

“Piano Pluriennale Economico e Sociale per la promozione delle attività compatibili” del Parco nazionale Appennino toscano-emiliano”



Indice

0. PREMESSA.....	4
0.1. Il piano pluriennale economico sociale per la promozione delle attività compatibili.....	4
0.1.1. Definizione della legge quadro.....	4
0.1.2. Iter per la approvazione del PPES.....	6
0.1.3. Le linee guida della Regione Toscana.....	6
0.2. Il PPES del Parco nazionale Appennino tosco emiliano – contenuti generali	7
0.2.1 Ambito territoriale di riferimento	7
0.2.2 Rapporti tra PPES e Piano per il Parco.....	7
0.2.3. Il rapporto tra PPES e Piano di Start Up	9
0.2.4. Il rapporto tra PPES e pianificazione esistente.....	10
0.3. Finalità e caratteristiche del PPES	12
1. ANALISI	14
1.1 Analisi socio-economica del territorio dei Comuni del Parco	14
1.1.0 Sintesi	14
1.1.1 Accessibilità	19
1.1.2 Contesto sociale	24
1.1.3 Contesto Economico.....	39
1.2 Stato dell’arte delle problematiche e delle politiche di risposte operanti.....	62
1.2.0 Introduzione	62
1.2.1 Interviste secondo la metodologia SWOT	62
1.2.2 Partecipappennino	125
1.3 Stato dell’arte degli ambiti socio-economici a cui si riferisce il PPES.....	133
1.3.1 Il valore della Montagna in Italia – rapporto UNCEM CENSIS	133
1.3.2 L’eco-turismo.....	149
1.3.3 L’agricoltura di qualità 2007	161
1.3.4 Forestazione e Selvicoltura.....	179
1.4 Analisi servizi offerti dal parco	184
1.4.1 Stato di attuazione del progetto di “Start up”	184
1.4.2 Le potenzialità della marca Parco nazionale dell’Appennino tosco-emiliano.....	195
1.5 Canali di finanziamento.....	209

1.6 Riferimenti e link	210
2. STRATEGIE E OBIETTIVI	212
2.1 Strategie	212
2.2 Obiettivi generali	214
2.3 Obiettivi specifici	217
2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali.....	217
2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.	218
2.3.3 Migliorare le connessione tra i vari territori del Parco e tra questi e "l'esterno"	219
2.3.4 Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale.....	220
2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo	221
2.3.6 Favorire lo sviluppo sostenibile di filiere energia rinnovabile e dell'efficienza energetica.....	224
2.3.7 Offrire occasioni di socialità e crescita culturale	224
2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione.....	225
3. BANCA PROGETTI	227
3.0 Premessa	227
3.1 Buone pratiche di sviluppo economico e sociale sostenibile nel Parco nazionale dell'Appennino toscano-emiliano	228
3.1.1. Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali.....	228
3.1.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.	229
3.1.3. Migliorare le connessione tra i vari territori del Parco e tra questi e "l'esterno"	231
3.1.4. Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale.....	232
3.1.5. Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo	233
3.1.6 Favorire lo sviluppo sostenibile di filiere nell'ambito delle energie rinnovabili e dell'efficienza energetica.....	239
3.1.7 Offrire occasioni di socialità e crescita culturale	240
3.1.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori	240
3.2 Banca progetti	241

4. PRIORITA'	591
4.0 Premessa	591
4.1 Criteri di assegnazione della priorità	592
4.1 Progetti prioritari	594
5. ATTUAZIONE E MONITORAGGIO	596
5.1 Attuazione	596
5.2 Monitoraggio	598
5.1.1. Gli indicatori dell'efficacia del Piano rispetto agli obiettivi generali	599

0. PREMESSA

0.1. Il piano pluriennale economico sociale per la promozione delle attività compatibili

0.1.1. Definizione della legge quadro

Nel quadro normativo nazionale il Piano Pluriennale Economico Sociale per la promozione delle attività compatibili (PPES) è uno strumento obbligatorio della pianificazione dei Parchi, previsto dalla legge quadro sulle Aree Protette L. 394/91 e successive modifiche.

Art. 14 L.394/91 (modificato dalla legge n. 426/98)

Iniziative per la promozione economica e sociale

1. *Nel rispetto delle finalità del parco, dei vincoli stabiliti dal piano e dal regolamento del parco, la Comunità del parco promuove le iniziative atte a favorire lo sviluppo economico e sociale delle collettività eventualmente residenti all'interno del parco e nei territori adiacenti.*

2. *A tal fine la Comunità del parco, entro un anno dalla sua costituzione, elabora un piano pluriennale economico e sociale per la promozione delle attività compatibili, individuando i soggetti chiamati alla realizzazione degli interventi previsti eventualmente anche attraverso accordi di programma. Tale piano è sottoposto al parere vincolante del Consiglio direttivo ed è approvato dalla regione o, d'intesa, dalle regioni interessate. In caso di contrasto tra Comunità del parco, altri organi dell'Ente parco e regioni, la questione è rimessa ad una conferenza presieduta dal Ministro dell'ambiente il quale, perdurando i contrasti, rimette la decisione definitiva al Consiglio dei ministri.*

3. *Il piano di cui al comma 2 può prevedere in particolare: la concessione di sovvenzioni a privati ed enti locali; la predisposizione di attrezzature, impianti di depurazione e per il risparmio energetico, servizi ed impianti di carattere turistico-naturalistico da gestire in proprio o da concedere in gestione a terzi sulla base di atti di concessioni alla stregua di specifiche convenzioni, l'agevolazione o la promozione, anche in forma cooperativa, di attività tradizionali artigianali, agro silvo-pastorali culturali, servizi sociali e biblioteche, restauro, anche di beni naturali, e ogni altra iniziativa atta a favorire, nel rispetto delle esigenze di conservazione del parco, lo sviluppo del turismo e delle attività locali connesse. Una quota parte di tali attività deve consistere in interventi diretti a favorire l'occupazione giovanile ed il volontariato, nonché l'accessibilità e la fruizione, in particolare per i portatori di handicap.*

4. *Per le finalità di cui al comma 3, l'Ente parco può concedere al mezzo di specifiche convenzioni l'uso del proprio nome e del proprio emblema a servizi e prodotti locali che presentino requisiti di qualità e che soddisfino le finalità del parco.*

5. *L'Ente parco organizza, d'intesa con la regione o le regioni interessate, speciali corsi di formazione al termine dei quali rilascia il titolo ufficiale ed esclusivo di guida del parco.*

6. *Il piano di cui al comma due ha durata quadriennale e può essere aggiornato annualmente con la stessa procedura della sua formazione.*

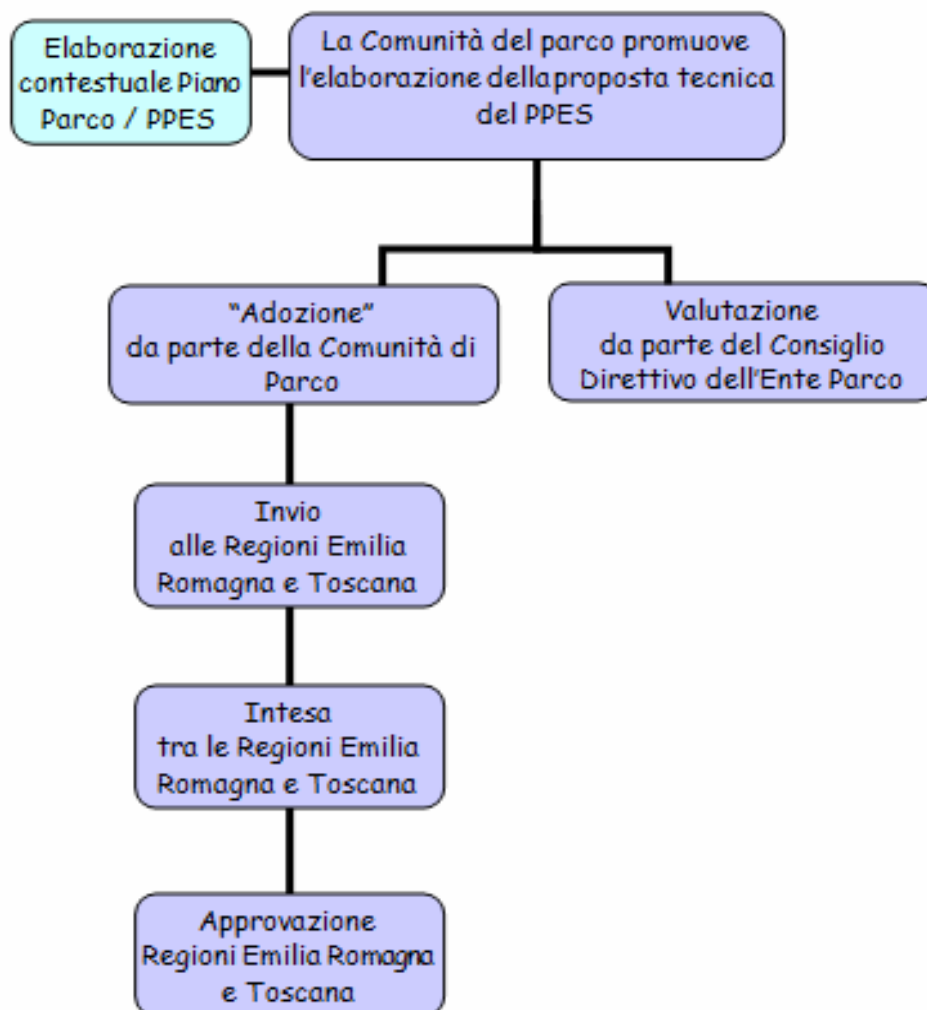
Il PPES, interagendo con gli altri strumenti di pianificazione del Parco, il “Piano per il Parco” ed il “Regolamento” (anch’essi previsti dalla L.394/91 agli art. 11 e 12), ha come scopo, nel rispetto delle finalità istitutive, disciplinare la promozione delle iniziative sostenibili atte a favorire lo sviluppo economico, sociale e culturale delle popolazioni residenti all’interno del Parco e nei territori adiacenti, individuando i soggetti chiamati alla realizzazione degli interventi previsti.

Il PPES ha anche lo scopo di esplicitare e rendere trasparenti, *in primis* ai residenti ed in generale ai portatori di interesse, quali siano, a fronte dei vincoli che impone, le opportunità di sviluppo economico e sociale che lo status di Parco offre al territorio.

Le categorie fondamentali di azioni che il Parco può effettuare nell’ambito del PPES sono :

- a) gli investimenti in infrastrutture pubbliche;
- b) gli incentivi per la promozione di particolari attività economiche e di promozione sociale e culturali;
- c) i trasferimenti compensativi verso i soggetti che sopportano i costi delle norme di salvaguardia del patrimonio naturale che saranno introdotte dal Piano per il Parco e dal Regolamento.

0.1.2. Iter per la approvazione del PPES



0.1.3. Le linee guida della Regione Toscana

La Regione Toscana, avendo ampliato a tutte le proprie aree protette l'obbligo di redigere il Piano Pluriennale Economico e Sociale per la promozione delle attività compatibili ha predisposto delle specifiche Linee Guida per garantire un modello di pianificazione orientato all'efficacia.

Le linee guida regionale propongono una struttura e un indice di riferimento comune per i documenti di programmazione che dovranno essere predisposti, intendendolo - ovviamente - come "riferimento minimo" che potrà essere diversamente arricchito e integrato dai diversi soggetti in relazione allo stato delle ricerche e degli approfondimenti conoscitivi posti in essere nelle diverse realtà locali, ma garantirà comunque la presenza di una struttura del piano sempre riconoscibile. Le linee guida toscane per la stesura del PPES in particolar modo prevedono uno schema molto dettagliato per le linee di intervento secondo cui organizzare la banca progetti ed indicazioni precise in merito agli strumenti di attuazione e monitoraggio del Piano.

I contenuti delle linee guida toscane sono state ampiamente tenute in considerazione per la stesura di questo documento di indirizzo e lo saranno anche per la stesura definitiva del Piano.

0.2. Il PPES del Parco nazionale Appennino tosco emiliano – contenuti generali

0.2.1 Ambito territoriale di riferimento

I confini del Parco nazionale Appennino tosco-emiliano sono per lo più tracciati lontano dalle presenze antropiche, facendo mancare società ed attività economiche, i soggetti stessi del PPES. L'art. 14 comma 1° della L.394/91 estende l'ambito di interesse del PPES. anche ai territori "adiacenti" al parco, nei quali vivono ed operano le comunità sociali ed economiche che consentono al Parco di vivere e che dal Parco possono trarre occasioni per uno sviluppo indotto nella linea della sostenibilità. L'allargamento dell'area di riferimento a questi territori consente di attivare una compiuta programmazione di gran parte delle attività riferite all'accoglienza dei visitatori, al sostegno e riconversione delle attività economiche presenti o comunque connesse al Parco.

Il PPES, avendo una validità quadriennale, dovrà tenere in considerazione, sia nella fase di analisi che di programmazione, anche i territori dei Comuni di Monchio (PR) e Bagnone (MS) che hanno recentemente attivato le procedure per entrare a far parte del Parco nazionale, traguardo che dovrebbero raggiungere prima della scadenza della validità del PPES.

Al di là dei confini amministrativi il PPES dovrà allargare la propria visione pianificatrice alla così detta **area vasta dei "Parchi di mare e di Appennino"**¹ e allo stesso tempo concentrare prioritariamente il proprio agire sui **territori dell'alto crinale**.

Nell'epoca della globalizzazione, infatti, appare anacronistico e inefficace pensare ad uno sviluppo socio economico per il territorio del Parco Nazionale dell'Appennino tosco-emiliano se non in stretta correlazione con i territori che lo circondano e che insieme costituiscono, nell'arco di poche decine di chilometri dal passo del Cerreto, un distretto dalla elevata potenzialità nei settori della soft economy, del turismo e delle produzioni tipiche. L'azione pianificatoria ed i progetti del PPES dovranno quindi favorire le sinergie e li scambi con i territori limitrofi e la costruzione di un'unica immagine ed un offerta dei territori.

Dall'alta parte la profonda crisi, prevalentemente sociale e demografica, che investe i Comuni e le frazioni che occupano le porzioni più alte del territorio del Parco necessita massima attenzione e priorità. Gli interventi previsti dal PPES dovranno prioritariamente offrire in tempi molto brevi occasione di riscatto e risposte concrete a questi territori, se ciò non accadrà il rischio potrebbe essere quello di veder scomparire lo stesso tessuto sociale ed economico a cui il PPES si dovrebbe rivolgere.

0.2.2 Rapporti tra PPES e Piano per il Parco

La legge 394/91 prevede che il Parco persegua la tutela dei valori naturali ed ambientali nonché storici, culturali, antropologici attraverso lo strumento del "Piano per il Parco" e che la Comunità del

¹ il Parco Nazionale delle Cinque Terre, il Parco Regionale delle Apuane, il Parco Regionale dell'alto Appennino Modenese (Frignano), il Parco Regionale delle Valli Del Cedra e del Parma (Dei Cento Laghi) ed il Parco Regionale di Monte Marcello Magra, il Parco Regionale di Migliarino San Rossore.

Parco avvii contestualmente il “piano pluriennale economico e sociale per la promozione delle attività compatibili”.

Seppure la stesura dei due Piani deve essere contestuale ed i contenuti fortemente interconnessi la durata della validità è significativamente differente. Il Piano per il Parco ha durata decennale e non sono previsti aggiornamenti, il PPES ha durata quadriennale e ne è previsto un aggiornamento annuale.

Appare evidente quindi che **il PPES rappresenta l’ambito dentro il quale vengono definite le tattiche ed gli interventi concreti per lo sviluppo sostenibile locale, mentre le strategie vengono definite nel Piano per il Parco**, in un’ottica di integrazione e coordinazione con le politiche di sviluppo degli altri decisori pubblici.

Le particolari finalità istitutive del Parco Nazionale Tosco-Emiliano tese a ricercare anche una promozione sociale ed economica, in conformità agli indirizzi contenuti nel “Documento programmatico per lo sviluppo sociale ed economico” approvato dal Comitato istituzionale di coordinamento, fanno sì che anche il Piano per il Parco assumerà, in alcune parti, anche strategie di sviluppo, andando oltre il limite implicito della norma nazionale. Ciò determina un rafforzamento della coerenza e coordinamento tra i due Piani:

- l’azione regolativa del Piano per il Parco, deve far riscontro una esplicita capacità di intervento sul piano delle strategie e della organizzazione della spesa da parte del PPES
- il PPES non si limiterà a programmare rispettando i vincoli del Piano del Parco (come previsto dall’art.14 della L.394/91) ma facendo sì che essi diventino, la dove possibile, elemento di valore e motore dello sviluppo socio-economico.

Per ottenere questi risultati di dialogo tra i Piani, da un punto di vista tecnico si è scelto di affidare la loro redazione ad un pool di progettistiche che agisca in modo coordinato, da un punto di vista delle strategie garantendo una adeguata concertazione tra Comunità di Parco ed Ente Parco, ricercando una visione condivisa in merito alle attività da svolgere alle risorse finanziarie pubbliche da attivare e le migliori modalità per far sì che la pianificazione del parco interagisca con gli altri livelli di pianificazione urbanistica ed economica presenti nel territorio.

In termini pragmatici l’integrazione tra i due piani si concretizza così:

- **il Piano per il parco fornisce il quadro di analisi del territorio necessario al PPES per definire obiettivi e progetti, corrispondendo anche al PPES e ai successivi aggiornamenti e revisioni una visione strategica, di lungo respiro.**
- **il PPES integra il Piano per il Parco con la propria banca progetti, che diviene strumento di attuazione di entrambi i Piani essendo indirizzata allo stesso tempo alla tutela e alla promozione dello sviluppo.**

L’integrazione della banca progetti del PPES con il Piano per il Parco è anche molto importante ai fini dell’ottenimento di eventuali finanziamenti. L’art.7 della L.394/91 (sotto riportato) prevede, per un definito elenco di interventi, che venga data la priorità nelle graduatorie di valutazione delle candidature ai progetti che fanno parte del Piano per il Parco a patto che siano realizzati all’interno del perimetro del Parco.

Art. 7 L.394/91 (modificato dalla legge n. 426/98)

Misure di incentivazione

1. Ai comuni ed alle province il cui territorio è compreso, in tutto o in parte, entro i confini di un parco nazionale, e a quelli il cui territorio è compreso, in tutto o in parte, entro i confini di un parco naturale regionale è, nell'ordine, attribuita priorità nella concessione di finanziamenti statali e regionali richiesti per la realizzazione, sul territorio compreso entro i confini del parco stesso, dei seguenti interventi, impianti ed opere previsti nel piano per il parco di cui, rispettivamente agli articoli 12 e 25:

- a) restauro dei centri storici ed edifici di particolare valore storico e culturale;*
- b) recupero dei nuclei abitati rurali;*
- c) opere igieniche ed idropotabili e di risanamento dell'acqua, dell'aria e del suolo;*
- d) opere di conservazione e di restauro ambientale del territorio, ivi comprese le attività agricole e forestali;*
- e) attività culturali nei campi di interesse del parco;*
- f) agriturismo;*
- g) attività sportive compatibili;*
- h) strutture per la utilizzazione di fonti energetiche a basso impatto ambientale quali il metano e altri gas combustibili nonché interventi volti a favorire l'uso di energie rinnovabili.*

2. Il medesimo ordine di priorità di cui al comma 1 è attribuito ai privati, singoli o associati, che intendano realizzare iniziative produttive o di servizio compatibili con le finalità istitutive del parco nazionale o naturale regionale.

0.2.3. Il rapporto tra PPES e Piano di Start Up

Dopo l'istituzione del 2001, il Parco nazionale non ha mai avuto, se non per brevissimi periodi, organi di governo politico e la gestione non è mai andata al di là dell'attività ordinaria tipica della gestione commissariale. Il parco si è trovato quindi a fine 2006 ancora sprovvisto di una serie di strumenti ed infrastrutture funzionali all'efficace adempimento di parte dei propri compiti come la chiara definizione di un'immagine coordinata, la realizzazione degli strumenti di comunicazione e promozione basilari, la pianificazione dei centri visita.

Per sopperire tempestivamente a questa carenza il Parco ha definito un Piano di Start UP ovvero l'insieme di operazioni che caratterizzano l'avvio di una organizzazione e che, garantendone la visibilità e la personalità, sono funzionali alla successiva realizzazione delle principali attività.

Gli interventi previsti dalla fase di Start Up, unici, non reiterabili né ripetibili, sono da considerarsi propedeutici al PPES. La repentina realizzazione degli strumenti previsti dallo Start UP (logo e immagine coordinata, sito internet, Guida Verde del TCI, Centri Visita, Porte del Parco, carta dei sentieri, rete di web-cam e la razionalizzazione dei punti info e segnaletica presente sul territorio) garantirà al PPES approvato un'efficace e rapida attuazione delle proprie strategie e dei progetti che lo caratterizzano.

Da questo punto di vista, l'avanzo di bilancio generatosi negli anni di gestione commissariale, concede agli attuali organi di governo dell'Ente di programmare la contemporanea attuazione di tutti gli strumenti necessari ad una efficace START UP del Parco.

0.2.4. Il rapporto tra PPES e pianificazione esistente

Sui territori facenti parte del Parco nazionale dell'Appennino tosco-emiliano sono già attivi almeno cinque fondamentali livelli di pianificazione dello sviluppo economico e sociale:

1. la pianificazione economica delle Regioni Emilia Romagna e Toscana, nell'ambito della programmazione degli interventi dei fondi strutturali e degli altri interventi finanziari derivanti dalle Leggi ordinarie;
2. la pianificazione economica delle Province di Lucca, Massa-Carrara, Parma e Reggio Emilia;
3. la pianificazione economica delle Comunità Montane della Garfagnana, della Lunigiana, dell'Appennino Reggiano e di Parma Est;
4. la pianificazione economica dei 14 comuni del Parco;
5. la pianificazione economica dell'Ente Parco.

A questi si aggiungono inoltre i Piani di Azione Locale dei 4 Gruppi di Azione Locale attivi nel territorio del Parco.

In questo contesto, complesso e variegato, **il PPES non si dovrà sovrapporre alla pianificazione esistente, ma operare un attento confronto tra gli strumenti vigenti sui vari territori e perfezionarne una sintesi unitaria, estremamente pragmatiche, capace di portare in evidenza le tematiche che maggiormente possono interessare lo sviluppo socio economico del territorio del Parco.**

A partire dai territori all'interno del perimetro del Parco, uno strumento coordinamento e orientamento della pianificazione dello sviluppo economico-sociale dell'intera macro area che insiste sul Parco. Questa interpretazione è sicuramente estensiva rispetto a quanto previsto dalla norma, ma tenta di risolvere una palese asimmetria presente nella legge quadro sulle aree naturali protette. Infatti se relativamente al sistema dei vincoli il Piano per il Parco ed il connesso Regolamento impongono una gerarchia di importanza rispetto agli altri strumenti di pianificazione urbanistica territoriale, per la promozione economica e sociale la L.394/91 non prevede né un livello di coordinamento né un livello di gerarchia degli obiettivi con gli altri Piani vigenti.

Il PPES, secondo l'ultimo comma dell'art. 14 della legge quadro n. 394/91, ha durata quadriennale e può essere aggiornato annualmente con la stessa procedura della sua formazione; è quindi uno strumento di breve termine e di estrema flessibilità e questo fatto facilita il raccordo con gli altri livelli di pianificazione, tuttavia nella prima stesura del PPES sarà estremamente importante tenere in considerazione nelle scelte degli obiettivi e degli interventi i contenuti (e soprattutto le possibilità di finanziamento offerte) degli strumenti di pianificazione economica vigenti affinché il piano possa avere un bacino di risorse adeguato (e quindi più ampio rispetto a solo bilancio del Parco) alla realizzazione di tutti gli interventi previsti.

