura per le loro vacanze sono secondo i T.O. da ricercare nel "relax, tranquillità" e nel "territorio, ambiente" che raggiungono ciascuno, in una scala di riferimento ideale pari a 100, 71 indicazioni (ricordiamo che i T.O. potevano esprimere più indicazioni), seguiti dal "conoscere le tradizioni culturali, folkloristiche, enogastronomiche" con 43 indicazioni, dall'"ospitalità, disponibilità della gente del luogo" con 29 indicazioni e con 14 indicazioni dal "poco conosciuto, difficile da raggiungere". Il basso livello di quest'ultima indicazione ci conferma quanto il turismo natura sia un segmento di mercato conosciuto, privo di ostacoli di sorta nel raggiungimento della destinazione dove poterlo fruire.

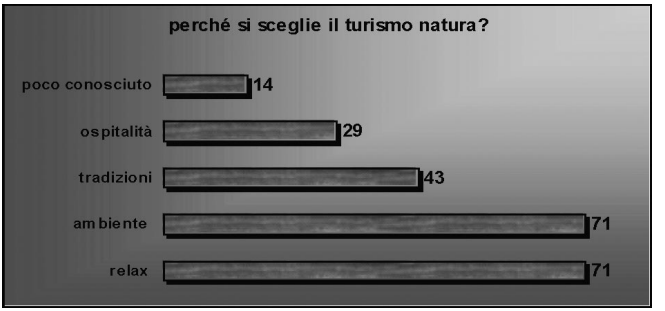


*Grafico XIII*

In riferimento alle aspettative e alle motivazioni di coloro che scelgono il turismo natura i T.O. domestici hanno evidenziato innanzitutto il desiderio di "vivere a contatto con la natura": 100 indicazioni su 100, poi la possibilità di "praticare sport e attività all'aria aperta": 88 indicazioni, con, in ordine di importanza, il mountain bike, il trekking, l'equitazione, il birdwatching, lo sci, il parapendio, il caving e il climbing, la possibilità di frequentare luoghi poco affollati: 57 indicazioni, la possibilità di usufruire di "prezzi modici": 43 indicazioni, e infine il "desiderio di libertà: 36 indicazioni.

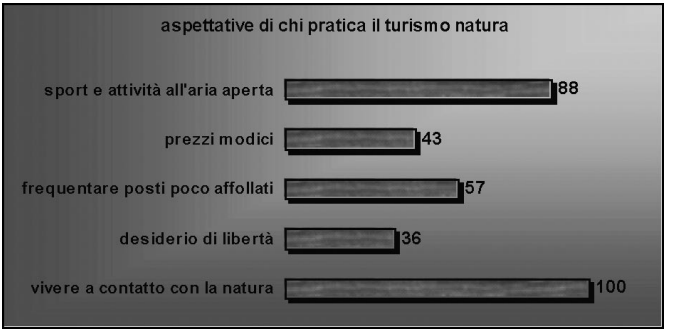


*Grafico XIV*

Un problema sul quale riflettere per cercare se non di eliminarlo almeno di alleviarlo, è quello relativo all'informazione nell'ambito del segmento del turismo natura, la quale risulta fortemente insufficiente. Rispetto alla situazione che rilevammo l'anno passato l'insufficienza dell'informazione si è ancora di più accentuata tant'è che è passata dal 79% del 2002 all'86% del 2003%. Tale carenza deve molto far riflettere gli addetti ai lavori sia in relazione all'efficacia delle azioni di comunicazione finora utilizzate sia sulla scelta delle future strategie da intraprendere per cercare di ridurre il problema.