Inoltre il PPES del Parco nazionale esprimerà la massima coerenza agli indirizzi previsti nel **“Documento programmatico per lo sviluppo sociale ed economico approvato dal Comitato Istituzionale di Coordinamento”**, sia nella metodologia utilizzata nella stesura, sia nella valutazione delle priorità del piano. Il PPES manterrà fede all’aspettativa del documento del ’99 in merito al “progetto complessivo”: lo sviluppo e la tutela della natura non saranno elementi separati *poiché il degrado ambientale della montagna appenninica deriva in rimo luogo dell’abbandono dell’uomo che ha per secoli coltivato il territorio, costruito il paesaggio e adattato ed anche protetto lo spazio della natura*. Il PPES saprà tenere conto dell’importanza del senso di appartenenza, coinvolgendo nel progetto di sviluppo i cittadini (soprattutto i giovani) e le imprese del territorio, favorendo i progetti capaci di far sì che il Parco diventi motivo di identificazione e riconoscimento di status da parte di chi vi abita, trasformando il rapporto tra crinale e città da dipendenza a paritario. Il PPES riconoscerà il pieno diritto degli usi civici e delle gestioni condotte dalle singole amministrazioni frazionali o comunali, stimolandone però una innovazione soprattutto nelle funzioni svolte dagli usi civici affinché esse siano il più possibili efficienti ed efficaci nel contesto socio-economico odierno. Il merito ai “Dieci obiettivi per lo sviluppo ” il PPES saprà coglierne l’essenza prevista dal documento del 1999 contestualizzandoli però alle evoluzioni che il contesto socio-economico ha avuto nel decennio trascorso (soprattutto in termini di valenza dei mezzi di comunicazione e di accesso ai servizi) e rendendoli competitivi per gli sviluppi auspicabili nel quinquennio 2009-2014. In fine, attuando le linee guida toscane per la redazione del PPES, il Parco nazionale, a Piano approvato, prevedrà tra le proprie funzioni quelle di “Agenzia per lo sviluppo sostenibile”, la cui funzione era già prevista nel documento del ’99, stimolando la nascita di iniziative locali di tipo economico e sociale contribuendo alla diffusa e chiara percezione delle opportunità, sostenendo le capacità di progetto (attraverso la formazione, l’assistenza tecnica, l’animazione e la realizzazione di esperienze pilota) e la propensione a fare sistema.

0.3. Finalità e caratteristiche del PPES

Attraverso la formulazione di un sistema articolato ed argomentato di obiettivi, il PPES rende esplicito il significato che la Comunità del Parco e l'Ente Parco attribuiscono alle proprie azioni per la conservazione della natura e la valorizzazione della sua fruizione, contestualizzandoli nella specifica e contingente situazione locale cui il Piano si riferisce. Al tempo stesso, il Piano dovrà sviluppare una azione di persuasione e convincimento nei confronti dei diversi attori sociali e istituzionali che operano nel sistema locale, cercando di far convergere gli interessi e le intenzioni di questi stessi attori verso profili di sviluppo e di affermazione compatibili e coerenti con le esigenze di conservazione ambientale.

Da una prospettiva economica il Parco Nazionale Tosco-Emiliano sembra configurarsi come un insieme di sistemi locali che hanno specifiche caratteristiche e le relazioni economiche dell'area non sono riconducibili ad un unico sistema locale. La marginalità di alcuni e la forte caratterizzazione (turistico/ricettiva) di altri sono elementi da considerare ai fini di una valutazione sulla capacità di relazione che il Parco può instaurare con il proprio contesto esterno.

L'ambito sociale è invece fortemente caratterizzato dall'aspetto urbanistico l'area del Parco, che non risente di pressioni dirette derivanti né dal contesto territoriale della fascia turistica costiera tirrenica né dall'area pedemontana emiliana diffusamente industrializzata, ma rischia di diventarne un territorio satellite, dipendente, soprattutto per le attività socio-ricreative e culturali, dalla grande forza attrattiva esercitata sia dalle vicine aree più popolate.

Le problematiche economiche e sociali del territorio del Parco sono fortemente interconnesse. Non si tratta solo di perseguire l'obiettivo della piena occupazione, esigenza non prioritaria per questo territorio, quanto di riuscire ad offrire localmente nuove tipologie di occupazione, di aggregazione sociale e di offerta culturale, attraenti e compatibili con le esigenze, la formazione e le aspettative della maggior parte dei giovani residenti a cui il PPES è prioritariamente rivolto. **L'obiettivo principale del PPES è quindi, perseguire un modello economico e sociale sostenibile capace di rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane, vera e principale criticità del territorio del Parco.**

Da qui la necessità per il PPES di **identificare azioni e progetti volti a costruire un sistema socio-economico del Parco** (o meglio un insieme di sistemi), **in cui la maggioranza delle relazioni economiche e sociali (produzione, servizi e consumo) sono caratterizzate da elevata qualità, da un carattere fortemente innovativo e si trovano all'interno dei confini dei Comuni del Parco e nelle aree immediatamente adiacenti dei Parchi di mare e di Appennino. Al centro del sistema socio economico del Parco l'identità agro-silvo- pastorale e la tutela dell'ambiente devono essere tematiche trasversali, capaci di orientare tutte le forme di sviluppo e non essere rilette a settori specifici o caratterizzate da sole azioni di mantenimento e assistenza.**

Nel perseguire sviluppo economico e sociale sostenibile del Parco nazionale Appennino toscano-emiliano, la dimensione critica non è quella strategica, di lungo periodo (già ben delineata da molti

strumenti di programmazione territoriale tra cui in primis il Piano per il Parco), ma quella tattica, di breve periodo (2009-2013): il PPES si propone, quindi, di garantire l'individuazione di obiettivi specifici di sviluppo, raggiungibili in tempi relativamente brevi attraverso risorse organizzative e finanziarie disponibili (non solo nel bilancio del Parco, ma attingendo anche a canali di finanziamento), privilegiando quegli interventi per i quali si possa controllare e valutare la propagazione degli effetti.

Dalle strategie di carattere generale, che prefigurano un modello di sviluppo economico locale fondato sulla conservazione del patrimonio naturale e culturale, nel PPES si dovrà giungere pertanto al definire un quadro di interventi efficaci per conseguire tre obiettivi principali e urgenti per garantire lo sviluppo socioeconomico del Parco in tempi utili:

- integrare le politiche di sviluppo tradizionali con le opportunità offerte dai nuovi mezzi di comunicazione e i paradigmi dell'*era dell'accesso* e della *soft-economy*;
- qualificare il sistema dei servizi di base, in particolare quelli che offrono occasioni di socialità e socio culturali per frenare l'emorragia di risorse umane;
- realizzare un sistema integrato di fruizione turistica del Parco basato sulla valorizzazione dei borghi montani e loro interconnessione.

Il PPES del parco nazionale Appennino toско-emilano dovrà avere i seguenti tratti caratterizzanti:

- a) **Strategico** (glo-cale): dovrà cogliere ed interpretare le opportunità di sviluppo che alle comunità si offrono in un quadro di integrazione competitiva, tanto alla scala locale (con paesaggi sociali a crescente complessità culturale), che alla scala globale, che riporta domande e sensibilità sempre nuove;
- b) **Concertato**: dovrà costruire e favorire il consenso e la corresponsabilizzazione di tutti gli attori istituzionali e sociali che operano sul territorio, nella convinzione che il successo di una strategia di sviluppo sostenibile stia sempre più nella convergenza sugli obiettivi e sulle azioni di una vasta platea di attori;
- c) **Operativo**: cioè dovrà ricercare la sua attuazione attraverso un insieme di azioni ben definite e dettagliate in termini di fattibilità (economica e pratica) per cui sia chiara la coerenza e la correlazione con gli obiettivi e le strategie del Piano.
- d) **Moderno**: dovrà saper cogliere le opportunità offerte dalla società della conoscenza e della comunicazione (era post-industriale) che nei territori montani possono trasformare in punti di forza e competitività l'ambiente e la cultura, valori che nell'ultimo secolo (era industriale) spesso sono stati vissuti dalle popolazioni locali l'uno di ostacolo allo sviluppo economico l'altro di punto di debolezza per incapacità di riconoscerne le potenzialità.

1. ANALISI

1.1 Analisi socio-economica del territorio dei Comuni del Parco

1.1.0 Sintesi

L'obiettivo di questa sezione è fornire elementi utili soprattutto ad un confronto critico tra i dati e le riflessioni che emergono dai singoli territori (Lunigiana, Garfagnana, Appennino reggiano, Appennino parmense) finalizzato ad individuare i punti di convergenza, le principali differenze ed ad evidenziare le possibili connessioni, le carenze da colmare, le sinergie da favorire.

In questo capitolo, coerentemente a quanto espresso nel “Documento di indirizzo al Piano Pluriennale Economico e Sociale per la promozione delle attività compatibili” approvato dalla Comunità di Parco e dal Consiglio Direttivo, non sono state svolte nuove indagini e ricerche, ma si rileggono sotto l'aspetto economico e sociale le conoscenze che sono state acquisite nella fase di elaborazione del Piano per il Parco ed si mettono a sintesi e confronto gli indicatori utilizzati dagli strumenti di pianificazione socio economica recentemente realizzati dalle quattro Province e dalle Province, Comunità Montane, GAL, CCIAA ed altri Enti Pubblici, istituti di ricerca e associazioni di categoria che hanno svolto analisi economiche e sociali sul territorio dei Comuni del parco.

Ne consegue che non sempre si è potuto ottenere elaborati di sintesi completi o che facciano riferimento a contesti e periodi uniformi, tuttavia si ritiene che il grado di risposta ottenuto sia sufficientemente chiaro ed efficace per indirizzare correttamente le scelte e le strategie del PPES

L'analisi ha affrontato tre macro-aspetti:

- **L'accessibilità**, non solo viaria, ma più in generale le possibilità che questo territorio ha di essere in connessione con i flussi economici e sociali nazionali, continentali e globali;
- **Il contesto sociale**, che cerca di fotografare sia la situazione demografica della popolazione residente sia la mappa dei servizi disponibili sul territorio che rappresentano elementi fondamentali per le dinamiche sociali;
- **Il contesto economico**, cercando di mettere in evidenza in particolar modo le correlazioni che tale contesto ha sul tessuto sociale e di approfondire le dinamiche dei due settori (turismo ed agricoltura) che maggiormente si interfacciano con la mission del parco nazionale di tutela e valorizzazione del patrimonio naturale e culturale del territorio.

Pur avendo presenti i limiti e le approssimazioni già evidenziati, l'analisi svolta evidenzia alcuni aspetti, alcuni già noti altri più “sorprendenti”, che possono essere utile base conoscitiva per la definizione degli obiettivi del PPPES (capitolo 2) e la selezione delle progettualità da inserire nella “banca progetti” (capitolo 3).

Dall'analisi della accessibilità del territorio, indicatore fondamentale sia per lo sviluppo di strategie di turismo sostenibile sia per il mantenimento di relazioni sociali ed economiche tra i crinale ed i distretti circostanti, emergono dati contrastanti. Se i capoluoghi dei Comuni della Lunigiana e Corniglio appaiono ben collegati ad autostrade e ferrovie e distano poco più di un ora dagli

aeroporti di Parma e Pisa (base di molte compagnie *low-cost* e per tanto molto interessanti come punto di approdo di turisti stranieri potenzialmente interessati all'offerta turistica del Parco), gli altri capoluoghi dei Comuni del Parco ed ancor di più il crinale in generale appaiono estremamente lontani da questi fondamentali nodi di comunicazione. Emblematica è la situazione del Comune di Ligonchio che dista quasi 2 ore dall'aeroporto più vicino, quasi un ora e mezzo da un casello autostradale e da una stazione, eccezion fatta per quella di Piazza al Serchio sulla linea Aulla Lucca che dista circa 40 minuti. Proprio la linea Aulla-Lucca, pur essendo un collegamento poco frequentato è da ritenere un asse strategico per lo sviluppo socio-economico del Parco, sia per la valenza storica ed ambientale della tratta, sia perché attraversa molti Comuni del Parco "avvicinandosi" in più punti al crinale, sia perché è già oggetto di importanti esperienze di successo nell'ambito turistico (Treno dei sapori della Garfagnana) ed ospita, nella stazione di Rometta, la Piazza dei Parchi, ultima opera del maestro Cascella, che sarà destinata ad ospitare periodici eventi per la valorizzazione e commercializzazione dei prodotti tipici dei Parchi di Mare e di Appennino.

I collegamenti pubblici tra ferrovie e aeroporto ed il crinale sono rari, organizzati prevalentemente lungo le direttrici dei passi e raramente offrendo la possibilità di connessioni tra valli parallele. In coincidenza dei confini amministrativi, inoltre, le rare linee si interrompono senza prevedere coincidenze e connessioni. È evidente che il modello di mobilità pubblica collettiva nel Parco nazionale è organizzato per le esigenze dei pendolari (o meglio di quei pochi pendolari che non possono utilizzare l'automobile) più che dei turisti.

È comunque un Parco "lontano" (che di per se non è esclusivamente un disvalore) poiché solo l'area dei gessi Triassici (Villa Monozzo-Castelnovo ne Monti) tra quelle interne al perimetro può vantare nel raggio di in 30 minuti d'auto più di 200.000 di residenti,

Nonostante l'importanza delle considerazioni precedentemente fatte si ritiene che la carenza più grave in termini di "accessibilità" del territorio del crinale sia la quasi totale assenza di connessioni internet veloci e a banda larga. Questo ritardo infrastrutturale, nell'era delle comunicazione e dell'accesso, isola il territorio forse più che la distanza da autostrade e ferrovie. La mancata possibilità di fruire dei servizi del world wide web è un limite sia allo sviluppo economico del territorio, soprattutto per il settore turistico e per la commercializzazione diretta dei prodotti agroalimentari tipici, ma è anche un significativo ostacolo per giovani famiglie che vorrebbero stabilirsi sul crinale a cui sono negate anche le possibilità di telelavorare e di fruire di servizi on-line che ormai in molti casi possono efficacemente sopperire a molte esigenze della gestione domestica e della socialità (servizi bancari, telefonia e comunicazione, acquisti, attività culturali, aggiornamento e formazione, consulenza e assistenza).

Sono infatti il saldo naturale ed il saldo migratorio i dati più preoccupanti tra quelli raccolti. In generale negli ultimi anni si assiste a un continuo svuotamento delle popolazioni di montagna ed in particolare nei comuni di crinale comportando conseguenze riguardo alla composizione per età della popolazione, alla sua attività, produttività e anche creatività e innovazione ovvero le basi fondamentali per programmare uno sviluppo socioeconomico sostenibile e duraturo per questi territori. Se complessivamente nei Comuni del Parco Nazionale è stato perso "solo" l'1,64% della popolazione dal 1999 al 2007, non si può evidenziare come alcuni Comuni abbiano subito un vero e proprio crollo demografico: Monchio delle Corti -15,71%, Giuncugnano -13,31%, Ligonchio -13,22%, Corniglio -8,10%. Ad essere in positivo sono comunque solo quattro Comuni su 16, con aumenti significativi nei comuni che hanno accesso al fondo valle o che offrono centri dotati di

servizi (Castelnovo ne Monti +7,12%, Licciana Nardi + 5,67%, San Romano in G. +2,49%, Fivizzano +0,7%) che appaiono in grado di attrarre sia popolazione da altri territori, sia i giovani nati nei Comuni circostanti. Questo scivolamento verso valle è testimoniato anche dall'analisi della distribuzione anagrafica. I Comuni di crinale hanno una percentuale di *under 25* inferiore alla media degli altri territori (Ligonchio 12,91%, Collagna 15,52%, Ramiseto 16,12%, Comano 15,52%, Monchio delle Corti 10,91%, Corniglio 13,54%) a fronte invece di percentuali di *over 80* più alte della media (Ligonchio 15,20%, Collagna 12,2%, Ramiseto 13,80%, Comano 14,08%, Monchio delle Corti 13,38%, Corniglio 15,05%): a Ligonchio, Monchio delle Corti e Corniglio si registrano più residenti *over 80* di quanti ve ne siano *under 25*.

L'area del Parco dimostra però una buona attrattività, dal momento che gli immigrati superano gli emigrati in quasi tutti i casi, soprattutto in Garfagnana, il saldo migratorio positivo non comunque sufficientemente a sopperire alla perdita di popolazione dovuto all'invecchiamento e alla bassa natalità. In parte si tratta anche di immigrazione straniera, nel 2007 il 5,32% della popolazione dei Comuni del parco è straniera (compresi anche i cittadini della UE) con punte numericamente significative nei Comuni di Castelnovo ne' Monti (925), di Fivizzano (283), di Licciana Nardi (265) e di Villa Minozzo (244%). Estremamente alto, quantomeno in percentuale, il valore del Comune di Comano (10,12%, 79 persone).

Conseguenza non meno importante di questo spopolamento è la diminuzione del ruolo di presidio del territorio: complessivamente si contano 35,7 abitanti per km² (media nazionale 199,3) ma nei Comuni di crinale Collagna, Comano, Corniglio, Ligonchio, Monchio delle Corti e Ramiseto gli abitanti per km² non sono più di 15. Mediamente nel territorio del Parco "solo" il 44% delle abitazioni (per la precisione della superficie delle abitazioni) è abitata da residenti, il resto del patrimonio immobiliare è in parte abbandonato, in parte fruito da persone di passaggio ed in parte (consistente) si tratta di seconde case.

Oltre alla bassa densità il presidio del territorio è messo a rischio dalla tendenza alla concentrazione della popolazione nei centri abitati maggiori (mediamente il 75,43% dei nuclei famigliari con punte del 97,38% a Collagna, il 91,88% a Busana, l'89,59% a Licciana Nardi). Nel Parco il 17,47% nei così detti "nuclei abitati" (gruppi di case continue e vicine, con almeno 5 famiglie e con distanza massima di 30 metri fra una casa e l'altra) con punte del 48,58% a Comano, del 35,76 a Corniglio e del 32,62% a Ramiseto, mentre mediamente il 7,1% dei nuclei famigliari vive in "case isolate sparse", percentuale varia molto tra valori alti (Giuncugnano 18,45%, Bagnone 17,43%, Villa Minozzo 12,96) e valori molto bassi (Collagna 0,81%, Busana 1,59%, Corniglio 1,86%). La dispersione territoriale è però anche causa di difficoltà di gestione di alcuni servizi pubblici, su tutti quelli della sanità, la raccolta dei rifiuti ed i trasporti collettivi.

La bassa percentuale di laureati e diplomati (seppure il dato disponibile si riferisca solo ai Comuni della Lunigiana e dell'Appennino parmense) non deve, a nostro parere, essere letto come una incapacità del territorio di "produrre" giovani che raggiungono i gradi più alti dell'istruzione, piuttosto di offrire loro forme di occupazione adeguate alle aspettative professionali che il loro percorso formativo gli offre, generando nella maggior parte dei casi flussi migratori.

La forza lavoro (quindi gli abitanti dai 15 ai 64 anni, generalmente considerati in età da lavoro) nei comuni del Parco è mediamente solo il 47,74% della popolazione (tasso di attività), ovvero in media ogni abitante lavorativamente attivo nei Comuni del Parco deve provvedere anche al

mantenimento di un'altra persona. Il tasso di disoccupazione è mediamente basso pari al 3,3% ma con punte che superano il 9 a Comano, Licciana Nardi, Fivizzano.

La maggior parte degli occupati sono nel settore del commercio (comprensivo delle imprese turistiche), ma significativo è anche l'impiego nell'agricoltura (il 37% della superficie dei Comuni del Parco è terreno agricolo a fronte della media italiana pari al 9%) che in alcuni Comuni è un settore molto significativo (Ramiseto 36,57%, Villa Minozzo 27,16%, Giuncugnano 27,12%, Fivizzano 28,55%) ad eccezione dei due Comuni parmensi in cui non risulta occupazione in agricoltura. Le aziende agricole del Parco sono per lo più di grosse dimensioni, in quasi la metà dei casi superiori ai 100 ettari di estensione (media nazionale 1%) mentre solo nel 9% dei casi si tratta di aziende che hanno un'estensione inferiore a 5 ettari (media nazionale 78%). Complessivamente si contano poco più di 4000 aziende agricole nei Comuni del Parco, nel 98% dei casi si tratta di aziende a conduzione diretta per lo più gestite con solo manodopera familiare.

La superficie maggiore è occupata dalle coltivazioni foraggere avvicendate, che occupano una superficie di 8009,26 ettari. Seguono le coltivazioni cerealicole, con 594,97, di cui 218,56 dedicate al frumento. A completare il quadro ci sono 136,16 ettari di coltivazioni ortive, prevalentemente di piccole aziende e per questo molto numerose pur a fronte di una ridotta superficie occupata (464 aziende orticole per una media di meno di 0,3 ettari per unità).

E' da notare come le coltivazioni ortive siano concentrate soprattutto nei Comuni di Licciana Nardi e Giuncugnano, mentre sono estremamente più ridotte negli altri Comuni. La Lunigiana prevale sia per il numero di aziende in assoluto che per le coltivazioni cerealicole, mentre l'Appennino Reggiano, insieme a quello Parmense prevale per quanto riguarda le coltivazioni foraggere.

La superficie maggiore è occupata dalle coltivazioni foraggere avvicendate, che occupano una superficie di 8009,26 ettari. Seguono le coltivazioni cerealicole, con 594,97, di cui 218,56 dedicate al frumento. A completare il quadro ci sono 136,16 ettari di coltivazioni ortive, prevalentemente di piccole aziende e per questo molto numerose pur a fronte di una ridotta superficie occupata (464 aziende orticole per una media di meno di 0,3 ettari per unità).

E' da notare come le coltivazioni ortive siano concentrate soprattutto nei Comuni di Licciana Nardi e Giuncugnano, mentre sono estremamente più ridotte negli altri Comuni. La Lunigiana prevale sia per il numero di aziende in assoluto che per le coltivazioni cerealicole, mentre l'Appennino Reggiano, insieme a quello Parmense prevale per quanto riguarda le coltivazioni foraggere.

I dati circa le forme di utilizzazione dei terreni agricoli nella loro forma aggregata ci danno delle informazioni importanti circa l'incidenza della produzione nell'area del Parco rispetto al territorio italiano. La quota destinata ai seminativi (quasi 9000 ettari) è pressoché irrilevante contro il milione e mezzo di ettari della superficie agricola italiana. Cambiano i termini se invece si considerano per esempio i prati permanenti e pascoli. Per il primo caso, i seminativi, parliamo di un'incidenza dello 0,57%, mentre nel secondo caso, l'incidenza è dell'1,96%. Ancora più evidente è il divario di questa incidenza per altri due significativi settori: per quanto riguarda l'arboricoltura da legno l'incidenza del Parco è pressoché irrilevante (0,07%), mentre per quanto riguarda l'area destinata a bosco, l'incidenza del Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano supera il 4% in termini di contributi al territorio nazionale.

Nell'area dei Comuni del Parco: prevale l'allevamento di suini con 17982 capi di cui oltre 12000 in Comune di Castelnovo ne Monti, seguito dai bovini con 13854 capi (di cui 2/3 circa composti da vacche) per un terzo siti nel Comune di Castelnovo ne' Monti.

Nei Comuni del Parco è molto diffusa la produzione di prodotti agroalimentari tipici certificati, vi è un discreto numero (13) di prodotti DOP ma soprattutto di Prodotti certificati come Tradizionali. La Lunigiana è l'area con un numero maggiore di prodotti agroalimentari tipici (29) ma in termini di produzione e fatturato sono i Comuni emiliani a prevalere grazie alle produzioni DOP del Parmigiano Reggiano e del prosciutto di Parma.

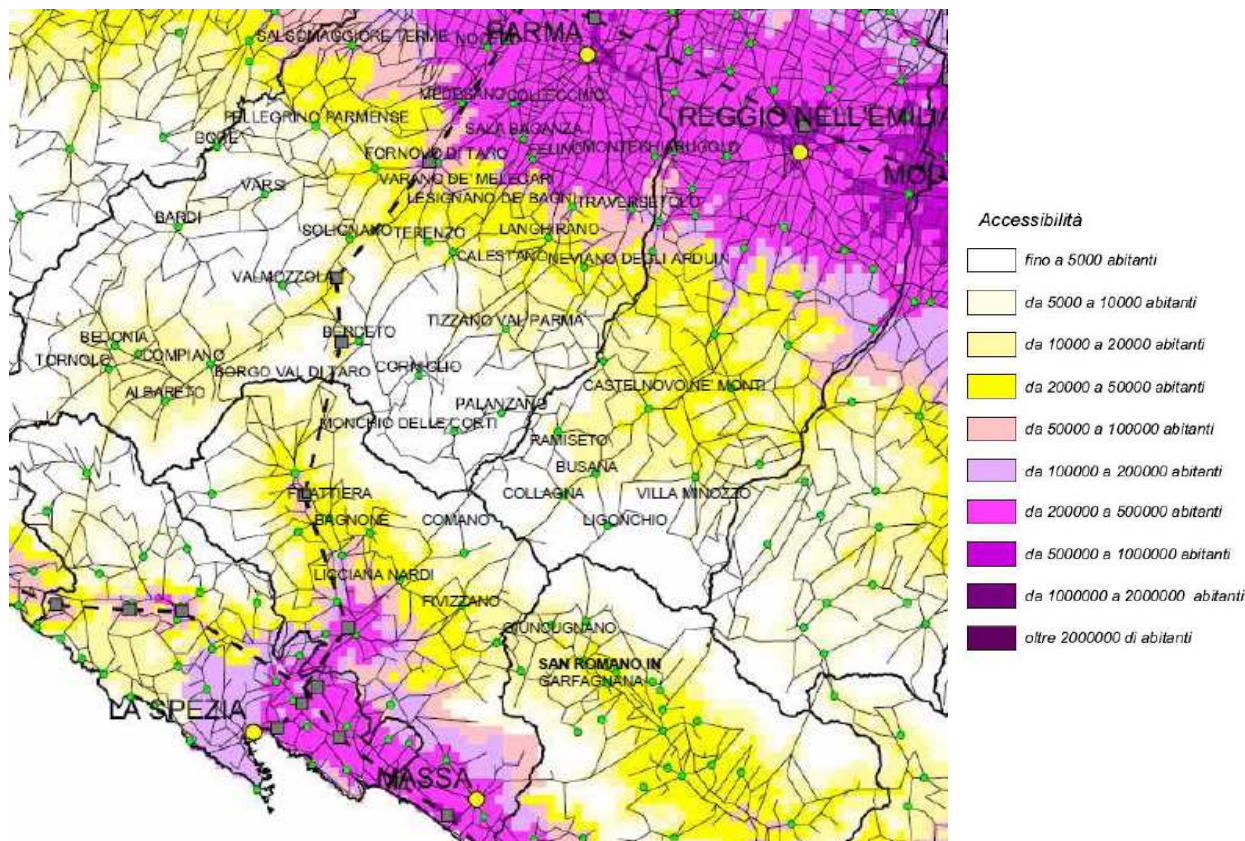
L'andamento del settore turistico vede forti differenze tra i vari territori e anche tra i singoli Comuni.

Delle oltre 235mila presenze complessivamente registrate, 183mila vengono fatte nei comuni dell'Appennino reggiano ed in particolare nel Comune di Busana (74mila) e Collagna (36mila), solo 20mila presenze vengono registrate dai cinque comuni della Lunigiana (di cui oltre 14mila dal solo Fivizzano), 22mila dai 3 comuni della Garfagnana (oltre 11mila in comune di Villacollemandina), circa 9mila dei comuni parmensi (Corniglio quasi 7mila). In Emilia la maggior parte degli arrivi e presenze (circa il 95%) si tratta di turisti italiani, in Lunigiana i turisti stranieri sono invece circa la metà stranieri ed in Garfagnana un quarto. Il rapporto fra presenze e arrivi, dunque la durata media dei soggiorni, è in media di 4,72 per il Parco. Appennino Reggiano e Garfagnana, rispettivamente con 5,24 e 5,26, presentano i valori più alti nella lunghezza dei soggiorni, mentre l'area parmense (2,44) e la Garfagnana (3,02) presentano un indice marcatamente più basso. Complessivamente si contano circa 250 strutture ricettive per un totale di 7400 posti letto di cui circa l'8% in agriturismo (percentuale che sale al 26% in Garfagnana e scende a circa il 2,7% in Appennino emiliano, arriva al 71,5% in Comune di Bagnone e si azzerà a Ligonchio). Ogni posto letto è occupato mediamente 34 giorni all'anno (meno di un giorno alla settimana), anche in questo caso con forti oscillazioni: a Castelnovo ne Monti ogni posto letto è occupato 103 giorni all'anno (a Collagna 84 a Busana 63), mentre a Licciana nardi solo 4 gironi all'anno (Filattiera 8, Comano 7,5).

Dall'analisi di alcuni tra i principali servizi sociali, economici e ricreativi emerge come Castelnovo Monti e Fivizzano siano i soli centri in grado di concentrare una serie significativa di servizi, ma anche come in generale il territorio sia ben infrastrutturato per quanto riguarda scuole, farmacie, banche e stazioni di rifornimento (ad eccezione della SS62 nei pressi del Passo del Lagastrello), mentre lo sia molto meno per quanto riguarda gli ospedali ed i cinema/teatri.

1.1.1 Accessibilità

1.1.1.1 Accessibilità dei residenti a medio raggio

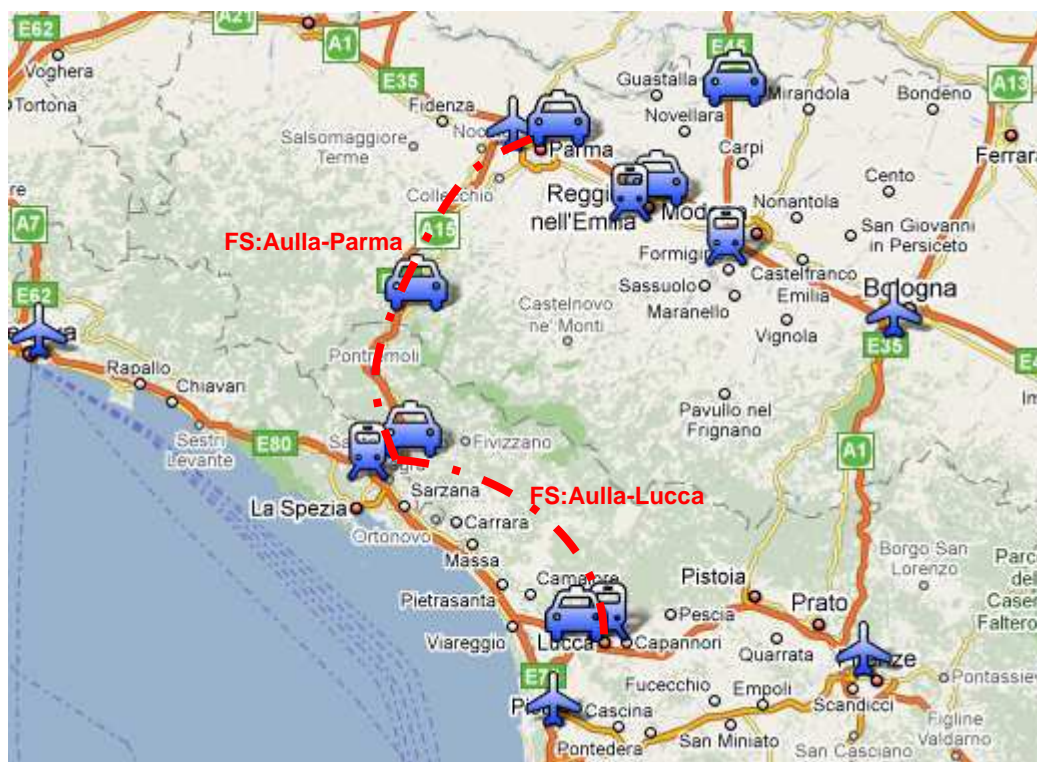


Fonte: Provincia di Parma – Piano della mobilità e della logistica della Provincia di Parma

La carta, ricavata dal Piano territoriale di coordinamento provinciale della Provincia di Parma, descrive l'accessibilità dei residenti a medio raggio nelle diverse aree della Provincia di Parma e confinanti, fra cui quella del parco. Questo indicatore ci mostra l'accessibilità alle diverse aree possibile per la popolazione circostante in 30 minuti ed è aggiornata al 1998. I Comuni del Parco, come caratteristica peculiare delle aree montane, si trovano come è evidente in una situazione di marginalità rispetto alle aree circostanti, in particolare a quelle urbane. In questo modo la colorazione bianca della carta (che rappresenta una accessibilità massima di 5000 abitanti) ricalca le aree di crinale ed è così evidente come la colorazione scalare, e quindi i diversi gradi di accessibilità, vari a seconda dell'altezza con un rapporto inversamente proporzionale. Ci sono comunque delle sensibili differenze: in particolare i Comuni della Provincia di Massa Carrara, eccezion fatta per Comano, sono i più accessibili (dai 10000 ai 20000 abitanti), trovandosi più vicini alle aree di maggiore densità di popolazione. Una seconda classe di accessibilità più ridotta (fra i 5000 e i 10000 abitanti) è visibile nei Comuni della Provincia di Lucca e di Reggio Emilia (in particolare per Castelnuovo ne' Monti). I comuni più isolati in termini di accessibilità sono invece quelli dell'area parmense oltre a Comano, Ligonchio e Collagna. E' opportuno ricordare come questo tipo di accessibilità sia determinata soprattutto da caratteristiche fisiche e che tiene conto esclusivamente della distanza fisica.

1.1.1.2 Distanza da aeroporti, stazioni treno, autostrade

Si è reputato utile, sempre nell’ottica di misurazione della distanza fisica, passare in rassegna la vicinanza o lontananza dei capoluoghi comunali e del Passi del Parco rispetto ai principali nodi di collegamento disponibili.



I caselli autostradali, gli aeroporti e le stazioni ferroviarie più importanti nei pressi del Parco – fonte google maps

Sono stati scelti gli aeroporti di Bologna, Firenze, Genova, Parma e Pisa; questi ultimi due appaiono i più interessanti per lo sviluppo turistico del Parco, non solo perché “più vicini” a molte aeree ma perché si tratta di scali fortemente utilizzati da compagnie low-cost (in particolare entrambi ospitano Rain-air con la tratta su Londra) e possono consentire quindi facili collegamenti in pacchetti di attraversamento del parco Nord-Sud o viceversa.

Come stazioni ferroviarie abbiamo considerato quelle poste sull’asse Milano Roma, quella di Sassuolo (significativa per l’area dei Gessi Triassici e del crinale di Villa Minozzo), le stazioni della tratta Parma-Aulla ed Aulla-Lucca; quest’ultima pur essendo un collegamento poco frequentato è da ritenere strategico per lo sviluppo socio-economico del Parco, sia per la valenza storica ed ambientale della tratta, sia perché attraversa molti comuni del Parco, sia perché è già oggetto di importanti esperienze di successo nell’ambito turistico (Treno dei sapori della Garfagnana) ed ospita, nella stazione di Rometta, la Piazza dei Parchi, ultima opera del maestro Cascella, che sarà destinata ad ospitare periodici eventi per la valorizzazione e commercializzazione dei prodotti tipici dei Parchi di Mare e di Appennino.

Relativamente alle autostrade abbiamo considerato i caselli più vicini ai territori del Parco sulla A1, A15 ed A11.

E' importante notare che la distanza, calcolata con alcuni dei principali elaboratori di percorsi stradali in rete (distanze navteq e google earth), non è da intendersi come distanza lineare assoluta, bensì come i chilometri ed i tempi di percorrenza necessari per raggiungere la destinazione con la strada più veloce.. In questo modo la distanza calcolata si avvicina maggiormente al concetto di distanza-costo e distanza-tempo, mettendo in condizione di valutare vicinanza e lontananza determinata dall'uso della strada più veloce considerata come la preferibile.

	distanza dai principali aeroporti (KM)					distanza dai principali aeroporti (min.)				
	Parma	Pisa	Genova	Bologna	Firenze	Parma	Pisa	Genova	Bologna	Firenze
Busana	74,2	137,0	166,0	120,0	196,0	88	110	138	107	145
Castelnovo ne' Monti	64,3	150,0	180,0	108,0	196,0	77	124	152	96	147
Collagna	81,1	130,0	159,0	127,0	190,0	97	103	131	116	137
Ligonchio	89,7	145,0	174,0	119,0	153,0	112	129	158	117	150
Ramiseto	65,4	139,0	169,0	122,0	199,0	83	122	150	114	156
Villa Minozzo	87,3	167,0	196,0	104,0	192,0	92	146	174	96	147
Bagnone	92,1	98,5	128,0	183,0	158,0	76	72	100	121	107
Comano	116,0	102,0	131,0	207,0	161,0	91	77	105	135	111
Filattiera	85,8	97,8	127,0	177,0	157,0	66	68	96	111	102
Fivizzano	116,0	101,0	131,0	207,0	161,0	90	76	104	135	110
Licciana Nardi	106,0	91,6	121,0	197,0	151,0	77	63	91	122	97
Giuncugnano	133,0	119,0	148,0	224,0	132,0	114	99	127	158	125
San Romano in Garfagnana	147,0	96,3	162,0	205,0	121,0	128	99	141	158	114
Villa Collemandina	157,0	93,5	180,0	202,0	118,0	144	94	157	151	107
Corniglio	54,3	148,0	177,0	172,0	207,0	67	107	135	120	141
Monchio delle Corti	69,0	124,0	154,0	161,0	184,0	82	103	131	136	137
Passo del Cerreto	91,4	119,0	148,0	138,0	178,0	105	91	109	124	125
Passo Lagastrello	78,3	112,0	141,0	217,0	170,0	91	88	116	147	120
Passo della Pradarena	96,4	111,0	175,0	128,0	143,0	122	113	153	131	137

	stazioni ferroviarie più vicine (Km)					stazioni ferroviarie più vicine(min.)					* stazione più vicina sulla linea	
	Reggio Emilia		linea Parma- Aulla*		linea Lucca*	Reggio Emilia		linea Parma- Aulla*		linea Lucca*		
	Parma	Sassuolo	Aulla*	Lucca*	Emilia	Parma	Sassuolo	Aulla*	Lucca*			
Busana	54,6	67,5	63,5	n.s.	42,4	65	86	69	n.s.	44	n.s.	Gassano di Fiv.
Castelnovo ne' Monti	41,8	57,6	50,8	n.s.	55,9	53	74	57	n.s.	56	n.s.	Gassano di Fiv.
Collagna	61,5	74,4	70,4	n.s.	35,6	75	95	78	n.s.	35	n.s.	Gassano di Fiv.
Ligonchio	64,4	83,1	60,7	n.s.	30,3	85	110	73	n.s.	37	n.s.	Piazza al Serchio
Ramiseto	55,8	58,7	64,7	n.s.	53,5	72	81	76	n.s.	57	n.s.	Gassano di Fiv.
Villa Minozzo	49,4	84,7	45,6	n.s.	48,2	64	91	51	n.s.	63	n.s.	Piazza al Serchio
Bagnone	128	99	n.s.	5,3	16,6	97	78	n.s.	11	23	Villafranca L.	Aulla
Comano	90,8	123	n.s.	20	20	116	93	n.s.	29	29	Aulla	Aulla
Filattiera	121	92,7	n.s.	4,6	15,9	87	68	n.s.	6**	19**	Villafranca L.	Aulla
Fivizzano	89,9	123	n.s.	19,1	7,3	101	92	n.s.	25	10	Aulla	Gassano di Fiv.
Licciana Nardi	142	113	n.s.	10	10	158	79	n.s.	15	15	Aulla	Aulla
Giuncugnano	n.s.	n.s.	97,7	n.s.	8,9	n.s.	n.s.	121	n.s.	11	n.s.	Piazza al Serchio
San Romano in Garf.	n.s.	n.s.	94,9	n.s.	9	n.s.	n.s.	117	n.s.	13	n.s.	Camporgiano
Villa Collemandina	n.s.	n.s.	93,1	n.s.	8,1	n.s.	n.s.	106	n.s.	12	n.s.	Castelnuovo Garf.
Corniglio	n.s.	49,7	n.s.	33	n.s.	n.s.	67	n.s.	44	n.s.	Berceto	n.s.
Monchio delle Corti	n.s.	64,5	n.s.	49,9	n.s.	n.s.	83	n.s.	61	n.s.	Villafranca L.	n.s.
Passo del Cerreto	71,8	84,7	80,8	n.s.	24,5	82	102	86	n.s.	23	n.s.	Gassano di Fiv.
Passo Lagastrello	82	73,7	n.s.	29,9	29,9	104	92	n.s.	39	39	Aulla	Aulla
Passo della Pradarena	76,8	n.s.	69,7	n.s.	20,9	100	n.s.	87	n.s.	24	n.s.	Piazza al Serchio

**a Filattiera c'è la stazione che porta ad Aulla
 n.s. : non significativo

	distanza dai caselli autostradali più vicini (KM)								distanza dai caselli autostradali più vicini (min)							
					A1 A1								A1 A1			
	A15 Aulla	A15 Pontremoli	A15 Berceto	A15 Borgotaro	A11 Lucca	A1 Parma	Reggio Emilia	Modena Nord	A15 Aulla	A15 Pontremoli	A15 Berceto	A15 Borgotaro	A11 Lucca	A1 Parma	Reggio Emilia	Modena Nord
Busana	54,4	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	71,1	59,2	78,8	61	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	92	70	85
Castelnovo ne' Monti	68,3	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	61,3	46,5	66,1	75	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	81	59	73
Collagna	47,9	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	78,1	66,2	85,7	54	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	101	80	94
Ligonchio	62,7	n.s.	n.s.	n.s.	93,1	n.s.	69,1	75,9	80	n.s.	n.s.	n.s.	116	n.s.	90	89
Ramiseto	57,2	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	62,4	60,4	80	73	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	87	77	92
Villa Minozzo	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	111	71	54,1	62,2	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	141	101	69	70
Bagnone	16,3	12,4	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	23	21	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Comano	19,4	37	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	27	47	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Filattiera	15,6	6,1	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	18	10	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Fivizzano	19,3	38,6	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	26	48	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Licciana Nardi	9,4	27,1	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	13	33	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Giuncugnano	37	n.s.	n.s.	n.s.	72,7	n.s.	n.s.	113	50	n.s.	n.s.	n.s.	92	n.s.	n.s.	137
San Romano in Garf.	50,3	n.s.	n.s.	n.s.	61,8	n.s.	n.s.	110	64	n.s.	n.s.	n.s.	80	n.s.	n.s.	133
Villa Collemandina	60,3	n.s.	n.s.	n.s.	58,7	n.s.	n.s.	108	80	n.s.	n.s.	n.s.	73	n.s.	n.s.	122
Corniglio	n.s.	n.s.	25	33,4	n.s.	54,3	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	33	45	n.s.	75	n.s.	n.s.
Monchio delle Corti	n.s.	n.s.	42,9	51,2	n.s.	69	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	55	68	n.s.	90	n.s.	n.s.
Passo del Cerreto	36,8	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	88,4	76,5	96	41	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	109	87	102
Passo Lagastrello	29,6	40,2	57,4	65,7	n.s.	78,3	85	n.s.	39	56	73	85	n.s.	99	108	n.s.
Passo della Pradarena	63,5	n.s.	n.s.	n.s.	83,7	n.s.	81,5	84,9	78	n.s.	n.s.	n.s.	103	n.s.	105	103

n.s. : non significativo

E' stata infine stilato empiricamente e a puro titolo orientativo un "Indice di accessibilità" dei Comuni e dei Passi in termini sia di distanza chilometrica sia di tempi di percorrenza. I chilometri ed i tempi indicati nella graduatoria sono la somma delle distanza necessaria per raggiungere il casello autostradale, la stazione ferroviaria e l'aeroporto più vicino.

indice di accessibilità			
somma delle distanze/ tempi dell'aeroporto più vicino, stazione ferroviaria più vicina, casello stradale più vicino			
	km	min.	
1 Filattiera	96,5	82	Filattiera 1
2 Bagnone	109,8	91	Licciana Nardi 2
3 Licciana Nardi	111	104	Bagnone 3
4 Corniglio	112,3	112	Fivizzano 4
5 Fivizzano	127,6	133	Comano 5
6 Passo Lagastrello	137,8	144	Corniglio 6
7 Comano	141,4	155	Passo del Cerreto 7
8 Castelnuovo ne' Monti	152,6	160	Giuncugnano 8
9 Passo del Cerreto	152,7	166	Passo Lagastrello 9
10 San Romano in Garfagnana	155,6	176	San Romano in Garfagnana 10
11 Villa Collemandina	160,3	179	Villa Collemandina 11
12 Monchio delle Corti	161,8	186	Collagna 12
13 Collagna	164,6	189	Castelnuovo ne' Monti 13
14 Giuncugnano	164,9	193	Busana 14
15 Busana	171	198	Monchio delle Corti 15
16 Ramiseto	176,1	212	Villa Minozzo 16
17 Passo della Pradarena	180,8	213	Ramiseto 17
18 Ligonchio	182,7	215	Passo della Pradarena 18
19 Villa Minozzo	187	229	Ligonchio 19

Grazie a questo esercizio, nonostante la consapevolezza dell'approssimazione e non validità scientifica del dato, appare evidente come in generale i Comuni della Lunigiana ed in particolar modo Filattiera, Licciana Nardi e Bagnone risultino ben collegati ad aeroporti, stazioni e autostrade, mentre l'Appennino reggiano ed in particolare Ligonchio, Villa Minozzo e Ramiseto sono i Comuni con maggiori distanza dai nodi di collegamento della grande mobilità.

Per quanto riguarda l'Appennino parmense spicca una discreta differenza tra Corniglio, piuttosto accessibile, e Monchio delle Corti che lo è molto meno. La situazione dei Comuni della Garfagnana è invece piuttosto omogenea e si pone a circa la metà di questa "classifica".

Tra i Passi quello del Cerreto e del Lagastrello risultano in una situazione di discreto collegamento con aeroporti, stazioni ed autostrade (molto migliore di molti capoluoghi di Comune), mentre il passo di Pradarena vi appare estremamente distante sia in termini chilometrici che di tempo.

In tutti i territori, ad eccezione in parte del Comune di Corniglio, si sottolinea però come ci siano forti differenze in termini di accessibilità tra le zone a fondo valle (dove spesso sono collocati i capoluoghi) ed il crinale.