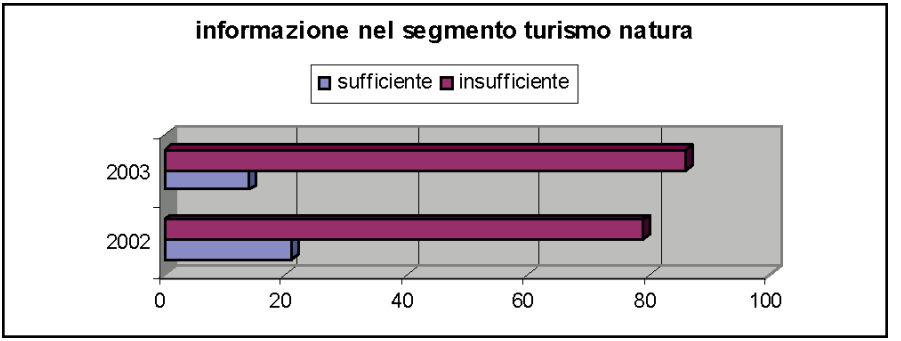


*Grafico XVa*

Una conferma al fatto che il turismo natura sia proprio un turismo per tutti: di più però per i giovani, la possiamo vedere nelle risposte date dai T.O. domestici alla domanda relativa al target. La loro offerta è indirizzata infatti sia alla categoria "giovani": 52%, sia a quella dei cosiddetti "over 65": 17%, sia alle famiglie: 31%. Coloro che godono il turismo natura hanno come livello di istru-

zione la laurea: 42%, la media superiore: 48%, e la media inferiore/licenza elementare: 10%. La capacità di spesa dei nostri turisti è "media" nel 70% dei casi, "alta" nel 20% e "bassa" nel 10% dei casi.

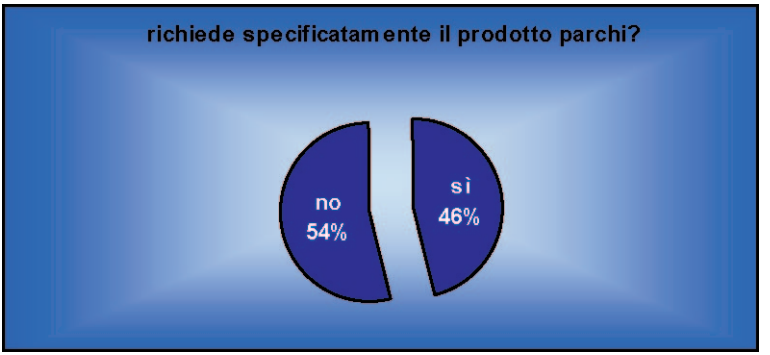


*Grafico XVb*

Il turista domestico non richiede specificatamente il "prodotto parchi" nel 54% dei casi, mentre lo richiede per la parte restante. Tale situazione fa bene il paio con quella relativa all'informazione sul turismo natura. I turisti possono non richiedere specificatamente il "prodotto parchi" a causa di una insufficiente informazione del segmento Parchi e Natura. Quando invece il turista richiede specificatamente il "prodotto parchi" le preferenze cadono innanzitutto sui parchi storici: il Parco Nazionale d'Abruzzo e il Parco Nazionale del Gran Paradiso. Ma anche i parchi delle Cinque Terre, dell'Etna, del Gran Sasso, della Majella, della Maddalena, dello Stelvio, delle Foreste Casentinesi e dell'Arcipelago Toscano sono molto richiesti dai turisti.