1.1.2 Contesto sociale

1.1.2.1 Residenti e densità

Un altro aspetto significativo nell'analisi socioeconomica di un'area come quella del Parco è quella relativa alle dinamiche della popolazione lette in un'ottica diacronica: in generale negli ultimi anni si assiste a un continuo svuotamento delle popolazioni di montagna, in cui Saldo Naturale e Saldo Migratorio non riescono a portare a un aumento significativo degli abitanti. Tutto questo comporta delle conseguenze riguardo alla composizione per età della popolazione, alla sua attività, produttività e anche creatività e innovazione. Non di ultima importanza c'è anche la questione della diminuzione del ruolo di presidio del territorio da parte delle popolazioni locali quando queste diminuiscono nei centri più piccoli. Per questo motivo è necessaria un'attenta disamina delle dinamiche demografiche in atto anche nei Comuni del Parco, che rispecchiano questa tendenza delle aree marginali anche se con dovute eccezioni e con dinamiche più caratteristiche dell'area.

		popolazione residente al 1999			popolazione residente al 2007			variazione % 1999-2007		
		T	F	M	T	F	M	T	F	M
Appennino Reggiano	Busana	1353	718	635	1293	665	628	-4,43	-7,38	-1,10
	Castelnovo ne' Monti	9894	5061	4833	10597	5420	5177	7,11	7,09	7,12
	Collagna	1028	513	515	996	492	504	-3,11	-4,09	-2,14
	Ligonchio	1055	533	522	940	487	453	-10,90	-8,63	-13,22
	Ramiseto	1489	744	745	1372	653	719	-7,86	-12,23	-3,49
	Villa Minozzo	4067	2051	2016	4043	2046	1997	-0,59	-0,24	-0,94
Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano		18886	9620	9266	19241	9763	9478	1,88	1,49	2,29
Lunigiana	Bagnone	2080	1110	970	1964	1004	960	-5,58	-9,55	-1,03
	Comano	801	425	376	781	408	373	-2,50	-4,00	-0,80
	Filattiera	2520	1276	1244	2427	1253	1174	-3,69	-1,80	-5,63
	Fivizzano	9437	4888	4549	8822	4241	4581	-6,52	-13,24	0,70
	Licciana Nardi	4756	2463	2293	4975	2552	2423	4,60	3,61	5,67
Totale Comuni del Parco in Lunigiana		19594	10162	9432	18969	9458	9511	-3,19	-6,93	0,84
Garfagnana	Giuncugnano	565	287	278	499	258	241	-11,68	-10,10	-13,31
	San Romano in Garfagnana	1422	739	683	1433	733	700	0,77	-0,81	2,49
	Villa Collemandina	1381	711	670	1373	707	666	-0,58	-0,56	-0,60
Totale Comuni del Parco in Garfagnana		3368	1737	1631	3305	1698	1607	-1,87	-2,25	-1,47
Appennino Parmense	Corniglio	2322	1199	1123	2101	1069	1032	-9,52	-10,84	-8,10
	Monchio delle Corti	1269	654	643	1078	536	542	-15,05	-18,04	-15,71
Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense		3591	1853	1766	3179	1605	1574	-11,47	-13,38	-10,87
Totale Parco Nazionale		45439	23372	22095	44694	22524	22170	-1,64	-3,63	0,34

Fonte dati: demo.istat (al 31.12)

La popolazione complessiva appare in lenta diminuzione. Il Parco Nazionale ha perso l'1,64% della popolazione dal 1999 al 2007. In particolare un vero e proprio crollo di popolazione lo si ravvisa nell'Appennino Parmense, che perde nel suo complesso circa l'11% dei suoi abitanti (così come accade anche per il Comune di Giuncugnano per quanto riguarda la Garfagnana ed il Comune di Ligonchio entrambi oltre il -13%). In controtendenza troviamo l'Appennino Reggiano, interamente grazie al ruolo attrattivo del Comune di Castelnovo ne' Monti, che controbilancia da

solo la tendenza alla diminuzione dei Comuni circostanti. E' anche necessario far notare come il Comune di Castelnovo, come vedremo successivamente per altri aspetti e per l'esame dei Sistemi Locali del Lavoro, eserciti un ruolo attrattore rispetto agli stessi Comuni circostanti, la cui perdita di popolazione si dirige verso il centro di maggiore grandezza.

Una seconda analisi riguarda le variazioni di popolazione per sesso. Generalmente un forte indice di maschilità rappresenta una popolazione più attiva, rappresentando un maggiore tasso di natalità (è generalmente accettato in demografia il fatto che ogni femmina nascono, in media, 1,06 maschi) e un maggiore tasso di immigrazione (in generale l'immigrazione caratterizza popolazioni di giovane età con alti tassi di fertilità). Una popolazione maggiormente femminile indica invece un maggiore invecchiamento, dal momento che la durata media delle donne è più lunga di quella degli uomini (le donne posseggono inoltre una minore mortalità nel corso degli anni e sopraggiungono anche motivazioni storiche, quali le guerre, che hanno in passato falciato diverse generazioni maschili ora in età anziana). La diminuzione di popolazione femminile all'interno del Parco (-3,63%) controbilanciata solo in minima parte da una lieve crescita della popolazione maschile (+0,34%), non fa altro che confermare la presenza di una popolazione marcatamente anziana, da cui si differenzia ancora Castelnovo ne' Monti, che presenta una variazione di popolazione pressoché identica sia per il sesso maschile che per il sesso femminile. Troviamo dunque una popolazione maschile più dinamica nell'Appennino Reggiano, seguito dalla Lunigiana (in particolare con Licciana Nardi, che conosce il secondo tasso più alto di crescita, con una netta maggioranza maschile). In forte calo invece la dinamica di Giuncugnano e soprattutto dell'Appennino Parmense, che deve affrontare un veloce e pericoloso svuotamento che, a meno che intervenga un riequilibrio nei prossimi anni, potrebbe arrivare a livelli irreversibili.

		superficie comunale in kmq	residenti al 2007	densità ab/kmq nel 2007
Appennino Reggiano	Busana	30,4	1293	42,55
	Castelnovo ne' Monti	96,5	10537	109,19
	Collagna	66,9	996	14,89
	Ligonchio	61,6	940	15,26
	Ramiseto	98,2	1372	13,97
	Villa Minozzo	167,9	4043	24,08
	Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano	521,5	19181	36,78
Lunigiana	Bagnone	73,8	1964	26,63
	Comano	54,7	781	14,29
	Filattiera	48,9	2427	49,59
	Fivizzano	180,6	8822	48,85
	Licciana Nardi	55,9	4975	88,93
Totale Comuni del Parco in Lunigiana	413,9	18969	45,83	
Garfagnana	Giuncugnano	18,9	499	26,35
	San Romano in Garfagnana	26,0	1433	55,03
	Villa Collemantina	34,8	1373	39,44
Totale Comuni del Parco in Garfagnana	79,8	3305	41,42	
Appennino Parmense	Corniglio	166,1	2101	12,65
	Monchio delle Corti	69,1	1079	15,61
	Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense	235,2	3180	13,52
Totale Parco Nazionale		1250,4	44635	35,70
densità di popolazione in Italia				199,30

Fonte dati: demo.istat (al 31.12)

Risulta evidente la correlazione fra fattori fisici, accessibilità e fattori demografici. Per quanto riguarda la densità della popolazione, il Parco si trova chiaramente al di sotto della media nazionale, con una densità media pari al 35,70%. Chiaramente questi dati confermano quanto già detto in precedenza riguardo ad ammontare, crescita e diminuzione della popolazione, anche se il dato in rapporto alla superficie comunale cambia sensibilmente, nel momento in cui sono la Garfagnana e la Lunigiana le due aree complessivamente più densamente popolate con una distribuzione piuttosto omogenea tra i vari Comuni ad eccezione di Comano (14,29 abitanti per Km²) che ha valori simili ai Comuni dell'Appennino Parmense ovvero tra i più bassi rilevati (Corniglio ha la densità più bassa tra i Comuni del Parco con 12,65 abitanti per Km²). L'Appennino Reggiano, se non ci fosse il dato in controtendenza di Castelnovo ne' Monti (109,19 abitanti per Km² valore di densità più alto tra i comuni del Parco) avrebbe una densità media piuttosto bassa, quasi pari a quella dell'Appennino Parmense.

Si evidenzia come la densità è estremamente bassa ed omogenea nei Comuni che occupano esclusivamente porzioni di crinale (Comano, Corniglio, Monchio delle Corti, Ramiseto, Collagna, Ligonchio) dove è collocato la maggior parte del perimetro del Parco.

E' importante far notare però come la densità di popolazione sia solitamente associata non solo a vivacità economica ma anche a varie problematiche quali congestione, difficoltà abitative, minore qualità della vita, motivo per cui sono d'obbligo delle distinzioni soprattutto in relazione alle funzioni ricreative e di tutela ambientale del Parco Nazionale.

1.1.2.2 Dinamiche di migratorie

		saldo migratorio			tasso migratorio totale
		T	F	M	
Appennino Reggiano	Busana	55	0	55	41,57
	Castelnovo ne' Monti	601	321	280	58,66
	Collagna	39	30	9	38,54
	Ligonchio	-1	9	-10	-1,00
	Ramiseto	38	-1	39	26,56
	Villa Minozzo	270	135	135	66,58
Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano		1002	494	508	52,56
Garfagnana	Giuncugnano	38	<i>n.d.</i>	<i>n.d.</i>	71,43
	San Romano in Garfagnana	71	<i>n.d.</i>	<i>n.d.</i>	49,74
	Villa Collemandina	109	<i>n.d.</i>	<i>n.d.</i>	79,16
	Totale Comuni del Parco in Garfagnana	218	<i>n.d.</i>	<i>n.d.</i>	65,34
Appennino Parmense	Corniglio	81	36	45	36,63
	Monchio delle Corti	4	-9	13	3,41
	Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense	85	27	58	25,11

*tasso migratorio totale = (SM / Pmedia *1000)

dati demo.istat (al 31.12), GAL SOPRIP, Provincia di Lucca. Nostra rielaborazione.

		SM 1991-2001	F	M	tasso migratorio totale*
Lunigiana	Bagnone	3	-16	19	1,40
	Comano	41	20	21	49,07
	Filattiera	83	41	42	32,75
	Fivizzano	-22	-20	-2	-2,26
	Licciana Nardi	440	220	220	94,91
	Totale Comuni del Parco in Lunigiana	545	245	300,00	27,40

Dati demo.istat (al 31.12). Nostra rielaborazione.

I dati relativi al saldo migratorio (Immigrati – Emigrati), mostrati anche con l'indicatore del tasso migratorio totale sono piuttosto significativi. L'area del Parco dimostra una buona attrattività, dal momento che gli immigrati superano gli emigrati in quasi tutti i casi, soprattutto riguardo alla Garfagnana. L'iscrizione di nuovi residenti però non significa necessariamente un aumento della popolazione, questo perché, con ogni probabilità, l'immigrazione si svolge a numeri non sufficientemente alti rispetto alla perdita di popolazione dovuto all'invecchiamento e alla bassa natalità.

Questo dato risulta comunque essere confortante per lo stato di salute demografica e il futuro dell'area, soprattutto per alcune situazioni come quella dell'Appennino Parmense, che dimostrano la loro capacità di attirare popolazione e di poter arrivare a un'inversione di tendenza nel medio

periodo relativamente alle dinamiche di aumento e diminuzione del numero degli abitanti, con tutto quello che ne consegue. Molto più preoccupanti sono invece i dati relativi a Ligonchio e Fivizzano, la cui tendenza migratoria negativa combinata alla diminuzione di popolazione potrebbe portare a situazioni di degrado demografico più problematiche.

1.1.2.3 Popolazione straniera

		n° stranieri	popolazione totale	valore %
Appennino Reggiano	Busana	46	1293	3,56%
	Castelnovo ne' Monti	925	10537	8,78%
	Collagna	36	996	3,61%
	Ligonchio	32	940	3,40%
	Ramiseto	49	1372	3,57%
	Villa Minozzo	244	4043	6,04%
	Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano	1332	19181	6,94%
Lunigiana	Bagnone	87	1964	4,43%
	Comano	79	781	10,12%
	Filattiera	173	2427	7,13%
	Fivizzano	283	8822	3,21%
	Licciana Nardi	265	4975	5,33%
	Totale Comuni del Parco in Lunigiana	887	18969	4,68%
Garfagnana	Giuncugnano	10	499	2,00%
	San Romano in Garfagnana	42	1433	2,93%
	Villa Collemandina	33	1373	2,40%
	Totale Comuni del Parco in Garfagnana	85	3305	2,57%
Appennino Parmense	Corniglio	52	2101	2,48%
	Monchio delle Corti	18	1079	1,67%
	Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense	70	3180	2,20%
Totale Parco Nazionale		2374	44635	5,32%

fonte: rielaborazione dati demo.istat (aggiornati al 31.12.2007)

Con il termine popolazione straniera l'Istat intende persone non italiane "provenienti da tutti i paesi", quindi compresi anche cittadini dell'Unione Europea. Ciò detto va però sottolineato come in tutti i Comuni del Parco le percentuali di stranieri provenienti dall' "Europa dei 15" sono irrisorie. Nei Comuni emiliani la maggior parte degli stranieri vengono dai paesi dell'Est Europa o da Paesi in via di Sviluppo africani e asiatici, seguendo come accade mediamente in Italia. Sono più differenziate le provenienze invece dei Comuni toscani dove la popolazione straniera è più variegata con varie provenienze con percentuale più alta anche da Regno Unito, Francia, Usa, Paesi Bassi (spesso proprietari di case) anche se comunque prevalgono anche qui gli "stranieri lavoratori" (Europa Est-Pvs).

I dati relativi all'immigrazione possono essere ulteriormente dettagliati guardando in questa tabella la percentuale degli stranieri, considerabili tutti di prima o seconda generazione. In particolare, essendo quello dell'immigrazione straniera un fenomeno che avviene solitamente in contesti prettamente urbani (almeno per quanto riguarda l'arrivo), i Comuni che attirano maggiormente

immigrati stranieri possono fare parte di quel fenomeno detto di “diffusione urbana” che ha investito anche aree lontane dai principali centri urbani tradizionali di livello regionale. L’Appennino Reggiano si dimostra maggiormente attrattivo per gli stranieri (ha sia il maggior numero assoluto che in percentuale sulla popolazione), probabilmente grazie alla presenza di Sistemi locali del lavoro particolarmente significativi quali quelli di Castelnovo ne’ Monti e di Villa Minozzo. Estremamente alto, quantomeno in percentuale, il valore del Comune di Comano (10,12%) mentre mediamente poco attrattive risultano essere i Comuni della Garfagnana (2,57 %) e dell’Appennino parmense (2,20 %). In definitiva la percentuale di popolazione straniera nell’area del parco è significativa ed è pari all’5,32%: si tratta di una popolazione giovane e produttiva che può diventare molto importante per rendere più vivace l’area nel futuro e che mette i Comuni in grado di aprirsi a tematiche del multiculturalismo e di maggiore apertura, diminuendo la distanza relazionale tradizionalmente presente fra la cultura montana e la cultura urbana. Il dato complessivo del parco è addirittura superiore a quello nazionale (che secondo i dati della Caritas, i più attendibili in materia, vede una presenza di popolazione straniera in Italia del 6,7%). Al dato è comunque necessario aggiungere, oltre alla quota di lavoratori stranieri, anche l’arrivo nel Parco di nuova popolazione straniera alla ricerca di alta qualità della vita.

1.1.2.4 Pendolarismo

		Luogo di destinazione			% pendolari extra-comunali/totale
		nello stesso comune di dimora	fuori dal comune di dimora	totale	
Appennino Reggiano	Busana	317	242	559	43,29
	Castelnovo ne’ Monti	3933	1147	5080	22,58
	Collagna	135	155	290	53,45
	Ligonchio	155	121	276	43,84
	Ramiseto	322	177	499	35,47
	Villa Minozzo	842	692	1534	45,11
	Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano	5704	2534	8238	30,76
Lunigiana	Bagnone	285	307	592	51,86
	Comano	132	104	236	44,07
	Filattiera	371	569	940	60,53
	Fivizzano	1975	1300	3275	39,69
	Licciana Nardi	988	1117	2105	53,06
	Totale Comuni del Parco in Lunigiana	3751	3397	7148	47,52
Garfagnana	Giuncugnano	99	104	203	51,23
	San Romano in Garfagnana	196	423	619	68,34
	Villa Collemandina	203	371	574	64,63
	Totale Comuni del Parco in Garfagnana	498	898	1396	64,33
Appennino Parmense	Corniglio	377	329	706	46,60
	Monchio delle Corti	174	94	268	35,07
	Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense	551	423	974	43,43
Totale Parco Nazionale		10504	7252	17756	40,84

Fonte dati: censimento Istat 2001, nostra rielaborazione

Il pendolarismo è un fenomeno strettamente legato al mercato del lavoro e all'attrattività di una determinata area o determinato comune, per questo motivo anche qui i Sistemi Locali del Lavoro giocano un ruolo fondamentale. In particolare nella tabella vediamo la percentuale di abitanti che si spostano giornalmente al di fuori del Comune di residenza (e quelli che invece vi rimangono) e la percentuale di pendolari sul totale della popolazione. Il Parco Nazionale mostra una percentuale di spostamenti al di fuori del Comune di residenza del 40,84%, con le solite differenziazioni specifiche. L'Appennino Reggiano mostra il più basso tasso di spostamenti al di fuori dei confini comunali, a conferma della presenza di attività che attirano la popolazione anziché costringerla a lavorare al di fuori. E' infatti il Comune di Castelnovo ne' Monti a richiedere minore spostamento dei suoi residenti, fatto chiaramente legato alla sua maggiore grandezza e alla sua centralità come polo attrattore. Molto più alto invece è il pendolarismo per gli abitanti della Garfagnana. Rimangono invece piuttosto nella media i Comuni dell'Appennino Parmense e della Lunigiana.

1.1.2.5 Distribuzione anagrafica

		pop. totale	giovani < 25 anni		>=25 e <40 anni		>=40 anni	
			n.	% su tot	n.	% su tot	n.	% su tot
Appennino Reggiano	Busana	1300	237	18,23	235	18,08	828	63,69
	Castelnovo ne' Monti	10548	1767	16,75	1578	14,96	4195	39,77
	Collagna	997	159	15,95	184	18,46	654	65,60
	Ligonchio	945	122	12,91	160	16,93	663	70,16
	Ramiseto	1371	221	16,12	229	16,70	921	67,18
	Villa Minozzo	4039	747	18,49	690	17,08	2602	64,42
	Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano	19200	3253	16,94	3076	16,02	9863	51,37
Lunigiana	Bagnone	1817	282	15,52	322	17,72	1213	66,76
	Comano	700	110	15,71	110	15,71	480	68,57
	Filattiera	2177	433	19,89	408	18,74	1336	61,37
	Fivizzano	8244	1404	17,03	1497	18,16	5343	64,81
	Licciana Nardi	4475	975	21,79	1026	22,93	2474	55,28
	Totale Comuni del Parco in Lunigiana	17413	3204	18,40	3363	19,31	10846	62,29
Appennino Parmense	Corniglio	2105	285	13,54	350	16,63	1474	70,02
	Monchio delle Corti	1091	119	10,91	170	15,58	802	73,51
	Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense	3196	404	12,64	520	16,27	2276	71,21

fonte dati: Piano di Azione Locale Appennino Modenese e Reggiano - Piano di Azione Locale Appennino Parmense e Piacentino, SISL Lunigiana. Nostra rielaborazione dei dati

		popolaz. totale	<5	fino a 14	18+	15-64	65+	80+	indice dipendenza
Garfagnana	Giuncugnano	538	15	56	474	314	168	51	92,36%
	San Romano in Garfagnana	1432	59	182	1211	887	363	91	78,35%
	Villa Collemantina	1400	45	154	1212	883	363	89	73,73%
	Totale Comuni del Parco in Garfagnana	3370	119	392	2897	2084	894	231	78,50%

fonte dati: SISL Garfagnana

Anche i numeri relativamente alla struttura per età della popolazione confermano le tendenze in atto. Un dato di fatto importante è che il 71,21% della popolazione delle province di Parma, Reggio Emilia e Massa Carrara è sopra i 40 anni. Sono i comuni della Lunigiana quelli ad avere una porzione di popolazione giovane più rilevante, mentre i Comuni parmensi (e con essi anche il Comune di Ligonchio che si riconferma l'eccezione per l'area reggiana) mostrano ancora problematiche di rinnovo della popolazione con più del 70% della popolazione sopra i 40 anni.

I dati relativi all'invecchiamento della popolazione ci mostrano anche il rilevante fenomeno degli over 80: sono i Comuni lucchesi, Castelnovo ne' Monti, Filattiera e Licciana Nardi quelli con una minore percentuale, e confermano ancora la loro attrattività per popolazione giovane e attiva, mentre i Comuni di Ligonchio, Corniglio e Monchio delle Corti confermano la tendenza in atto. Queste ultime considerazioni sull'invecchiamento della popolazione ci mettono di fronte a diverse questioni aperte relativamente ai servizi da realizzare nel Parco: da una parte è necessario approntare politiche di welfare in grado di supportare questa grande crescita di anziani che, stando ai dati presenti, non diminuirà sostanzialmente nel corso dei prossimi anni. Dall'altro lato sono necessari servizi in grado di attrarre e servire le popolazioni più giovani o comunque lavorativamente attive anche al di fuori dei centri di lavoro tradizionali.

		% pop. over 80
Appennino Reggiano	Busana	10,80
	Castelnovo ne' Monti	7,70
	Collagna	12,20
	Ligonchio	15,20
	Ramiseto	13,80
	Villa Minozzo	11,60
	Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano (media)	11,88
Lunigiana	Bagnone	12,57
	Comano	14,08
	Filattiera	9,49
	Fivizzano	11,21
	Licciana Nardi	7,71
	Totale Comuni del Parco in Lunigiana	10,33
Garfagnana	Giuncugnano	9,48
	San Romano in Garfagnana	6,35
	Villa Collemandina	6,36
	Totale Comuni del Parco in Garfagnana	6,85
Appennino Parmense	Corniglio	15,05
	Monchio delle Corti	13,38
	Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense	14,48
Totale Parco Nazionale (media)		10,78

fonte dati: Piano di Azione Locale Appennino Modenese e Reggiano - Piano di Azione Locale Appennino Parmense e Piacentino, SISL Lunigiana, demo.istat.

1.1.2.6 Utilizzo degli immobili

		Superficie media abitazioni non occupate da persone residenti	Superficie media abitazioni occupate da persone residenti	totale superficie media	% abitazioni non occupate da residenti
Appennino Reggiano	Busana	68,06	96,72	164,78	41,30%
	Castelnovo ne' Monti	96,30	100,82	197,12	48,85%
	Collagna	59,28	85,36	144,64	40,98%
	Ligonchio	69,99	92,96	162,95	42,95%
	Ramiseto	72,03	91,76	163,79	43,98%
	Villa Minozzo	75,59	92,42	168,01	44,99%
	Media Comuni del Parco in Appennino Reggiano	73,54	93,34	166,88	44,07%
Lunigiana	Bagnone	67,18	89,91	157,09	42,77%
	Comano	75,44	103,83	179,27	42,08%
	Filattiera	85,04	97,42	182,46	46,61%
	Fivizzano	74,75	92,16	166,91	44,78%
	Licciana Nardi	76,03	94,62	170,65	44,55%
	Media Comuni del Parco in Lunigiana	75,69	95,59	171,28	44,19%
Garfagnana	Giuncugnano	79,81	104,12	183,93	43,39%
	San Romano in Garfagnana	71,49	101,81	173,30	41,25%
	Villa Collemandina	66,27	98,80	165,07	40,15%
	Media Comuni del Parco in Garfagnana	72,52	101,58	174,10	41,66%
Appennino Parmense	Corniglio	87,32	101,34	188,66	46,28%
	Monchio delle Corti	73,35	92,59	165,94	44,20%
	Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense	80,34	96,97	177,30	45,31%
Media Parco Nazionale		70,62	90,00	160,61	43,97%
Media Italia		75,97	96,03	172,00	44,17%

fonte dati: Censimento Istat 2001

Un importante livello di analisi delle popolazioni dell'area del Parco è quello relativo alla presenza della popolazione non residente, soprattutto in relazione alla situazione delle abitazioni e al fenomeno delle seconde case o comunque delle case di proprietà di non residenti in generale. Nella tabella la misurazione avviene in base alla grandezza degli abitati, quindi è misurato il rapporto fra la superficie media in metri quadri occupata da case di non residenti rispetto a quelle dei residenti. Il risultato ha un'oscillazione molto bassa e va da un minimo di 40,98% (Collagna) a un massimo di 48,85% (Castelnovo ne' Monti), per una media dei Comuni del Parco assestata sul 43,97%. L'alto livello del dato dimostra quindi sia la presenza molto forte in tema abitativo dei non residenti, sia il ridotto ruolo dei centri abitati come luogo di residenza, il che suggerisce la necessità del coinvolgimento anche dei non residenti nelle politiche di gestione dell'edificato.

1.1.2.7 Presenza sul territorio

		Numero di famiglie per tipo di località abitate						n. totale
		n. centri abitati	% centri abitati	n. nuclei abitati	% nuclei abitati	n. case sparse	% case sparse	
Appennino Reggiano	Busana	577	91,88	41	6,53	10	1,59	628
	Castelnovo ne' Monti	3123	77,76	553	13,77	340	8,47	4016
	Collagna	483	97,38	9	1,81	4	0,81	496
	Ligonchio	455	85,53	65	12,22	12	2,26	532
	Ramiseto	406	62,46	212	32,62	32	4,92	650
	Villa Minozzo	1127	59,63	518	27,41	245	12,96	1890
	Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano	6171	75,15	1398	17,02	643	7,83	8212
Lunigiana	Bagnone	676	67,33	153	15,24	175	17,43	1004
	Comano	160	45,45	171	48,58	21	5,97	352
	Filattiera	863	78,24	138	12,51	102	9,25	1103
	Fivizzano	3007	75,72	735	18,51	229	5,77	3971
	Licciana Nardi	1842	89,59	145	7,05	69	3,36	2056
	Totale Comuni del Parco in Lunigiana	6548	77,16	1342	15,81	596	7,02	8486
Garfagnana	Giuncugnano	141	68,45	27	13,11	38	18,45	206
	San Romano in Garfagnana	429	80,19	49	9,16	57	10,65	535
	Villa Collemandina	440	79,14	76	13,67	40	7,19	556
	Totale Comuni del Parco in Garfagnana	1010	77,87	152	11,72	135	10,41	1297
Appennino Parmense	Corniglio	738	62,38	423	35,76	22	1,86	1183
	Monchio delle Corti	517	75,36	155	22,59	14	2,04	686
	Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense	1255	67,15	578	30,93	36	1,93	1869
Totale Parco Nazionale		14984	75,43	3470	17,47	1410	7,10	19864

fonte dati: Censimento Istat 2001

La dispersione territoriale delle abitazioni è un indicatore capace di misurare la struttura territoriale e la distribuzione socio demografica della popolazione. Il 75,43% delle famiglie del Parco risiedono nei centri abitati, il 17,47% nei così detti "nuclei abitati" (gruppi di case continue e vicine, con almeno 5 famiglie e con distanza massima di 30 metri fra una casa e l'altra), mentre il 7,10% abita in case sparse. Si rilevano sensibili differenze fra i Comuni al Parco, variabili anche all'interno della stessa provincia. In particolare sono i Comuni di Comano e Villa Minozzo quelli ad avere minore concentrazione nel centro abitato, dove nella prima prevalgono i nuclei abitati e nella seconda le case sparse (molto diffuse anche a Bagnone a Giuncugnano). Le implicazioni maggiori per la dispersione territoriale riguardano le difficoltà di gestione di servizi pubblici, su tutti quelli di raccolta dei rifiuti ed i trasporti pubblici. Allo stesso tempo si tratta spesso di scelte dovute a motivi lavorativi (agricoltura), turistici o di qualità della vita.

1.1.2.8 Grado di istruzione

		Laurea	Diploma di scuola secondaria superiore	Licenzia media inferiore o avviamento professionale	Licenza elementare	Totale
Lunigiana	Bagnone	6%	18%	32%	44%	1565
	Comano	7%	21%	30%	42%	672
	Filattiera	3%	25%	33%	38%	2232
	Fivizzano	4%	24%	30%	42%	7782
	Licciana Nardi	7%	13%	42%	38%	5026
Totale Comuni del Parco in Lunigiana		5%	20%	34%	41%	17277
Appennino Parmense	Corniglio	2%	17%	24%	43%	2272
	Monchio delle Corti	3%	16%	27%	45%	1232
	Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense		5%	16%	25%	44%

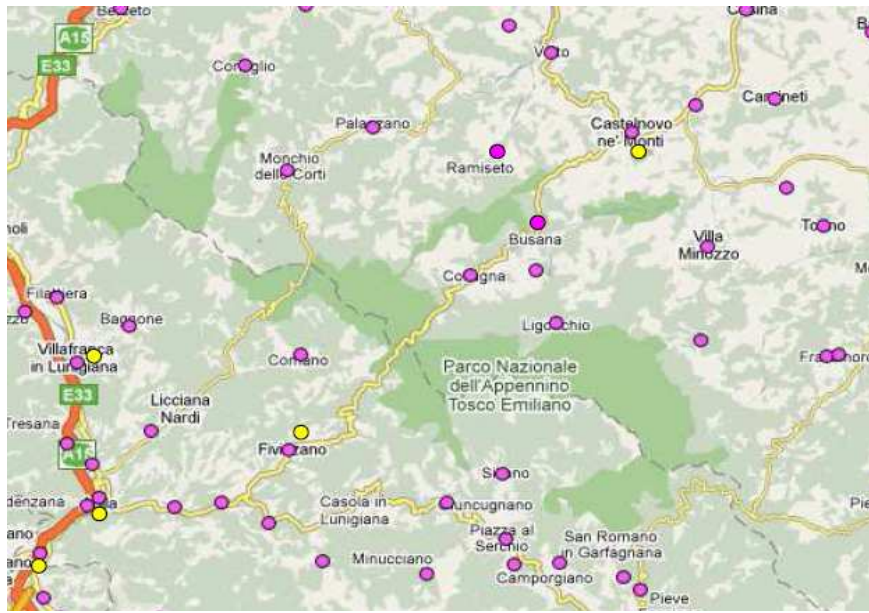
Fonte: GAL SOPRIP (dati aggiornati al 2001), Provincia di Massa Carrara (dati aggiornati al 2007)

Sono disponibili alcuni dati relativi al grado di istruzione delle popolazione dei Comuni in Provincia di Massa Carrara e nell'Appennino Parmense. In linea generale si riscontra una bassa presenza di laureati, soprattutto nei Comuni di Corniglio e Monchio delle Corti. Anche il livello dei diplomati è piuttosto basso, mentre è particolarmente elevato il livello di possesso della licenza elementare. Questi dati confermano la situazione di isolamento, maggiormente marcata nella Provincia di Parma, e soprattutto il grado di invecchiamento della popolazione. D'altra parte è anche necessario, per fornire una continuità di generazioni nelle aree di montagna, fornire servizi adatti affinché famiglie e studenti possano essere in parte incentivati a risiedere nell'area.

1.1.2.9 principali servizi

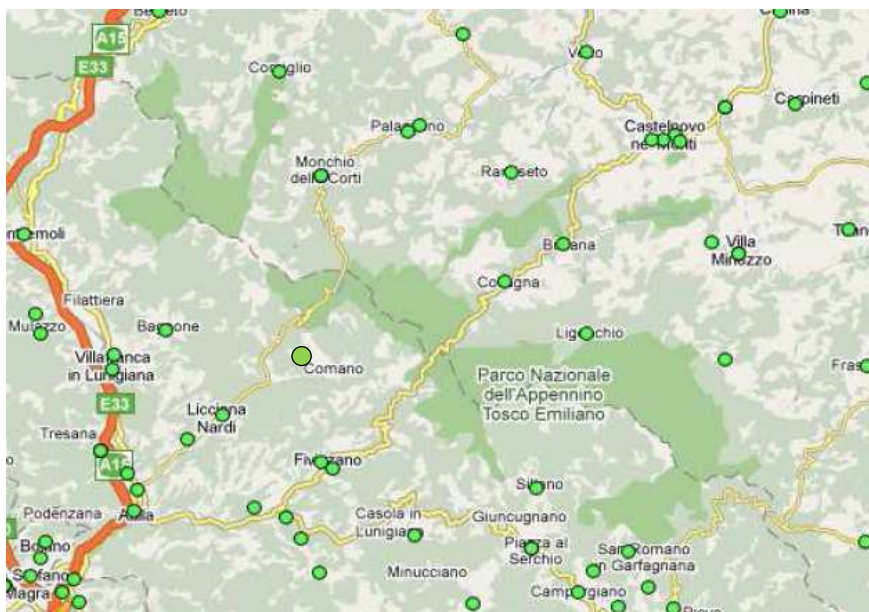
Di seguito sono indicati, con opportuna mappatura, i principali servizi presenti all'interno del Parco. Il primo indicatore è quello della presenza degli ospedali (presenti a Castelnuovo ne' Monti e a Fivizzano) e la distribuzione delle farmacie, che coprono tutti i Comuni. La diffusione delle scuole è invece più ampia a Castelnuovo ne' Monti, che si conferma punto di riferimento anche per gli altri servizi. Appare evidente che per quanto riguarda la formazione di livello universitario occorra spostarsi verso i principali centri capoluogo.

Molto più carente è l'indicatore relativo ad attività ricreative quali cinema e teatri, che svuotano la relativa carta con la presenza di cinema/teatro solo a Castelnuovo, Ligonchio e Corniglio, a cui si aggiunge il teatro di Bagnone. Questo tipo di servizio si localizza, ancora più marcatamente rispetto alle altre tipologie, nelle aree vicine alle principali arterie di traffico: in questo caso si può dire che vi sia un vero e proprio gradiente altimetrico dei servizi, pur restando evidente che i servizi e le funzioni dei Comuni del Parco vadano in una direzione differente. A scopo indicativo sono mostrate anche le stazioni di servizio presenti, che presentano una distribuzione piuttosto omogenea, seppur manchi il servizio all'interno del Comune di Collagna. Il servizio bancario è invece presente in almeno una unità in ogni Comune del Parco.



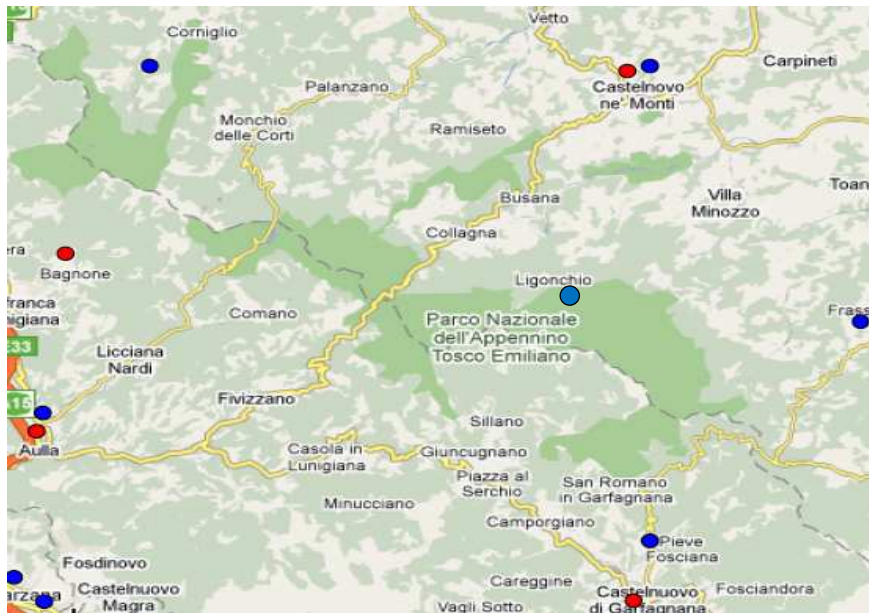
- OSPEDALI
- FARMACIE

Fonte: google maps

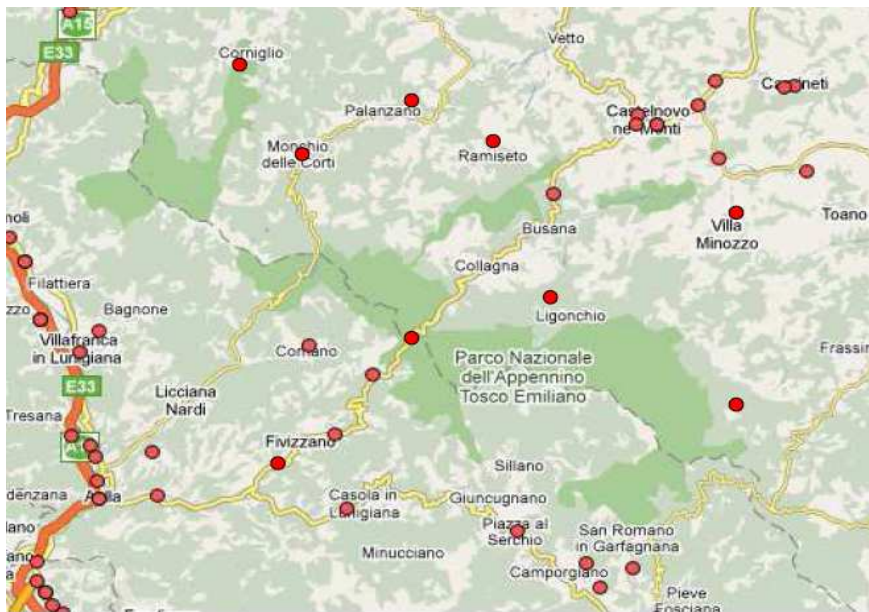


- SCUOLE

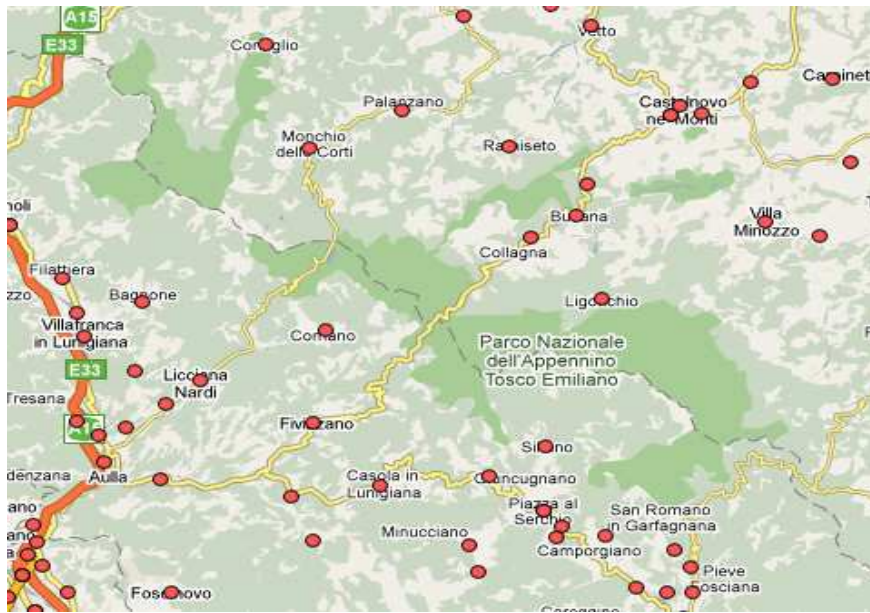
Fonte: google maps



Fonte: google maps



Fonte: google maps



Fonte: google maps

1.1.2.10 raccolta differenziata

		Percentuale di raccolta differenziata
Appennino Reggiano <i>2008</i>	Busana	34,5%
	Castelnovo ne' Monti	35,5%
	Collagna	32,2%
	Ligonchio	34,0%
	Ramiseto	27,8%
	Villa Minozzo	25,0%
Media totale dei Comuni della Provincia di Reggio Emilia		51,7%
Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano (media)		31,5%
Lunigiana <i>2007</i>	Bagnone	30,7%
	Comano	26,0%
	Filattiera	28,3%
	Fivizzano	20,0%
	Licciana Nardi	19,0%
Media totale dei Comuni della Provincia di Massa Carrara		27,7%
Totale Comuni del Parco in Lunigiana (media)		24,8%
Garfagnana <i>2007</i>	Giuncugnano	28,4%
	San Romano in Garfagnana	34,0%
	Villa Collemandina	21,6%
Media totale dei Comuni della Provincia di Lucca		36,4%
Totale Comuni del Parco in Garfagnana (media)		28,0%
Appennino Parmense <i>2008</i>	Corniglio	10,7%
	Monchio delle Corti	23,9%
	Media totale dei Comuni della Provincia di Parma	
Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense (media)		17,3%
Media Parco Nazionale		25,4%

fonte dati: Arpa Emilia Romagna, Osservatorio rifiuti Provincia di Parma, Rapporto ARRR Toscana

La raccolta differenziata è un servizio di difficile gestione nelle aree montane per problemi di accessibilità e di marginalità rispetto ai circuiti principali. Come già detto in precedenza, la situazione è aggravata dalla forte presenza di abitazioni di non residenti e di flussi turistici, che rendono ulteriormente difficoltosa una gestione continua. La stessa distribuzione spaziale delle abitazioni, con alcune situazioni di forte dispersione in nuclei abitati o in case sparse, aggrava la situazione. Contemporaneamente la sensibilizzazione dei non residenti e dei turisti può fare molto, soprattutto in un contesto come quello del Parco Nazionale caratterizzato da obiettivi di tutela e sostenibilità ambientale. I Comuni del Parco risultano tutti pesantemente sotto la media delle rispettive Province, seppur con una situazione migliore nell'Appennino Reggiano e nella Garfagnana (in questo ultimo caso i Comuni lucchesi del Parco si avvicinano alla media della loro provincia). In sintesi è necessaria un'attenta analisi costi-benefici per valutare l'opportunità di nuovi servizi in ottica di sostenibilità ambientale ma anche economica.

1.1.3 Contesto Economico

1.1.3.1 Sistemi locali del lavoro

I sistemi locali del lavoro (SLL) sono unità territoriali costituite da più comuni contigui fra loro, definiti a partire dai dati relativi al pendolarismo dei componenti delle famiglie per motivi di lavoro e vengono ricavati nel Censimento Generale della Popolazione. L'obiettivo di base è quindi la costruzione di una griglia sul territorio determinata dai movimenti dei soggetti per motivi di lavoro. Di seguito sono elencate le distribuzioni all'interno di questo contesto dei Comuni del Parco, due dei quali costituiscono loro stessi il polo per una serie di altri Comuni. L'indicatore è piuttosto significativo per un'analisi della rilevanza degli stessi all'interno del contesto locale in cui operano ed è significativo in relazione a quanto già detto all'interno anche del contesto sociale.

SLL Castelnovo ne' Monti

Comuni: Castelnovo ne' Monti*, Busana*, Carpiteti, Casina, Collagna*, Ligonchio*, Ramiseto*, Vetto

SLL Villa Minozzo

Comuni: Villa Minozzo*, Frassinoro, Montefiorino

SLL Langhirano

Comuni: Langhirano, Corniglio*, Lesignano de' Bagni, Monchio delle Corti*, Neviano degli Arduini, Palazzano, Tizzano Val Parma

SLL Aulla

Comuni: Aulla, Casola in Lunigiana, Comano*, Fivizzano*, Licciana Nardi*, Podenzana, Tresana, Ortonovo

SLL Pontremoli

Comuni: Pontremoli, Bagnone*, Filattiera*, Mulazzo, Villafranca in Lunigiana, Zeri

SLL Castelnuovo in Garfagnana

Comuni: Castelnuovo in Garfagnana, Castiglione di Garfagnana, Fosciandora, Giuncugnano*, Minucciano, Piazza al Serchio, Pieve Fosciana, San Romano in Garfagnana*, Silano, Vagli Sotto, Villa Collemandina*.

*Comuni del Parco

Una delle prime cose di cui dobbiamo tenere conto è che i SLL si basano su 3 fattori per la loro aggregazione, ovvero:

- 1) auto contenimento (la capacità del territorio di offrire opportunità lavorative e residenziali che portano all'autosufficienza rispetto al territorio esterno);
- 2) contiguità spaziale;
- 3) attività spazio-tempo (le attività da tenere in considerazione devono avere una forma accettabile in termini di distanza spazio-tempo).

La lettura della composizione dei SSL nel Parco mette in luce innanzitutto la frammentarietà del suo territorio dal punto di vista socioeconomico, a dispetto dell'omogeneità naturalistica. Questo è determinato sia da barriere di tipo fisico costituite dalla presenza di aree montane che escludono a vicenda altre aree del Parco, sia per barriere di tipo amministrativo non trascurabili: ricordiamo infatti che il Parco è costituito da Comuni appartenenti a quattro province diverse e nonostante la classificazione dei SSL non richieda che i componenti appartengano alla medesima Provincia, i Comuni del Parco risultano perfettamente ripartiti.

I Comuni che fanno maggiormente sistema sono quelli dell'Appennino Reggiano, con l'esclusione di Villa Minozzo che costituisce un SSL a sé stante (senza interazioni rilevanti con gli altri Comuni del Parco). In questo senso è piuttosto rilevante il ruolo economico e sociale di Castelnovo ne' Monti. Mentre poi i Comuni della Garfagnana e della provincia di Parma appartengono al medesimo sistema, la Lunigiana si trova invece spezzata fra l'area di Langhirano e quella di Aulla.

A proposito di Villa Minozzo e di Castelnovo ne' Monti, è importante ricordare che questi sono da considerarsi come dei capoluoghi dei sistemi, i quali sono scelti come il luogo con maggiore destinazione di movimenti pendolari per motivi di lavoro.

Un altro elemento caratterizzante è che i SLL del Parco, che è composto da 16 Comuni, comprendono un totale di 43 amministrazioni, le quali interagiscono in modo significativo per le loro attività economiche e di servizi con l'area del Parco. Questi sono i Comuni quindi con cui il Parco dovrebbe interagire in modo preminente al fine di attuare delle politiche di sviluppo a caratterizzazione socioeconomica.

1.1.3.2 Forza lavoro e occupazione

		n.abitanti	forza lavoro	tasso di attività	tasso di disoccupazione
Appennino Reggiano	Busana	1293	569	44,01%	4,3%
	Castelnuovo ne' Monti	10597	3426	32,33%	3,0%
	Collagna	996	366	36,75%	2,6%
	Ligonchio	940	355	37,77%	3,1%
	Ramiseto	1372	542	39,50%	3,1%
	Villa Minozzo	4043	1632	40,37%	3,4%
	Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano*	19241	6890	35,81%	3,3%
Lunigiana	Bagnone	1964	1027	52,29%	6,4%
	Comano	781	410	52,50%	9,2%
	Filattiera	2427	1397	57,56%	5,0%
	Fivizzano	8822	5155	58,43%	9,0%
	Licciana Nardi	4975	3127	62,85%	9,1%
	Totale Comuni del Parco in Lunigiana**	18969	11116	58,60%	7,7%
Garfagnana	Giuncugnano	499	314	62,93%	5,9%
	San Romano in Garfagnana	1433	887	61,90%	4,6%
	Villa Collemandina	1373	883	64,31%	6,3%
	Totale Comuni del Parco in Garfagnana**	3305	2084	63,06%	5,6%
Appennino Parmense	Corniglio	2101	828	39,41%	2,1%
	Monchio delle Corti	1078	421	39,05%	4,5%
	Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense**	3179	1249	39,29%	3,3%
Totale Parco Nazionale		44694	21339	47,74%	3,3%

fonte dati: Piano di Azione Locale Appennino Modenese e Reggiano - Piano di Azione Locale Appennino Parmense e Piacentino - SISL Lunigiana - SISL Garfagnana. Nostra rielaborazione.

* anno 2006. Tasso di disoccupazione 2005.

** anno 2007. Tasso di disoccupazione 2001, media.

La tabella mette in luce la popolazione definibile come forza lavoro (quindi gli abitanti dai 15 ai 64 anni, generalmente considerati in età da lavoro) e fra questi viene calcolato il tasso di disoccupazione. A causa degli ondeggiamenti dell'occupazione dovuti alla crisi economica, non sembra saggio approntare un confronto con la situazione nazionale, tuttavia è utile guardare alle disparità fra i dati, molto significative fra loro. Un tasso di attività basso rispecchia la presenza di una popolazione molto giovane e/o anziana, il primo caso sembra quello di Comuni come Castelnuovo ne' Monti e Villa Minozzo, mentre il secondo sembra quello dell'Appennino Parmense. In Garfagnana, ma anche in Lunigiana, i Comuni del Parco sembrano invece avere una struttura di popolazione concentrata nelle età centrali. E' importante dire che questo indicatore è fortemente variabile nel tempo e che la sua direzione futura dipende strettamente da indici di natalità e immigrazione: è quindi necessario che in futuro ci sia un ricambio quando le popolazioni in età da lavoro di oggi invecchieranno.

Per quanto riguarda il tasso di disoccupazione, si denota un indice più alto proprio negli stessi Comuni con una maggiore domanda, dunque con un alto tasso di attività, mentre diminuisce fortemente in Lunigiana e soprattutto nel Parmense (con Corniglio al 2,1%, dato che anche se

aggiornato solo al 2001, vista la struttura della popolazione del Comune può essere considerato attendibile).