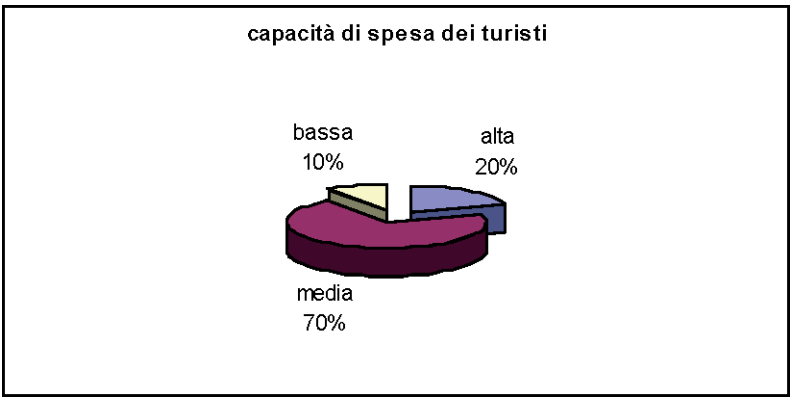


*Grafico XVI*

***La domanda organizzata estera***

12- Anche i T.O. esteri: tedeschi e inglesi per lo più, alla domanda "Cosa si intende per turismo natura?" hanno dato risposte per niente univoche. La montagna è stata indicata dal 24% degli operatori, seguita dall'agriturismo con il 23,2%, dal "mare-riserve marine" con il 22%, dal "turismo rurale" con il 15,4% e dai "parchi-aree protette" pure con il 15,4%. Tale situazione mette in luce una certa confusione dei T.O. esteri, come d'altronde abbiamo rilevato anche per i T.O. domestici, quando sono invitati a cercare di definire l'area di tale segmento turistico.

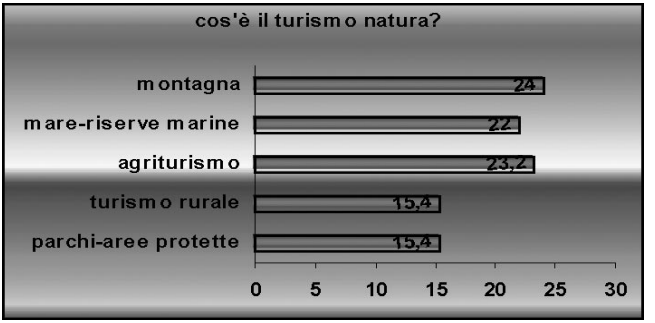


*Grafico XVII*

Tutti i T.O. che hanno risposto al nostro questionario hanno inserito pacchetti turistici "natura" nel loro ultimo catalogo. Il 60% in misura maggiore rispetto all'anno precedente. Tale comportamento è la conseguenza dell'aumento della domanda organizzata del segmento Parchi e Natura nei mercati inglese e tedesco che ha messo a segno, secondo i dati dei questionari, un $\Delta$ positivo nel 2003 dell'80% e anche nell'anno in corso manterrà la stessa tendenza, anche se di livello leggermente inferiore: 75%.
I risultati ora evidenziati bene fanno il paio con i dati definitivi e quelli provvisori che abbiamo esposto nella tabella III che parlano di un aumento degli arrivi tedeschi nel 2002 del 17,3% e nel 2003 del 16,8%, mentre le presenze negli stessi archi temporali sono aumentate rispettivamente del 16,9% e 16,8%; invece gli arrivi inglesi sono aumentati nel 2002 del 16,0% e le presenze del 9,5%, mentre nel 2003 le stesse componenti sono aumentate rispettivamente del 9,4% e del 10,7%. Anche i dati previsionali relativi all'anno in corso, esposti nel par. 9, bene si sposano con quelli fatti dai T.O. esteri sull'andamento dei flussi turistici del segmento Parchi e Natura.

*Grafico XVIII*

Ma perché i turisti stranieri scelgono in misura sempre più copiosa il turismo natura? I motivi che portano i turisti a scegliere il turismo natura per le loro vacanze secondo i T.O. esteri sono da ricercare nel "conoscere le tradizioni culturali, folkloristiche, enogastronomiche" e nel "territorio, ambiente" che raggiungono, in una scala di riferimento ideale pari a 100, ciascuna 80 indicazioni (ricordiamo che i T.O. potevano esprimere più indicazioni), seguiti dal "relax, tranquillità" con 60 indicazioni, dall'"ospitalità, disponibilità della gente del luogo" con 40 indicazioni e con 20 indicazioni dal "poco conosciuto, difficile da raggiungere". Il basso livello di quest'ultima indicazione ci conferma quanto il turismo natura sia un segmento di mercato conosciuto, privo di ostacoli di sorta nel raggiungimento della destinazione dove poterlo fruire.