In sintesi il tasso di disoccupazione del Parco si aggira attorno al 3,3%, dato mediamente basso, mentre la situazione del tasso di attività ci indica che in media un abitante del Parco deve provvedere anche al mantenimento di più di un'altra persona.

1.1.3.3 Attività produttive

		agricoltura		manifattura		costruzioni		altro (industria)		commercio e trasporti		credito e assicurazioni		servizi per imprese		altri servizi		totale	
Appennino	Busana	18	9,84%	29	15,85%	30	16,39%	1	0,55%	71	38,80%	3	1,64%	12	6,56%	19	10,38%	183	
Reggiano	Castelnovo ne' Monti	189	18,03%	94	8,97%	205	19,56%	3	0,29%	375	35,78%	21	2,00%	79	7,54%	82	7,82%	1048	
	Collagna	16	12,31%	9	6,92%	24	18,46%	1	0,77%	58	44,62%	1	0,77%	9	6,92%	12	9,23%	130	
	Ligonchio	16	14,16%	18	15,93%	20	17,70%	1	0,88%	45	39,82%	3	2,65%	4	3,54%	6	5,31%	113	
	Ramiseto	79	36,57%	19	8,80%	32	14,81%	0	0,00%	62	28,70%	2	0,93%	8	3,70%	14	6,48%	216	
	Villa Minozzo	148	27,16%	45	8,26%	103	18,90%	1	0,18%	175	32,11%	7	1,28%	37	6,79%	29	5,32%	545	
Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano		466	20,85%	214	9,57%	414	18,52%	7	0,31%	786	35,17%	37	1,66%	149	6,67%	162	7,25%	2235	

fonte dati: Piano d'Azione Locale Appennino Modenese e Reggiano 2007-2013

		agricoltura		industria		commercio e altri		totale	
Garfagnana	Giuncugnano	32	27,12%	40	33,90%	46	38,98%	118	
	San Romano in Garfagnana	25	14,04%	82	46,07%	71	39,89%	178	
	Villa Collemandina	33	17,19%	63	32,81%	96	50,00%	192	
Totale Comuni del Parco in Garfagnana		90	18,44%	185	37,91%	213	43,65%	488	

fonte dati: Sisl Garfagnana

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Lunigiana	Bagnone	37	19,58%	0	0,00%	0	0,00%	24	12,70%	1	0,53%	39	20,63%	39	20,63%	22	11,64%	7	3,70%	3	1,59%	8	4,23%
	Comano	18	22,22%	0	0,00%	0	0,00%	8	9,88%	0	0,00%	16	19,75%	16	19,75%	10	12,35%	4	4,94%	0	0,00%	1	1,23%
	Filattiera	54	24,55%	0	0,00%	0	0,00%	16	7,27%	0	0,00%	40	18,18%	74	33,64%	7	3,18%	7	3,18%	7	3,18%	5	2,27%
	Fivizzano	235	28,55%	1	0,12%	9	1,09%	89	10,81%	1	0,12%	146	17,74%	166	20,17%	60	7,29%	37	4,50%	21	2,55%	18	2,19%
	Licciana Nardi	73	14,87%	1	0,20%	0	0,00%	52	10,59%	1	0,20%	84	17,11%	153	31,16%	40	8,15%	15	3,05%	13	2,65%	28	5,70%
	Totale Comuni del Parco in Lunigiana	417	23,12%	2	0,11%	9	0,50%	189	10,48%	3	0,17%	325	18,02%	409	22,67%	139	7,71%	70	3,88%	44	2,44%	60	3,33%

	L	M	N	O	X	TOTALE				
0	0,00%	1	0,53%	1	3,70%	7	3,70%	0	0,00%	189
0	0,00%	0	0,00%	3	4,94%	4	4,94%	1	1,23%	81
0	0,00%	0	0,00%	0	4,09%	9	4,09%	1	0,45%	220
0	0,00%	2	0,24%	3	3,65%	30	3,65%	5	0,61%	823
0	0,00%	0	0,00%	1	5,09%	25	5,09%	5	1,02%	491
0	0,00%	3	0,17%	8	4,16%	75	4,16%	12	0,67%	1804

Legenda: A- Agricoltura Caccia Silvicultura B- Pesca Piscicoltura Servizi Annessi C- Estrazione di minerali D- Attività Manifatturiere E- Produzione e Distribuzione di Energia Elettrica Gas Acqua F- Costruzioni G- Commercio all'ingrosso Dettaglio Riparazione Beni persona e Casa H- Alberghi e ristoranti I- Trasporti Magazzinaggio Comunicazioni J- Intermediazione Monetaria e Finanziaria K- Attività Immobiliari Noleggio Informatica Ricerca L- Pubblica Amministrazione Difesa Assicurazione Sociale Obbligatoria M- Istruzione N- Sanità e altri Servizi Sociali O- Altri Servizi Pubblici Sociali e Personali P- Servizi Domestici Presso famiglie e Convivenze X- Imprese non Classificate

dati per Unità Locali, da Camera di Commercio di Massa e Carrara, 2006

		A		C		D		E		F		G		H		I		J		K		M	
Appennino	Corniglio	0	0,00%	1	0,53%	34	17,89%	2	1,05%	41	21,58%	41	21,58%	20	10,53%	15	7,89%	2	1,05%	19	10,00%	1	0,53%
Parmense	Monchio delle Corti	0	0,00%	0	0,00%	19	11,18%	0	0,00%	34	20,00%	22	12,94%	32	18,82%	8	4,71%	2	1,18%	17	10,00%	0	0,00%
Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense		0	0,00%	1	0,28%	53	14,72%	2	0,56%	75	20,83%	22	6,11%	52	14,44%	23	6,39%	4	1,11%	36	10,00%	1	0,28%

N		O		TOT
8	4,21%	6	3,16%	190
29	17,06%	7	4,12%	170
37	10,28%	13	3,61%	360

Legenda: A- Agricoltura Caccia Silvicoltura C- Estrazione di minerali D- Attività Manifatturiere E- Produzione e Distribuzione di Energia Elettrica Gas Acqua F- Costruzioni G- Commercio all'ingrosso Dettaglio Riparazione di autoveicoli, motocicli e beni personali H- Alberghi e ristoranti I- Trasporti Magazzinaggio Comunicazioni J- Attività finanziaria K- Attività Immobiliari Noleggio Informatica Ricerca, Servizi alle imprese M- Istruzione N- Sanità e assistenza sociale O- Altri Servizi Pubblici, Sociali e Personali

dati per Unità Locali, da Archivio Statistico delle Imprese Attive - ASIA - Provincia di Parma, 2006

Sebbene i dati non siano del tutto comparabili, nelle tabelle è mostrata la suddivisione fra settore primario, secondario e terziario a seconda delle unità locali. Questo dato ci aiuta a fare un quadro delle attività del Parco, anche con alcuni elementi di dettaglio. In particolare l'agricoltura occupa circa 1/5 delle unità produttive locali registrate, fatta esclusione per i due comuni parmensi. Circa 1/3 delle attività sono invece da attribuirsi al settore secondario, in particolare al settore manifatturiero ma con una rilevanza ancora più marcata per quanto riguarda il settore delle costruzioni (il 20,83% sul totale delle unità produttive locali nei due Comuni in Provincia di Parma, il 18,02% in Lunigiana e il 18,52 % nell'Appennino Reggiano).

Il settore prevalente è quello del terziario (anche con un gap più ridotto nei confronti del secondario in Garfagnana), che occupa circa la metà delle unità produttive locali. Prevalgono le attività alberghiere e di accoglienza turistica nel parmense, il commercio al dettaglio in Lunigiana. In Appennino Reggiano il 35,17% delle unità sono registrate alla voce "commercio e trasporti".

1.1.3.4 imprenditoria femminile e straniera

		percentuale imprese femminili	percentuale imprese di stranieri
Appennino Reggiano	Busana	19,90%	2,70%
	Castelnovo ne' Monti	18,30%	4,20%
	Collagna	20,40%	0,70%
	Ligonchio	16,20%	0,00%
	Ramiseto	16,50%	1,60%
	Villa Minozzo	19,90%	2,90%
	Media Regione Emilia Romagna	19,90%	6,30%
	Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano (media)	18,53%	2,02%

fonte dati: Piano d'Azione Locale Appennino Modenese e Reggiano 2007-2013, modificato.

		percentuale imprese di stranieri al 2006
Lunigiana	Bagnone	3,00%
	Comano	1,00%
	Filattiera	8,00%
	Fivizzano	9,00%
	Licciana Nardi	10,00%
	Media Regione Toscana	12,00%
	Totale Comuni del Parco in Lunigiana (media)	5,17%

Fonte dati: Piano pluriennale di sviluppo socio-economico 2006-2009 della Comunità montana della Lunigiana - Regione Toscana

Sono disponibili alcuni dati relativamente all'imprenditoria femminile nei Comuni dell'Appennino Reggiano, dove la percentuale raggiunge quasi la media regionale dell'Emilia Romagna.

E' invece diverso il discorso per quanto riguarda l'imprenditoria straniera: nei dati sia dei Comuni della Lunigiana che dell'Appennino Reggiano la percentuale media di imprenditoria straniera rispetto al totale è fortemente al di sotto della media delle regioni Toscana ed Emilia Romagna (fino all'assenza di attività straniere a Ligonchio). Il dato è sicuramente da rapportare alla

percentuale di stranieri. Licciana Nardi vede un tasso di attività straniera molto più marcato (10% di imprese straniere rapportato all'8,75% di popolazione straniera residente). In generale sembra che i Comuni della Lunigiana abbiano un tasso di partecipazione alle attività imprenditoriali più alto rispetto a quanto accade nell'Appennino Reggiano, dove per esempio a Castelnovo ne' Monti, in presenza del 16,82% di popolazione straniera, l'imprenditoria corrispondente è solo del 4,20%.

1.1.3.5 turismo: arrivi e presenze

	ITALIANI				STRANIERI				TOTALE		rapporto pres/arr
	arrivi	% su totale	presenze	% su totale	arrivi	% su totale	presenze	% su totale	arrivi	presenze	
Appennino Busana	11791	94%	71810	97%	733	6%	2249	3%	12524	74059	5,91
Reggiano Castelnovo ne' Monti	4806	87%	23207	85%	713	13%	3942	15%	5519	27149	4,92
Collagna	4850	94%	33419	93%	335	6%	2437	7%	5185	35856	6,92
Ligonchio	3999	94%	12656	93%	246	6%	1013	7%	4245	13669	3,22
Ramisetto	3776	99%	16642	99%	33	1%	180	1%	3809	16822	4,42
Villa Minozzo	3573	98%	14333	92%	84	2%	1235	8%	3657	15568	4,26
Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano *	32795	94%	172067	94%	2144	6%	11056	6%	34939	183123	5,24
Lunigiana Bagnone	116	25%	254	15%	353	75%	1414	85%	469	1668	3,56
Comano	201	67%	742	79%	98	33%	193	21%	299	935	3,13
Filattiera	52	42%	173	30%	73	58%	405	70%	125	578	4,62
Fivizzano	2308	45%	5968	42%	2795	55%	8292	58%	5103	14260	2,79
Licciana Nardi	731	95%	2820	95%	42	5%	151	5%	773	2971	3,84
Totale Comuni del Parco in Lunigiana **	3408	50%	9957	49%	3361	50%	10455	51%	6769	20412	3,02
Garfagnana Giuncugnano	718	72%	4121	76%	283	28%	1326	24%	1001	5447	5,44
San Romano in G.	515	64%	2767	54%	292	36%	2399	46%	807	5166	6,40
Villa Collemantina	2054	86%	9381	82%	336	14%	2092	18%	2390	11473	4,80
Totale Comuni del Parco in Garfagnana*	3287	78%	16269	74%	911	22%	5817	26%	4198	22086	5,26
Appennino Parmense Corniglio	2897	95%	6644	96%	156	5%	270	4%	3053	6914	2,26
Monchio delle Corti	743	93%	2295	93%	59	7%	182	7%	802	2477	3,09
Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense **	3640	94%	8939	95%	215	6%	452	5%	3855	9391	2,44
Totale Parco Nazionale	43130	87%	207232	88%	6631	13%	27780	12%	49761	235012	4,72

fonte dati: Il Progetto di sviluppo della Montagna Reggiana, Conferenza economica della montagna, 2008 - Dati e tendenze del turismo nella provincia di Lucca, Servizio Turismo Provincia di Lucca, 2007 - Servizio turistico Provincia di Parma - Servizio turistico Provincia di Massa Carrara

* dati 2007

** dati 2008

I flussi turistici sono un elemento di particolare rilevanza all'interno delle attività economiche del Parco, inoltre costituiscono uno dei settori in maggiore evidenza per la vitalità moderna delle attività nelle aree di montagna e protette in genere. Se da una parte il flusso turistico rappresenta un elemento vitale per il mantenimento economico, dall'altra comporta anche un rilevante impatto sul territorio, bisognoso di essere governato in un'ottica di sostenibilità. Il parco presenta nel suo

complesso sia per le presenze che per gli arrivi una distribuzione fra turisti italiani e stranieri fra l'82 e l'83% dei primi e fra il 12 e il 13% per i secondi.

Allo stesso tempo però all'interno delle diverse aree troviamo una differenziazione significativa per quanto riguarda il rapporto fra italiani e stranieri. I turisti italiani prevalgono (fra il 94 e il 95%) nelle presenze e negli arrivi dell'Appennino Reggiano e Parmense (eccezione fatta per Castelnovo ne' Monti, in cui il 15% delle presenze è costituita da stranieri). Un discorso del tutto diverso invece è da fare per i Comuni toscani, che intercettano molto del turismo straniero in Italia: se in Garfagnana sono un quarto le presenze solo di stranieri rispetto al totale, queste raggiungono addirittura il 50% in Lunigiana (con un picco dell'85% a Bagnone e con l'esclusione di Licciana Nardi ferma al 5%).

Il rapporto fra presenze e arrivi, dunque la durata media dei soggiorni, è in media di 4,72 per il Parco. Appennino Reggiano e Garfagnana, rispettivamente con 5,24 e 5,26, presentano i valori più alti nella lunghezza dei soggiorni, mentre l'area parmense (2,44) e la Garfagnana (3,02) presentano un indice marcatamente più basso.

1.1.3.6 turismo: strutture e posti letto

		totale***	letti***	agriturismi	letti agriturismi	posti letto agriturismo/ totale
Appennino Reggiano	Busana	10	1182	1	16	1,35%
	Castelnovo ne' Monti	16	263	2	34	12,93%
	Collagna	13	426	1	12	2,82%
	Ligonchio	13	283	0	0	0,00%
	Ramiseto	11	561	1	16	2,85%
	Villa Minozzo	26	774	2	14	1,81%
Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano *		89	3489	7	92	2,64%
Lunigiana	Bagnone	8	95	4	68	71,58%
	Comano	6	125	2	4	3,20%
	Filattiera	5	72	3	45	62,50%
	Fivizzano	31	1142	13	104	9,11%
	Licciana Nardi	9	751	8	53	7,06%
Totale Comuni del Parco in Lunigiana **		59	2185	30	274	12,54%
Garfagnana	Giuncugnano	6	262	3	42	16,03%
	San Romano in Garfagnana	11	136	10	87	63,97%
	Villa Collemandina	11	232	5	36	15,52%
Totale Comuni del Parco in Garfagnana		28	630	18	165	26,19%
Appennino Parmense	Corniglio	9	278	1	8	2,88%
	Monchio delle Corti	9	300	1	8	2,67%
Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense****		18	578	2	16	2,77%
Totale Parco Nazionale		194	6882	57	547	7,95%

fonte dati: Piano di Azione Locale Appennino Modenese e Reggiano - Piano di Azione Locale Appennino Parmense e Piacentino - agriturismo.regione.toscana.it - Annuario Statistico 2008 della Comunità Montana della Lunigiana - Dati e tendenze del turismo della Provincia di Lucca, Provincia di Lucca Servizio Turismo - Programma di Valorizzazione e Promozione dei Territori della Provincia di Parma, 2009

* dati 2006

** dati 2007

*** strutture alberghiere, strutture extra - alberghiere e agriturismi

**** dati 2008

I dati relativi all'offerta di posti letto vedono i Comuni di Fivizzano e Busana particolarmente attivi rispetto agli altri. Numericamente, sono i Comuni della Lunigiana e dell'Appennino Reggiano quelli ad offrire il maggiore numero.

Un dato interessante è quello relativamente alla diffusione degli agriturismi: ne risultano sul territorio del Parco 57, per un totale di 547 posti letto (il 7,95% del totale). L'agriturismo è estremamente diffuso nelle due aree toscane, in particolare nella Provincia di Lucca dove il 26,19% dell'offerta di posti letto è in agriturismo. Molto più ridotto è il medesimo rapporto per l'Appennino Reggiano (2,64%) e per quello Parmense (2,77%). Gli agriturismi hanno comunque una localizzazione marcata dal punto di vista dell'incidenza sull'offerta in tre Comuni molto differenziati dagli altri: a Bagnone l'offerta di posti letto in agriturismo è il 71,58%, a San Romano in Garfagnana il 63,97% e a Filattiera il 62,5%. Il Comune con il maggior numero di agriturismi è

comunque Fivizzano, con 13 agriturismi, anche se qui l'incidenza sul totale dei posti letto è solo del 9,11% Segue con 10 agriturismi San Romano in Garfagnana.

		presenze	posti letto	rapporto presenze/letti
Appennino Reggiano	Busana	74059	1182	62,7
	Castelnovo ne' Monti	27149	263	103,2
	Collagna	35856	426	84,2
	Ligonchio	13669	283	48,3
	Ramiseto	16822	561	30,0
	Villa Minozzo	15568	774	20,1
	Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano *	183123	3489	52,5
Lunigiana	Bagnone	1668	95	17,6
	Comano	935	125	7,5
	Filattiera	578	72	8,0
	Fivizzano	14260	1142	12,5
	Licciana Nardi	2971	751	4,0
	Totale Comuni del Parco in Lunigiana **	20412	2185	9,3
Garfagnana	Giuncugnano	5447	262	20,8
	San Romano in Garfagnana	5166	136	38,0
	Villa Collemantina	11473	232	49,5
	Totale Comuni del Parco in Garfagnana*	22086	630	35,1
Appennino Parmense	Corniglio	6914	278	24,9
	Monchio delle Corti	2477	300	8,3
	Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense **	9391	578	16,2
Totale Parco Nazionale		235012	6882	34,1

Nella tabella, a scopo di completamento dell'analisi dell'offerta turistica, si è elaborato un indice per rapportare questa con la domanda: la terza colonna indica un rapporto fra il numero di presenze annue del Comune di riferimento e l'offerta di posti letto. La congestione maggiore è individuata a Castelnovo ne' Monti, mentre è la Lunigiana l'area in cui l'offerta soddisfa molto più facilmente la domanda, che potrebbe essere accolta anche in dimensioni maggiori.

In un'ottica di sostenibilità del carico turistico sarebbe quindi utile pensare a politiche atte al riequilibrio e al ridirezionamento dei flussi turistici verso le aree che hanno un'offerta più ampia e sovradimensionata rispetto alla domanda reale. Questo dovrebbe avvenire auspicando al contempo che non si realizzino ulteriori attività impattanti nelle zone dove non vi è una reale necessità di un'ulteriore offerta di posti letto.

1.1.3.7 Produzioni agroalimentari tipiche

Il Parco nazionale dell'Appennino toско-emiliano è l'area protette più ricca di produzioni agroalimentari tipiche riconosciute da disciplinari.

	Totale	DOP	IGP	In attesa	Tradizionali	Altre fonti	Vini
APPENNINO TOSCO-EMILIANO	64	7	5	1	44	3	4
STELVIO	56	10	4	2	18	18	4
CILENTO E VALLO DI DIANO	54	4	1	2	30	13	4
FORESTE CASENTINESI, MONTE FALTERONA, CAMPIGNA	42	3	8	0	14	7	10
POLLINO	39	6	2	1	9	15	6
MONTI SIBILLINI	36	1	3	0	13	12	7
GRAN SASSO E MONTI DELLA LAGA	31	1	1	1	13	8	7
SILA	28	6	1	1	5	11	4
VAL GRANDE	27	0	0	0	21	6	0
DOLOMITI BELLUNESI	27	1	1	0	7	15	3
MAIELLA	26	2	1	0	16	1	6
ABRUZZO, LAZIO E MOLISE	26	0	1	2	12	7	4
ASPROMONTE	26	5	1	0	6	6	8
GARGANO	24	3	0	3	2	11	5
GENNARGENTU E DEL GOLFO DI OROSEI	21	3	1	0	2	3	12
VESUVIO	19	2	0	4	8	3	2
VAL D'AGRI E DEL LAGONEGRESE (proposta)	19	1	2	2	5	7	2
GRAN PARADISO	18	3	0	0	9	4	2
'ALTA MURGIA (proposta)	18	4	0	1	4	1	8
ARCIPELAGO TOSCANO	11	3	1	0	2	1	4
CIRCEO	9	2	0	1	2	1	3
CINQUE TERRE	7	1	0	1	0	2	3
ARCIPELAGO DI LA MADDALENA	6	3	1	0	2	0	0
ASINARA	4	3	1	0	0	0	0
TOTALE	554	44	20	15	233	151	91

Prodotti per parco e per tipologia di riconoscimento (INEEA 2004)

Nella tabella sottostante sono segnalate le principali produzioni agroalimentari tipiche dell'area del Parco, suddivise in base all'area di provenienza.

	DOP	IGP	Tradizionali	Altre fonti	DOCG, DOC, IGT	Totale
Appennino						
Reggiano	3	3	3	1	1	11
Lunigiana	5	1	30	1	2	39
Garfagnana	3	1	12	0	1	17
Appennino						
Parmense	2	0	1	0	0	3
Totale Parco	13	5	46	2	4	70

Come è possibile notare c'è una certa diffusione di prodotti DOP ma soprattutto di Prodotti certificati come Tradizionali. La Lunigiana è l'area con una maggiore diffusione dei prodotti. Nella tabella di seguito sono stati raccolti e indicati i prodotti tipici suddivisi per tipologia e per area di produzione.