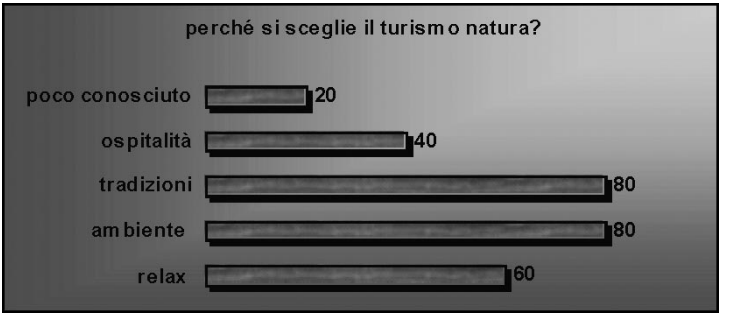


*Grafico XIX*

In riferimento alle aspettative e alle motivazioni di coloro che scelgono il turismo natura i T.O. esteri hanno evidenziato dapprima il "desiderio di libertà": 80 indicazioni su 100, poi la possibilità di "praticare sport e attività all'aria aperta": 60 indicazioni, con in ordine di importanza il mountain bike, il trekking, l'equitazione, il birdwatching, il parapendio, il caving, lo sci e il climbing, la possibilità di frequentare luoghi poco affollati: 60 indicazioni, il desiderio di "vivere a contatto con la natura: 60 indicazioni, e infine la possibilità di usufruire di "prezzi modici": 20 indicazioni.

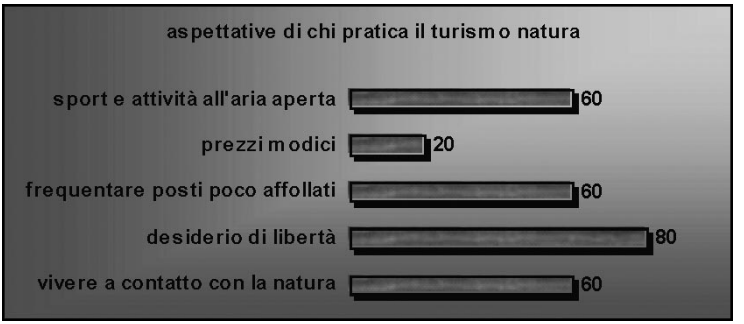


*Grafico XX*

Meno drastici, rispetto ai T.O. italiani, sono i giudizi che i T.O. esteri danno a proposito dell'informazione nel settore di nostro riferimento che viene ritenuta insufficiente "solo" nel 60% dei casi.

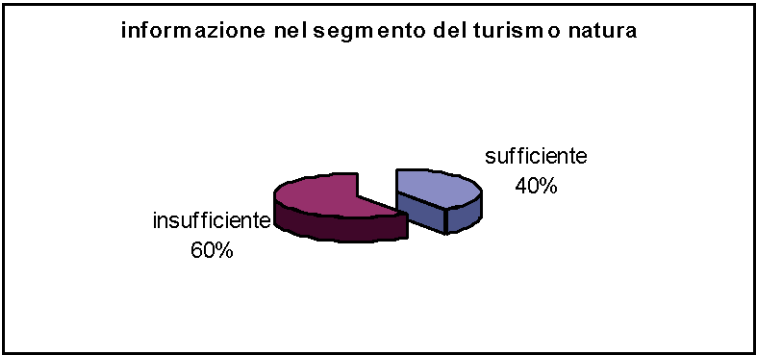


*Grafico XXI*

Una conferma al fatto che il turismo natura sia proprio un turismo per tutti la possiamo vedere nelle risposte date dai T.O. esteri alla domanda relativa al target. La loro offerta è indirizzata infatti parimenti sia alla categoria "giovani": 33,3%, sia a quella dei cosiddetti "over 65": 33,3%, sia alle famiglie: 33,3%. Coloro che godono il turismo natura hanno come livello di istruzione principalmente la laurea: 50%, la media superiore: 33,3%, e la media inferiore/licenza elementare: 16,7%. La capacità di spesa dei turisti esteri è "media" nel 66,6% dei casi e "alta" nel restante 33,3%.