	DOP	IGP	Tradizionali	Altre fonti	DOCG, DOC, IGT
Appennino Reggiano	Parmigiano Reggiano, Pecorino toscano, Aceto Balsamico di Reggio Emilia	Cotechino di Modena, Mortadella Bologna, Pera dell'Emilia Romagna	Salame di Castelnovo Monti, Pancetta canusiana, Vacca Rossa Reggiana	Semitenero loiano	Vino Emilia
Lunigiana	Farina di castagne della Lunigiana, Prosciutto toscano, Miele della Lunigiana, Pecorino Toscano, Salamini italiani alla cacciatora	Olio toscano	Pecorino della Lunigiana, Caciotta della Lunigiana, Ricotta di Pecora Massese, Fagiolo di Zeri, Mela binotto, Patata di Zeri, Mela muso di bue, Pera rusè, Mela Rotella della Lunigiana (Pomo Rodello), Cipolla di Treschietto, Cipolla di Ripola, Cipolla di Terceretoli, Fagiolo di Bigiolo, Cipolla di Bassone, Spalla cotta di Filattiera, Mortadella della Lunigiana, Carne di cavallo di Comano, Filetto della Lunigiana, Agnello di Zeri, Agnello massese, Pattona di Comano (Pattona comanina), Crescenta di Comano (Crescenta), Panigaccio, Testarolo, Pane di Po'-Signano e Agnino, Amaro Clementi elixir di Fivizzano, Ricotta, Castagnaccio, Neccio toscano, Trota iridea	Marocca di Casola	Vino della Val di Magra, Vino Toscano
Garfagnana	Farina di neccio della Garfagnana, Pecorino Toscano, Salamini italiani alla cacciatora	Olio toscano	Pecorino della Garfagnana e delle colline lucchesi, Fagiolo giallorino della Garfagnana, Mela casciana, Biroldo della Garfagnana, Mondiola della Garfagnana, Pane di patate della Garfagnana, Crisciolette di Cascio, Torta di farro della Garfagnana, Ricotta, Castagnaccio, Zuccotto, Trota iridea		Vino toscano
Appennino Parmense	Prosciutto di Parma, Parmigiano Reggiano		Trota fario		

1.1.3.8 Superficie agricola e tipologie di aziende agricole

<i>valori in ha</i>		meno di 1	da 1 a 2	da 2 a 5	da 5 a 10	da 10 a 20	da 20 a 50	da 50 a 100	più di 100	superficie agricola totale	sup. comun in kmq	sup. agricola/ totale
Appennino Reggiano	Busana	0,00	2,89	8,07	14,96	1,20	69,98	0,00	934,50	1031,6	30,4	34%
	Castelnovo n.M.	1,46	11,69	133,04	410,83	1055,27	16,02	682,79	392,79	2703,9	96,5	28%
	Collagna	0,00	6,54	44,87	83,77	91,67	2,06	299,52	4449,12	4977,6	67,0	74%
	Ligonchio	0,77	3,71	24,91	35,02	57,48	163,32	52,03	0,00	337,2	67,0	5%
	Ramiseto	2,66	12,83	74,01	194,64	592,99	1190,09	286,71	1757,54	4111,5	168,0	24%
	Villa Minozzo	6,08	34,29	255,94	575,32	1039,26	1994,86	769,73	379,87	5055,4	168,0	30%
Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano		10,97	71,95	540,84	1314,54	2837,87	3436,33	2090,78	7913,82	18217,1	596,9	31%
Lunigiana	Bagnone	40,97	99,94	243,04	333,28	305,54	329,54	137,68	1940,06	3430,1	73,8	46%
	Comano	1,54	4,20	83,50	129,23	169,64	124,99	216,68	2361,77	3091,6	54,7	57%
	Filattiera	77,35	133,47	299,47	455,29	429,20	280,12	58,00	688,58	2421,5	48,9	49%
	Fivizzano	104,22	239,11	703,37	939,45	1271,74	1302,47	638,80	2386,16	7585,3	180,7	42%
	Licciana Nardi	113,31	202,66	548,20	575,27	436,78	442,13	75,92	1175,68	3570,0	56,0	64%
	Totale Comuni del Parco in Lunigiana		337,39	679,38	1877,58	2432,52	2612,90	2479,25	1127,08	8552,25	20098,4	414,1

Garfagnana	Giuncugnano	6,25	17,61	96,70	129,13	268,56	240,77	50,52	864,04	1673,6	18,9	88%
	San Romano in G.	20,98	41,47	176,98	186,06	127,80	188,48	65,91	1202,41	2010,1	26,0	77%
	Villa Collemantina	10,25	49,22	212,72	391,10	331,62	90,80	181,70	0,00	1267,4	34,8	36%
	Totale Comuni del Parco in Garfagnana	37,48	108,30	486,40	706,29	727,98	520,05	298,13	2066,45	4951,1	79,8	62%
Appennino Parmense	Corniglio	0,00	3,00	120,35	321,63	520,16	1028,21	519,58	1740,20	4253,1	166,6	26%
	Monchio d.C.	2,47	28,96	121,42	248,56	185,17	413,85	51,19	1065,75	2117,4	69,0	31%
	Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense	2,47	31,96	241,77	570,19	705,33	1442,06	570,77	2805,95	6370,5	235,60	27%
Totale Parco Nazionale		388,31	891,59	3146,59	5023,54	6884,08	7877,69	4086,76	21338,47	49637,03	1326,36	37%
Italia		986233	496521	532833	262899	158735	103745	31324	20057	2592347	301338	9%

fonte Censimento dell'Agricoltura 2000, Istat . Nostra rielaborazione

La tabella indica la superficie comunale dedicata ad attività agricole e la mette in rapporto alla superficie totale: il valore percentuale che ne risulta è indicato nell'ultima colonna.

Il Parco in media occupa il 37% dei suoi terreni per attività agricole, a differenza del 9% di quanto avviene a livello nazionale. La presenza di aree agricole varia nelle aree con sensibili differenze: dal 27% di area agricola nell'Appennino Parmense si passa al 31% nella provincia di Reggio Emilia, al 49% in Lunigiana e infine a ben il 62% in Garfagnana. Anche fra i Comuni ci sono forti differenze, con un ventaglio che passa dal 5% di Ligonchio fino all'88% di Giuncugnano. Nella tabella seguente un'analisi più dettagliata può essere fatta con il confronto dei dati percentuali.

		<i>valori in ha</i>							
		meno di 1	da 1 a 2	da 2 a 5	da 5 a 10	da 10 a 20	da 20 a 50	da 50 a 100	più di 100
Appennino Reggiano	Busana	0%	0%	1%	1%	0%	7%	0%	91%
	Castelnovo ne' Monti	0%	0%	5%	15%	39%	1%	25%	15%
	Collagna	0%	0%	1%	2%	2%	0%	6%	89%
	Ligonchio	0%	1%	7%	10%	17%	48%	15%	0%
	Ramiseto	0%	0%	2%	5%	14%	29%	7%	43%
	Villa Minozzo	0%	1%	5%	11%	21%	39%	15%	8%
	Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano	0%	0%	3%	7%	16%	19%	11%	43%
Lunigiana	Bagnone	1%	3%	7%	10%	9%	10%	4%	57%
	Comano	0%	0%	3%	4%	5%	4%	7%	76%
	Filattiera	3%	6%	12%	19%	18%	12%	2%	28%
	Fivizzano	1%	3%	9%	12%	17%	17%	8%	31%
	Licciana Nardi	3%	6%	15%	16%	12%	12%	2%	33%
	Totale Comuni del Parco in Lunigiana	2%	3%	9%	12%	13%	12%	6%	43%
Garfagnana	Giuncugnano	0%	1%	6%	8%	16%	14%	3%	52%
	San Romano in Garfagnana	1%	2%	9%	9%	6%	9%	3%	60%
	Villa Collemantina	1%	4%	17%	31%	26%	7%	14%	0%
	Totale Comuni del Parco in Garfagnana	1%	2%	10%	14%	15%	11%	6%	42%
Appennino Parmense	Corniglio	0%	0%	3%	8%	12%	24%	12%	41%
	Monchio delle Corti	0%	1%	6%	12%	9%	20%	2%	50%
	Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense	0%	1%	4%	9%	11%	23%	9%	44%
Totale Parco Nazionale		1%	2%	6%	10%	14%	16%	8%	43%
Italia		38%	19%	21%	10%	6%	4%	1%	1%

fonte Censimento dell'Agricoltura 2000, Istat . Nostra rielaborazione

Il dettaglio presentato nella tabella riguarda la distribuzione della superficie agricola a seconda della grandezza delle aziende che utilizzano il suolo. In questo modo è possibile ripartire la superficie agricola utilizzata a seconda della grandezza delle aziende. E' interessante notare come la media del Parco, che seppur con alcune ridotte variazioni per singolo caso si può dire piuttosto omogenea, segua una dinamica differente rispetto a quella dell'Italia.

In Italia le aziende con una superficie minore a un ettaro occupano il 38% della superficie agricola, contro l'1% di quelle del Parco. Lo stesso vale anche per le classi successive, fino a che c'è una maggiore convergenza per le classi da 5 a 10 e secondariamente da 10 a 50, dopodiché il divario aumenta: il 43% della superficie agricola utilizzata nell'area del Parco è occupata da aziende con un'estensione maggiore ai 100 ettari (contro l'1% nazionale).

Alcuni Comuni presentano poi delle particolarità rispetto agli altri avendo la gran parte del territorio occupato da alcune grandi aziende agricole (su tutti Busana e Collagna con l'89 e il 91% di superficie agricola occupata da grandi aziende).

1.1.3.9 Produzioni agricole

	CONDUZIONE DIRETTA DEL COLTIVATORE				% conduz. diretta/ totale generale	ALTRE FORME		totale generale
	solo manodop.familiare	mod familiare prevalente	mod extrafam. prevalente	tot		conduz. con salariati	colonia parziaria appoderata	
Appennino Busana	15	1	0	16	88,89%	2	0	18
Reggiano Castelnuovo ne' Monti	233	6	0	239	94,84%	13	1	252
Collagna	45	1	0	46	90,20%	5	0	51
Ligonchio	28	0	0	28	96,55%	1	0	29
Ramiseto	138	3	1	142	95,30%	7	0	149
Villa Minozzo	296	5	0	301	97,73%	7	0	308
Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano	755	16	1	772	95,66%	35	1	807
Lunigiana Bagnone	288	10	2	300	99,01%	3	0	303
Comano	64	0	0	64	95,52%	3	0	67
Filattiera	422	29	20	471	99,16%	4	0	475
Fivizzano	804	22	3	829	97,53%	21	0	850
Licciana Nardi	718	8	8	734	99,59%	3	0	737
Totale Comuni del Parco in Lunigiana	2296	69	33	2398	98,60%	34	0	2432
Garfagnana Giuncugnano	100	0	1	101	99,02%	1	0	102
San Romano in Garfagnana	172	1	4	177	97,79%	4	0	181
Villa Collemantina	205	1	0	206	99,04%	2	0	208
Totale Comuni del Parco in Garfagnana	477	2	5	484	98,57%	7	0	491
Appennino Corniglio	158	1	0	159	98,76%	2	0	161
Parmense Monchio delle Corti	124	1	0	125	97,66%	3	0	128
Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense	282	2	0	284	98,27%	5	0	289
Totale Parco Nazionale	3810	89	39	3938	97,98%	81	1	4019

fonte Censimento dell'Agricoltura 2000, Istat - Nostra rielaborazione

		CONDUZIONE DIRETTA DEL COLTIVATORE				ALTRE FORME			
		con solo mod familiare	con mod familiare prevalente	mod extrafam. prevalente	totale	% conduz. diretta su totale generale	conduz. con salariati	conduz. colonia parziaria appoderata	totale generale (valore assoluto)
<i>valori percentuali calcolati sul totale generale</i>									
Appennino	Busana	83%	6%	0%	16	88,89%	11%	0%	18
Reggiano	Castelnovo ne' Monti	92%	2%	0%	239	94,84%	5%	0%	252
	Collagna	88%	2%	0%	46	90,20%	10%	0%	51
	Ligonchio	97%	0%	0%	28	96,55%	3%	0%	29
	Ramiseto	93%	2%	1%	142	95,30%	5%	0%	149
	Villa Minozzo	96%	2%	0%	301	97,73%	2%	0%	308
	Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano	94%	2%	0%	772	95,66%	4%	0%	807
Lunigiana	Bagnone	95%	3%	1%	300	99,01%	1%	0%	303
	Comano	96%	0%	0%	64	95,52%	4%	0%	67
	Filattiera	89%	6%	4%	471	99,16%	1%	0%	475
	Fivizzano	95%	3%	0%	829	97,53%	2%	0%	850
	Licciana Nardi	97%	1%	1%	734	99,59%	0%	0%	737
	Totale Comuni del Parco in Lunigiana	94%	3%	1%	2398	98,60%	1%	0%	2432
Garfagnana	Giuncugnano	98%	0%	1%	101	99,02%	1%	0%	102
	San Romano in Garfagnana	95%	1%	2%	177	97,79%	2%	0%	181
	Villa Collemantina	99%	0%	0%	206	99,04%	1%	0%	208
	Totale Comuni del Parco in Garfagnana	97%	0%	1%	484	98,57%	1%	0%	491
Appennino	Corniglio	98%	1%	0%	159	98,76%	1%	0%	161
Parmense	Monchio delle Corti	97%	1%	0%	125	97,66%	2%	0%	128
	Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense	98%	1%	0%	284	98,27%	2%	0%	289
	Totale Parco Nazionale	95%	2%	1%	3938	97,98%	2%	0%	4019

fonte Censimento dell'Agricoltura 2000, Istat - Nostra rielaborazione

I dati ci suggeriscono che la forma di conduzione agricola prevalente è quella di tipo diretto (il 97,98%), in particolare a manodopera familiare (95%). Busana e Collagna, per la già detta presenza di grandi aziende agricole sopra i 100 ha, mostrano una percentuale più bassa di manodopera familiare (83 e 88%) e presentano una conduzione con salariati nettamente sopra la media del 2% del parco (rispettivamente con l'11% di conduzione con salariati per Busana e il 10% per Collagna).

valori in ha	SUPERFICIE AGRICOLA UTILIZZATA			
	seminativi	coltivazioni legnose agrarie	prati permanenti e pascoli	totale
Busana	95,36	20,27	56,85	172,48
Castelnovo ne' Monti	2950,56	48,42	204,31	3203,29
Collagna	118,96	49,48	1242,17	1410,61
Ligonchio	131,71	10,91	124,43	267,05
Ramiseto	774,65	6,07	1763,04	2543,76
Villa Minozzo	2460,62	88,74	443,22	2992,58
Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano	6531,86	223,89	3834,02	10589,77
Bagnone	71,26	171,52	730,02	972,80
Comano	8,27	125,18	913,11	1046,56
Filattiera	141,31	317,34	428,13	887,78
Fivizzano	430,40	1083,12	909,21	2422,73
Licciana Nardi	123,37	519,40	1313,39	1956,16
Totale Comuni del Parco in Lunigiana	774,61	2216,56	4293,86	7286,03
Giuncugnano	63,72	20,29	517,36	601,37
San Romano in Garfagnana	164,66	56,68	149,74	371,08
Villa Collemandina	50,84	172,77	446,36	669,97
Totale Comuni del Parco in Garfagnana	279,22	249,74	1113,46	1642,42
Corniglio	1342,64	4,00	329,56	1676,20
Monchio delle Corti	0,00	0,00	797,63	797,63
Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense	1342,64	4,00	1127,19	2473,83
Totale Parco Nazionale	8928,33	2694,19	10368,53	21992,05
Italia	1556081,00	1859512,00	528296,00	2553454,00

valori in ha	SUPERFICIE AGRARIA NON UTILIZZATA					
	arboricoltura da legno	boschi	totale	di cui destinata ad attività ricreative	altra superficie	totale
Busana	0,00	487,18	247,15	0,00	243,55	1150,36
Castelnovo ne' Monti	0,00	990,49	59,39	0,00	36,71	4289,88
Collagna	0,00	3147,75	313,28	33,42	310,14	5181,78
Ligonchio	0,60	46,98	13,56	0,00	9,05	337,24
Ramiseto	13,42	1508,65	19,94	2,10	25,26	4111,03
Villa Minozzo	0,00	975,75	49,87	0,00	47,15	4065,35
Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano	14,02	7156,80	703,19	35,52	671,86	19135,64
Bagnone	0,04	2239,34	177,21	0,10	41,26	3430,65
Comano	0,00	1819,51	17,42	2,00	208,22	3091,71
Filattiera	19,34	985,73	527,31	80,43	1,12	2421,28
Fivizzano	5,79	4872,10	263,07	0,00	21,63	7585,32
Licciana Nardi	0,75	1496,25	70,83	0,00	45,96	3569,95
Totale Comuni del Parco in Lunigiana	25,92	11412,93	1055,84	82,53	318,19	20098,91
Giuncugnano	0,00	434,48	18,54	5,54	19,49	1073,88
San Romano in Garfagnana	0,00	1372,57	257,45	6,10	8,99	2010,09
Villa Collemandina	0,10	452,12	133,66	0,20	11,56	1267,41
Totale Comuni del Parco in Garfagnana	0,10	2259,17	409,65	11,84	40,04	4351,38
Corniglio	0,00	2562,84	0,00	0,00	14,09	4253,13
Monchio delle Corti	0,00	1314,51	4,99	4,99	0,44	2117,57
Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense	0,00	3877,35	4,99	4,99	14,53	6370,70
Totale Parco Nazionale	40,04	24706,25	2173,67	134,88	1044,62	49956,63
Italia	54788,00	606120,00	486632,00	6339,00	1655032,00	2592347,00

fonte Censimento dell'Agricoltura 2000, Istat

I dati circa le forme di utilizzazione dei terreni agricoli nella loro forma aggregata ci danno delle informazioni importanti circa l'incidenza della produzione nell'area del Parco rispetto al territorio

italiano. La quota destinata ai seminativi (quasi 9000 ettari) è pressoché irrilevante contro il milione e mezzo di ettari della superficie agricola italiana. Cambiano i termini se invece si considerano per esempio i prati permanenti e pascoli. Per il primo caso, i seminativi, parliamo di un'incidenza dello 0,57%, mentre nel secondo caso, l'incidenza è dell'1,96%. Ancora più evidente è il divario di questa incidenza per altri due significativi settori: per quanto riguarda l'arboricoltura da legno l'incidenza del Parco è pressoché irrilevante (0,07%), mentre per quanto riguarda l'area destinata a bosco, l'incidenza del Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano supera il 4% in termini di contributi al territorio nazionale.

Un dato importante riguarda poi le attività ricreative, le cui aree sono concentrate soprattutto a Collagna e Filattiera, che insieme danno 113,85 ha su un totale di 134,88.

	SUPERFICIE AGRICOLA UTILIZZATA				SUPERFICIE AGRARIA NON UTILIZZATA					
	seminativi	coltivazioni legnose agrarie	prati permanenti e pascoli	totale	arboricoltura da legno	boschi	totale	di cui destinata ad attività ricreative	altra superficie	totale
Incidenza del parco nazionale sul totale italiano	0,57%	0,14%	1,96%	0,86%	0,07%	4,08%	0,45%	2,13%	0,06%	1,93%

		totale aziende	Totale aziende cerealicole		Aziende cerealicole produttrici di frumento		Coltivazioni ortive		Coltivazioni foraggere avvicendate	
			aziende	superficie	aziende	superficie	aziende	superficie	aziende	superficie
<i>valori in ha</i>										
Appennino Reggiano	Busana	11,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6,00	95,17
	Castelnovo ne' Monti	234,00	39,00	115,17	2,00	86,99	1,00	1,53	230,00	2831,43
	Collagna	47,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,01	44,00	116,95
	Ligonchio	29,00	1,00	0,30	0,00	0,00	10,00	1,31	26,00	126,71
	Ramiseto	135,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3,00	0,33	78,00	768,01
	Villa Minozzo	305,00	4,00	15,60	0,00	0,00	2,00	0,00	304,00	2433,06
	Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano	761,00	44,00	131,07	2,00	86,99	17,00	3,18	688,00	6371,33
Lunigiana	Bagnone	264,00	19,00	12,63	6,00	2,89	10,00	0,96	4,00	36,70
	Comano	55,00	4,00	1,51	1,00	1,00	1,00	0,01	14,00	4,92
	Filattiera	383,00	75,00	39,22	23,00	11,59	11,00	1,97	43,00	66,01
	Fivizzano	566,00	149,00	132,46	23,00	11,22	82,00	27,82	139,00	210,76
	Licciana Nardi	528,00	101,00	48,46	16,00	6,08	133,00	5,25	37,00	14,27
	Totale Comuni del Parco in Lunigiana	1796,00	348,00	234,28	69,00	32,78	237,00	36,01	237,00	332,66
Garfagnana	Giuncugnano	89,00	16,00	19,36	35,00	38,98	201,00	79,72	37,00	28,96
	San Romano in Garfagnana	156,00	46,00	105,00	5,00	3,48	9,00	17,25	7,00	7,57
	Villa Collemandina	187,00	35,00	25,16	5,00	0,83	0,00	0,00	7,00	6,20
	Totale Comuni del Parco in Garfagnana	432,00	97,00	149,52	45,00	43,29	210,00	96,97	51,00	42,73
Appennino Parmense	Corniglio	159,00	49,00	80,10	47,00	55,50	0,00	0,00	159,00	1262,54
	Monchio delle Corti	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense	159,00	49,00	80,10	47,00	55,50	0,00	0,00	159,00	1262,54
Totale Parco Nazionale		3148,00	538,00	594,97	163,00	218,56	464,00	136,16	1135,00	8009,26

Fonte: Censimento dell'Agricoltura 2000, Istat

I dati della tabella ci mostrano la distribuzione dei tipi di coltivazione sulla superficie agricola dei Comuni del Parco. La superficie maggiore è occupata dalle coltivazioni foraggere avvicendate, che occupano una superficie di 8009,26 ettari. Seguono le coltivazioni cerealicole, con 594,97, di cui 218,56 dedicate al frumento. A completare il quadro ci sono 136,16 ettari di coltivazioni ortive, prevalentemente di piccole aziende e per questo molto numerose pur a fronte di una ridotta superficie occupata (464 aziende orticole per una media di meno di 0,3 ettari per unità).

E' da notare come le coltivazioni ortive siano concentrate soprattutto nei Comuni di Licciana Nardi e Giuncugnano, mentre sono estremamente più ridotte negli altri Comuni. La Lunigiana prevale sia per il numero di aziende in assoluto che per le coltivazioni cerealicole, mentre l'Appennino Reggiano, insieme a quello Parmense prevale per quanto riguarda le coltivazioni foraggere.

1.1.3.10 Allevamento

	Bovini			Suini		Ovini		Caprini		Equini		Allevamenti avicoli		TOT CAPI
	aziende	totale capi	di cui vacche	aziende	capi	aziende	capi	aziende	capi	aziende	capi	aziende	capi	
Busana	6	119	88	0	0	1	66	1	22	3	4	10	172	383
Castelnovo ne' Monti	170	5095	3445	13	12488	5	70	4	15	12	33	159	18049	35750
Collagna	7	232	110	2	3	13	1093	3	9	11	36	36	1129	2502
Ligonchio	7	140	74	2	71	2	195	2	39	7	64	17	11939	12448
Ramiseto	50	1182	830	2	1150	11	821	0	0	17	65	94	701	3919
Villa Minozzo	74	2607	1718	6	1159	10	952	2	14	13	27	82	1358	6117
Totale Comuni del Parco in Appennino Reggiano	314	9375	6265	25	14871	42	3197	12	99	63	229	398	33348	61119
Bagnone	24	198	112	4	7	16	445	14	96	24	93	140	1969	2808
Comano	27	132	55	11	21	9	421	7	130	28	103	46	931	1738
Filattiera	47	128	69	29	75	28	899	9	104	23	81	203	2747	4034
Fivizzano	168	944	374	32	2884	29	631	12	194	43	179	268	8858	13690
Licciana Nardi	57	225	41	20	72	14	805	20	153	34	181	334	4100	5536
Totale Comuni del Parco in Lunigiana	323	1627	651	96	3059	96	3201	62	677	152	637	991	18605	27806
Giuncugnano	24	343	130	6	10	4	383	2	10	8	21	0	0	767
San Romano in G.	10	148	4	2	19	0	0	1	3	2	5	15	247	422
Villa Collemadina	31	225	65	12	23	17	888	6	25	5	32	119	2366	3559
Totale Comuni del Parco in Garfagnana	65	716	199	20	52	21	1271	9	38	15	58	134	2613	4748
Corniglio	69	1673	1225	0	0	0	0	1	8	12	47	141	1887	3615
Monchio delle Corti	12	463	279	0	0	7	645	0	0	5	11	6	93	1212
Totale Comuni del Parco in Appennino Parmense	81	2136	1504	0	0	7	645	1	8	17	58	147	1980	4827
Totale Parco Nazionale	783	13854	8619	141	17982	166	8314	84	822	247	982	1670	56546	98500

Fonte: Censimento dell'agricoltura ISTAT; 2001

La tabella ci mostra la situazione degli allevamenti nell'area del Parco: prevale l'allevamento di suini con 17982 capi, seguito dai bovini con 13854 capi (di cui 2/3 circa composti da vacche). Minore è l'allevamento di caprini ed equini, mentre gli allevamenti avicoli non sono comparabili numericamente agli altri allevamenti. E' interessante notare come il Comune di Castelnovo ne' Monti da solo contribuisca con l'allevamento di 35750 capi su un totale di 98500, primeggiando sia per quanto riguarda i bovini che per quanto riguarda i suini (in questo caso con più di 2/3 dei capi

dell'intero Parco). Più in generale è l'Appennino Reggiano a dominare le dinamiche dell'allevamento, seguito dalla Lunigiana e in modo molto più ridotto dalla Garfagnana. L'incidenza dell'Appennino Parmense invece è rilevante per quanto riguarda gli ovini, mentre è molto ridotto per quanto riguarda le altre specie.