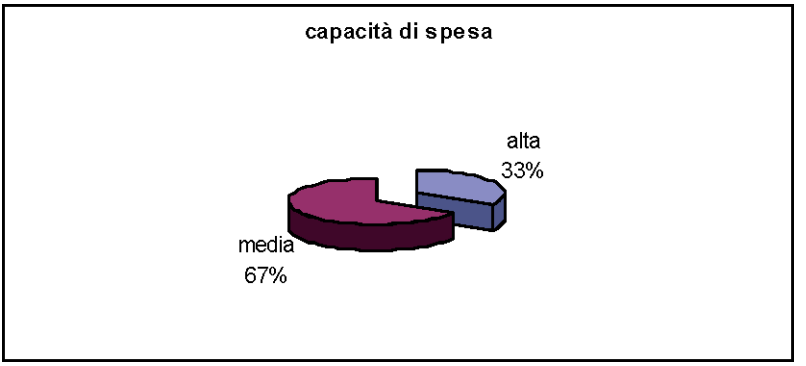


*Grafico XXII*

Il turista straniero infine non richiede specificatamente il "prodotto parchi".

NOTE

[1] Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio, *Elenco Ufficiale delle Aree Naturali Protette*, quarto aggiornamento, 10 maggio 2002.
[2] Cfr.: Ulderico Bernardi, *Il paesaggio e le culture locali*, in "Un Paese spaesato, Rapporto sullo stato del paesaggio italiano", a cura del "Comitato per la Bellezza" e "Centro Studi TCI".
[3] CTS Centro Turistico Studentesco e Giovanile, 2004 *ecotraveller viaggiatori per natura*, pag. 1.
[4] CTS News, Giornale del Centro Turistico Studentesco e Giovanile, n. 1 febbraio 2004, pag. 7.
[5] L'indagine, che si riferisce ad un campione rappresentativo di 300 tour operator sui 2.500 che trattano l'Italia, è stata presentata dall'ISNART (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche) a BIT Milano 2004 il 14 febbraio.
[6] ISNART, indagine citata, pag. 12.
[7] ENIT Italia 2003, *Mercato Mondiale Indagine Delegati Esteri*, Trimestrale dell'Ente Nazionale Italiano per il Turismo, dicembre 2003, n. 15, pag. 38.
[8] Questionario "Natura e Parchi", Italian State Tourist Board, Delegation for Japan, Asia e Oceania, marzo 2004.
[9] L'approccio speculativo l'abbiamo utilizzato anche nei paragrafi 11 e 12 quando abbiamo chiesto ai T.O domestici ed esteri giudizi sull'andamento futuro della domanda organizzata di turismo natura. Ora è solo accennato.
[10] Il 14 e 15 febbraio alla BIT 2004 di Milano furono intervistati 54 tour operator tra i più importanti a livello nazionale, i quali, alla domanda "Quali sono secondo lei i punti di forza della destinazione Abruzzo?" risposero individuando per il 50% nella "natura/parchi" il maggiore punto di forza della "destinazione Abruzzo. Tale risultato risulta rafforzato dalle risposte a quest'altra domanda "Quali secondo lei di questi termini più si addice all'Abruzzo?" che vedono l'"Abruzzo regione dei parchi" quale citazione più frequente con 29 preferenze, seguita dall'"Abruzzo regione verde" con 27 citazioni.
[11] Indice di vecchiaia = popolazione > 65 anni / popolazione < 14 anni ¥ 100
[12] Indice di dipendenza = (popolazione > 65 anni + popolazione < 14 anni) / popolazione 14 – 65 anni ¥ 100
[13] Indice della popolazione giovane = popolazione < 14 anni / popolazione totale ¥ 100
[14] WWF, 1995, I parchi nazionali, Edizioni Ambiente, Milano.
[15] www.Parks.it, Per una politica dell'Unione Europea verso le aree protette -2003-.
[16] S. Polci, R Gambassi, *Il turismo nei parchi*, in "Rapporto sul Turismo Italiano XII Edizione", Mercury S.r.l., Firenze 2003, pag. 518.
[17] www.ISTAT.it, Dipartimento delle Statistiche Economiche, Direzione Centrale delle Statistiche Congiunturali, Servizio SCOD/D, *Movimento turistico in Italia nel complesso degli esercizi ricettivi*, anno 2002 (dati definitivi) e anno 2003 (31/10 dati provvisori), 2 aprile 2004.
[18] Si veda, in questo Secondo Rapporto sul Turismo Natura, il contributo di Luciano Bullo.