1.2 Stato dell'arte delle problematiche e delle politiche di risposte operanti

1.2.0 Introduzione

La conoscenza dello stato delle problematiche e delle politiche di risposta operanti nelle realtà locali. La creazione di una mappa dei problemi, intesa come evidenziazione delle criticità croniche ed emergenti nella realtà locale e dei risultati ottenuti (o meno) dalle politiche di risposta messe in atto sin ora, è la base necessaria per svolgere nell'ambito del PPES una efficace attività di problem setting².

Tale ricognizione è stata redatta sia attivando percorsi di ascolto istituzionale mediante interviste (utilizzando la metodologia SWOT³) a dirigenti e amministratori dei soggetti preposti allo sviluppo socio-economico del territorio, sia attivando processi partecipativi di portatori di interesse e residenti.

In questo capitolo si concretizza la presa di conoscenza dell'ambiente programmatico nel quale gli interventi del PPES si dovranno svolgere per arrivare alla formulazione degli obiettivi proposti dal Piano stesso.

1.2.1 Interviste secondo la metodologia SWOT

Nell'ambito della definizione degli obiettivi e delle priorità del "Piano pluriennale economico sociale per la promozione delle attività compatibili" (PPES) sono stati contattati 17 enti e sono state realizzate 14 interviste a rappresentanti degli Enti territoriali (Provincia, Comunità Montana) e a operatori dello sviluppo socio-economico (CCIAA, GAL) del territorio del Parco.

Lo scopo delle interviste (realizzate tra dicembre 2008 e marzo 2009) è stato di raccogliere informazioni, spunti e osservazioni sui possibili punti di forza, punti di debolezza, opportunità e ostacoli allo sviluppo economico e sociale del territorio del Parco.

I soggetti da intervistare sono stati inizialmente preavvisati con una lettera a firma del Presidente del Parco e poi contattati telefonicamente dagli intervistatori per concordare l'intervista.

In vari casi i soggetti contattati hanno chiesto di coinvolgere nell'intervista anche altri colleghi. Di conseguenza molte interviste sono state realizzate "a più voci", a volte in date diverse. In alcuni casi è stato invece difficile ottenere la disponibilità delle persone da intervistare.

Le interviste realizzate sono state trascritte integralmente e successivamente riorganizzate in una scheda preordinata, finalizzata a mettere in evidenza i principali elementi di analisi emersi (Sede e data dell'intervista; Soggetti intervistati; Documenti di riferimento; Aree tematiche trattate in prevalenza; Livello territoriale dell'analisi; Caratteristiche del territorio montano e degli strumenti di

² Processo teorico e pratico che serve a trasformare un disagio in un problema, in una questione ben definita, ponendo le basi per avviare un percorso di risoluzione.

³ L'analisi SWOT, conosciuta anche come Matrice TOWS, è uno strumento di pianificazione strategica usata per valutare i punti di forza (Strengths), debolezza (Weaknesses), le opportunità (Opportunities) e le minacce (Threats) di un progetto o in un'impresa o in ogni altra situazione in cui un'organizzazione o un individuo deve prendere una decisione per raggiungere un obiettivo

programmazione evidenziate nel corso dell'intervista; Concertazione e partecipazione; Obiettivi di sviluppo; Progetti ed esperienze significative) e a sintetizzarli attraverso uno schema SWOT.

Ciascuna scheda è stata poi inviata agli intervistati per ottenere la loro validazione, insieme ad eventuali modifiche o integrazioni.

È da segnalare l'assenza della scheda relativa sia alla CCIAA di Parma, sia alla CCIAA di Lucca che nonostante i molti solleciti non sono ancora stati disponibili all'intervista.

Nello schema che segue sono sintetizzati i passaggi realizzati per ciascuna intervista.

N° Ref		Intervistati	Data, ora e luogo intervista	SPEDITA validazione per	RISPOSTA
1	CM LUNIGIANA	Paolo Bissoli (Presidente) Fausta Fabbri (Dirigente Attività produttive)	Intervista: lunedì 9 febbraio ore 11 Intervistatore: Caterina Alvisi	17/03/09	6/05/09 Ha inviato le sue osservazioni, riportate in rosso nella scheda
2	Provincia di Massa-Carrara	Maria Teresa Zattera (Responsabile Servizio Programmazione Territoriale SIT)	Intervista: mercoledì 11 febbraio ore 15 Intervistatore: Valeria Baruzzi	30/03/09	Non ricevuta risposta
3	CCIAA Massa-Carrara	Alessandro Beverini (Segretario generale)	Intervista: venerdì 20 febbraio ore 11.30 Intervistatore: Valeria Baruzzi	30/03/09	Non ricevuta risposta
4	GAL Sviluppo Lunigiana soc. coop. a r.l.	Agostino Nino Folegnani (Presidente)	Intervista: venerdì 20 febbraio ore 15 Intervistatore: Valeria Baruzzi	30/03/09	Non ricevuta risposta
5	Eventuali altri referenti per il territorio della	Lorenza Muzio (POLIS srl)	Questionario compilato direttamente dalla referente e spedito alla		Richiesto sollecito per ricezione sia a marzo che a fine aprile. In attesa di loro

N° Ref		Intervistati	Data, ora e luogo intervista	SPEDITA validazione per	RISPOSTA
	Lunigiana		CM per validazione		restituzione.
6	CM APENNINO REGGIANO	<p>Dr.ssa Maurizia Giorgini, Responsabile Servizio Attività Produttive e Sportello Unico Dr. Antonio Giorgioni, Responsabile Servizio Agricoltura Dr.ssa Elisa Attolini, Responsabile Servizio Turismo, Scuola e Sociale</p> <p>Arch. Leonarda Livierato, Dirigente settore pianificazione territoriale e valorizzazione ambientale</p>	<p>Con Giorgini, Attolini e Giorgioni:</p> <p>18 dicembre ore 9.30</p> <p>Intervistatore: Caterina Alvisi e Valeria Baruzzi</p> <p>con Leonarda Livierato:</p> <p>9 gennaio ore 10.00</p> <p>Intervistatore: Caterina Alvisi</p>	24/02/2009	<p>31/03 sentita Giorgini per lei è ok, manca l'ok di Livierato:</p> <p>31/03 sentita Livierato e concordata una modifica riportata in rosso nella scheda</p>
7	Provincia di Reggio Emilia	<p>Arch. Anna Campeol, Dirigente Servizio Pianificazione Territoriale e Ambientale Dr. Renzo Pavignani, Resp. U.O. PTCP, Programmi e Piani di Settore Dr.ssa Alessandra Curotti, Resp. U.O Aree Protette e Paesaggio</p>	<p>20 gennaio ore 10.00 via Guido da Castello 13, Reggio Emilia</p> <p>Intervistatore: Caterina Alvisi</p>	24/02/2009	In attesa di validazione finale

N° Ref		Intervistati	Data, ora e luogo intervista	SPEDITA validazione per	RISPOSTA
8	CCIAA Emilia Reggio	Dr. Enrico Bini (Presidente) Dr.ssa Marina Compagni (Responsabile Ufficio Studi)	Intervista: 11 febbraio ore 15.00 Intervistatore: Caterina Alvisi	24/02/2009	6/03 ok di Marisa Compagni anche a nome del presidente, via telefono
9	GAL Appennino Modena Reggio	Dr. Gualtiero Lutti (direttore) Dr. Nerino Gallerani Dr. Luciano Correggi (presidente)	Con Dr. Lutti e dr. Gallerani mercoledì 17 ore 14.30 Con Dr. Correggi 9 gennaio ore 10.00 Intervistatore: Caterina Alvisi	24/02/2009	25/02 ok di Correggi via E-mail

N° Ref		Intervistati	Data, ora e luogo intervista	SPEDITA validazione per	RISPOSTA
10	CM PARMA EST	Delio Folzani (Direttore)	Intervista: 13 febbraio ore 9.30 Intervistatore: Valeria Baruzzi	20/03/2009	Non ricevuta risposta
11	Provincia di Parma	Sergio Peri (Dirigente Servizio Pianificazione Territoriale)	Intervista: 13 febbraio ore 13.30 Intervistatore: Valeria Baruzzi	Questionario compilato a validato ricevuto direttamente durante l'incontro per l'intervista	
12	CCIAA Parma	Massimo Cappuccini (segreteria e ufficio stampa del segretario generale Alberto Egaddi)	Questionario compilato direttamente dal referente		
13	GAL Soprip	Maura Lodola (Responsabile d'Area Appennino Est)	Intervista: martedì 3 marzo ore 10 Intervistatore: Valeria Baruzzi, Manuela Belli	20/03/2009	Non ricevuta risposta

N° Ref		Intervistati	Data, ora e luogo intervista	SPEDITA validazione per	RISPOSTA
14	CM GARFAGNANA	Direttore Segretario Generale Francesco Pinagli e Sandro Pieroni	Intervista: 5 marzo, ore 11.00 Intervistatore: Manuela Belli	6/04/2009	Non ricevuta risposta
15	Provincia di Lucca	Paola Ramaciotti Maria Pia Casini Gino Persiani	Intervista: 11 marzo, ore 14.00 Intervistatore: Manuela Belli	6/04/2009	Non ricevuta risposta
16	CCIAA Lucca	Silvia Galli non si è presentata all'appuntamento	Intervista: 25 marzo, ore 11.00 Intervistatore: Manuela Belli		
17	GAL Garfagnana Ambiente e Sviluppo s.c.r.l.	Luigi Favari	Intervista: 11 marzo, ore 11.00 Intervistatore: Manuela Belli	6/04/2009	Non ricevuta risposta

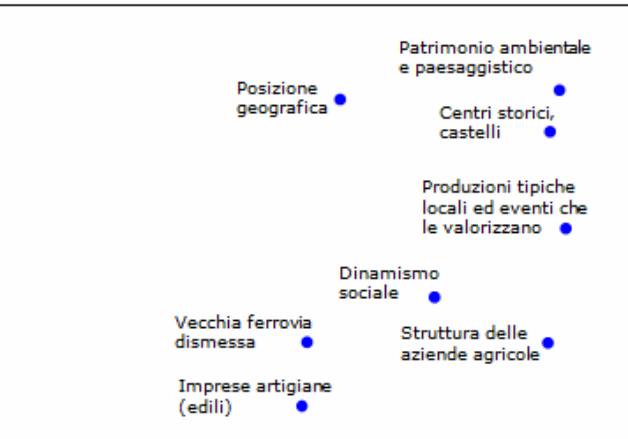
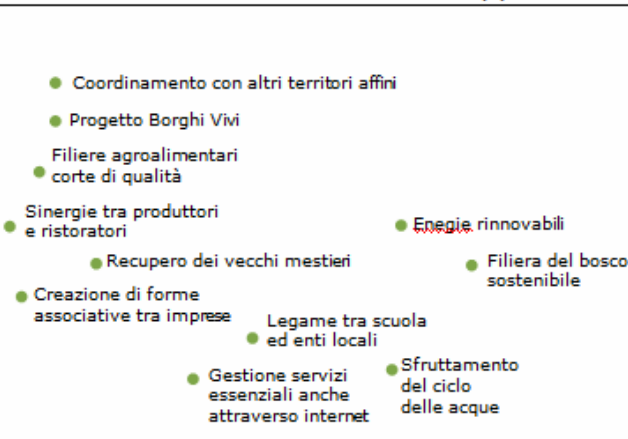
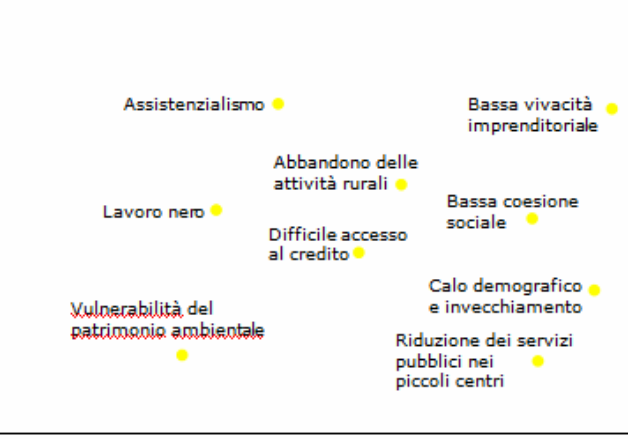

1.1.2.1 Scheda intervista e matrice SWOT Comunità Montana Lunigiana

Sede e data dell'intervista	9 febbraio 2009 ore 11.00 Sede della CM a Fivizzano
Soggetti intervistati	Paolo Bissoli (Presidente) Fausta Fabbri (Dirigente Attività produttive)
Documenti di riferimento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Piano di sviluppo socio economico della Comunità Montana, approvato nel 2006 (disponibile copia cartacea). Il piano è stato curato da Lorenza Muzio, di Polis, a cui si deve fare riferimento per i dettagli delle analisi. (in nero nel testo le informazioni tratte dal Cap. 6 della Relazione Programmatica) 2. Annuario statistico demografico 2008 (disponibile copia cartacea) 3. Documento di attuazione locale del Piano di sviluppo rurale regionale. Il documento è in costante aggiornamento, in base allo sviluppo delle azioni di attuazione. <p>Altri due studi di cui tenere conto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Uno studio per il riconoscimento del Distretto rurale fatto dall'Università di Pisa (richiesto file via email) 2. Un documento curato dalla provincia e approvato dalla CM per adeguare i criteri di assegnazione dei contributi del PSR.
Aree tematiche trattate in prevalenza	Forestazione, attività produttive (agricoltura), cultura e formazione
Livello territoriale dell'analisi	Territorio della Comunità Montana
Caratteristiche del territorio montano e degli strumenti di programmazione evidenziate nel corso dell'intervista	<p>La parte di Lunigiana in sinistra del Magra, che arriva al crinale, è quella più ampia e con le maggiori altitudini. Ha problemi legati alla manutenzione del territorio e alle frane. La parte più a valle ha invece problemi di esondazioni e di regimazione delle acque. I territori dei cinque comuni del Parco vanno dal fondovalle al crinale, quindi hanno tutte le problematiche tipiche della CM.</p> <p>Le politiche a sostegno dell'imprenditorialità agricola in area appenninica sta dando buoni risultati sui prodotti tipici, ad esempio il miele DOP della Lunigiana (che ha però, pur in annate particolari, il problema di una produzione insufficiente a soddisfare la domanda). Anche vino, formaggi e, soprattutto, prodotti come i "panigacci" e i "testaroli" vanno molto bene.</p> <p>Il PSR ha cominciato ad essere attuato nel 2008, anche con l'applicazione dei bandi per i contributi relativi al 2007. Con il primo bando c'è stato un fenomeno per molti aspetti inaspettato: il numero di domande di insediamento di giovani imprenditori è stato di 5 volte superiore al previsto. Non è ancora stata data una spiegazione del fenomeno, poiché l'istruttoria delle domande è ancora in corso. Però se lo si vuole valutare positivamente si può pensare che i giovani abbiano deciso di investire sul territorio, probabilmente le politiche a favore della ruralità hanno portato ad un aumento di interesse.</p> <p>L'imprenditoria agricola è soprattutto locale, molto tradizionale. In alcuni settori, come nella commercializzazione del legname, gli</p>

	<p>imprenditori sono locali ma la manodopera è immigrata. Anche in Lunigiana la capacità di intercettare i finanziamenti è maggiore nelle zone di mezzacosta e fondovalle rispetto al crinale. Però va anche considerato che ci sono aree più o meno vocate e che i territori interessati dal parco sono spesso ad una quota così elevata da essere costituiti solo da aree a prato-pascolo. Lì c'è quindi poca possibilità di scelta imprenditoriale. Nella fascia tra i 300 e gli 800 m c'è invece una vivacità imprenditoriale ben superiore (allevamento, olivicoltura, apicoltura).</p> <p>Ci sono alcune esperienze interessanti di marchi per la commercializzazione, sia come consorzi che come privati. Da citare esperienze consortili come il Consorzio Lunigiana Amica, formato dai produttori e dalle istituzioni.</p> <p>Il fatto che il Parco sia di recente costituzione fa sì che la sua presenza non abbia ancora un peso rilevante nella programmazione della CM come invece potrebbe essere. La CM intende però fare sempre più riferimento alla presenza del parco nella programmazione a venire. Ad esempio, il comune di Bagnone si accinge ad entrare nel parco: la CM lo supporterà privilegiando in quel territorio, all'interno delle proprie competenze, interventi di vario genere, ad esempio sulla sentieristica e sulla viabilità forestale.</p> <p>Un altro esempio: la CM sta valutando il recupero della sentieristica forestale. In particolare, è titolare di Trekking Lunigiana, un anello di sentieri che adesso però non è più percorribile se non in piccola parte. Sono programmati interventi di recupero che si concentreranno prioritariamente sul versante lunigianese interessato dal parco. La presenza del Parco sta comunque già esercitando un influsso tangibile sullo sviluppo del territorio. Quello che manca è il suo inserimento in modo forte nella programmazione (ad esempio per la valorizzazione dei prodotti tipici). Occorre che il Parco diventi un elemento imprescindibile delle politiche di sviluppo.</p> <p>Le politiche di sostenibilità devono tenere conto di tutte le risorse che un territorio mette a disposizione. Uno dei principali elementi su cui si deve intervenire è quindi la cultura del territorio: per questo occorre una forte interrelazione tra tutte le istituzioni.</p> <p>Per il PSR è stata fatta una analisi dettagliata del territorio, per adeguare i criteri per l'assegnazione dei punteggi. Infatti i criteri regionali danno la priorità a: impresa femminile, giovani e certificazione di qualità, ma nella realtà della CM si è reso necessario modificare alcuni di questi criteri. Infatti, ad esempio, nella CM spesso l'azienda è intestata ad una donna, perché è libera da altre occupazioni, ma poi è gestita da uomini. Quindi senza aggiustamenti il criterio sull'imprenditoria femminile avrebbe penalizzato ingiustamente altre aziende intestate a uomini.</p>
Concertazione e partecipazione	<p>Le azioni della CM vengono concordate in tavoli di concertazione, che di solito corrispondono alla conferenza dei sindaci.</p> <p>Ci sono relazioni piuttosto solide con la Garfagnana, perché appartiene alla stessa regione. Invece le relazioni con l'altro versante sono più sporadiche e meno istituzionalizzate e spesso avvengono soprattutto per conoscenza diretta.</p>
Obiettivi di sviluppo	<p>La strategia di sviluppo locale per i prossimi anni si basa sulla valorizzazione della ruralità nella linea della ricerca e del</p>

	<p>riconoscimento della qualità.</p> <p>Valorizzazione della ruralità significa non solo delle attività agricole, ma anche azioni di tutela, ripristino ambientale, attività culturali e turistiche (sono tutte attività a sostegno della ruralità e devono essere tutte orientate alla crescita della qualità).</p> <p>Una delle risorse fondamentali per lo sviluppo è la promozione della cultura del territorio.</p> <p>Adesso siamo in una fase molto critica per la cultura locale, perché c'è una cesura tra le generazioni. E' invece necessario recuperare la cultura come base per le politiche di sostenibilità.</p> <p>Per recuperare la cultura del territorio occorre far leva innanzitutto sulla promozione dei prodotti tipici, che sono un elemento molto legato alla cultura locale.</p> <p>Poi c'è un passo successivo che è individuare forme di comprensione della cultura diffusa, ad esempio attraverso il recupero della cultura materiale. Qui occorre compiere uno sforzo con una iniziativa che parta localmente, soprattutto in considerazione del fatto che nel Piano di sviluppo provinciale (PASL) però non ci sono misure di questo tipo, il Piano non interviene su questo aspetto.</p> <p>Un esempio di progetto per il recupero della cultura locale è il progetto Parco nel Mondo. Il progetto punta al recupero dei legami con persone originarie del territorio del parco che adesso vivono in altre parti del mondo. Questo progetto, tuttavia, a mio parere si potrà realizzare solo se si fa riferimento alla cultura locale come base per la relazione da ristabilire. Ad esempio si può creare un confronto con le comunità lontane basato sulle modalità di preparazione dei piatti tipici del territorio: confrontando come una ricetta tipica viene preparata da un'abitante del parco e come invece la prepara una famiglia originaria dello stesso territorio che adesso vive in Australia. Questo tipo di confronto può ricreare un legame tra gli emigrati e il territorio di appartenenza.</p> <p>Se invece si basa la relazione solo sui fattori economici, il progetto difficilmente può funzionare.</p>
<p>Progetti ed esperienze significative</p>	<p>Il Progetto Borghi Vivi è rivolto anche ai territori più alti e ha lo scopo di creare un sistema per mettere in relazione il patrimonio edilizio sottoutilizzato per creare un albergo diffuso. Si tratta quindi di mettere in relazione la ricettività privata con una offerta pubblica. Dentro a questo progetto dovrebbero rientrare tutti i progetti di sviluppo locale, non per un tentativo di egemonizzarli, quanto per il fatto che il progetto si basa su accordi istituzionali tra tutti gli enti interessati (regione, provincia, comuni ecc.).</p> <p>Il progetto ha già uno studio di fattibilità completo e si sta cercando di avviarlo. Attualmente è stato riaperto il tavolo di concertazione con i comuni e sono in fase di organizzazione le conferenze programmatiche. I comuni hanno un ruolo importante anche nei confronti del patrimonio privato, visto che devono emanare i bandi con cui i privati presentano la manifestazione di interesse a mettere a disposizione i propri immobili. Il progetto prevede che poi un soggetto (ancora da definire) prenda in gestione gli immobili ed attui gli interventi di ristrutturazione, per poi utilizzarli.</p> <p>Il periodo di gestione sarà di 20-25 anni, al termine del quale gli immobili, ristrutturati, ritorneranno ai privati. Per quanto riguarda i benefici per il proprietario, si sta pensando ad un coinvolgimento nella</p>

	<p>gestione oppure ad un canone di locazione. Manca ancora però lo strumento finanziario adeguato. Per ora ci sono circa 7 mln € di finanziamenti regionali per interventi pubblici nei settori della cultura, del turismo e del commercio, che attiveranno una quindicina di progetti comunali. Il referente per il progetto Borghi Vivi è l' architetto Stefano Milano.</p> <p>Tra le iniziative in corso si può ricordare che la CM sta ultimando la realizzazione un centro comprensoriale di trasformazione dei prodotti agricoli nel territorio comunale di Fosdinovo; sta inoltre operando su progetti relativi alle tipicità per quel che riguarda il miele, la farina di castagne e quella di grano. La CM sta inoltre portando avanti la certificazione EMAS del territorio. C'è anche qualche impresa già certificata.</p> <p>A Zeri c'è una impresa di sole donne che allevano la pecora zerasca, con ottimi risultati.</p>
--	--

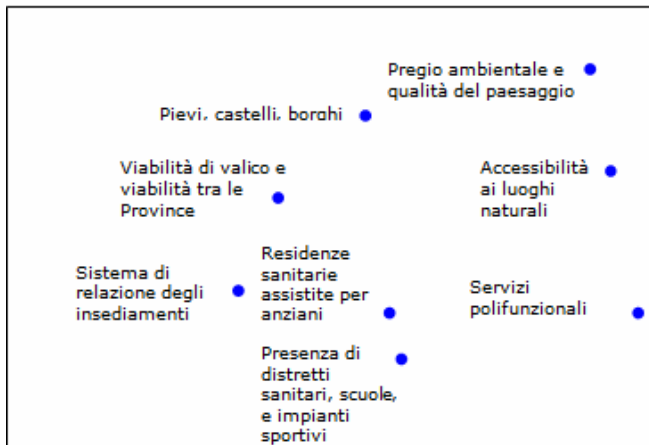
Punti di forza	Opportunità
	
	
Minacce	Punti di debolezza

1.1.2.2 Scheda intervista e matrice SWOT Provincia di Massa-Carrara

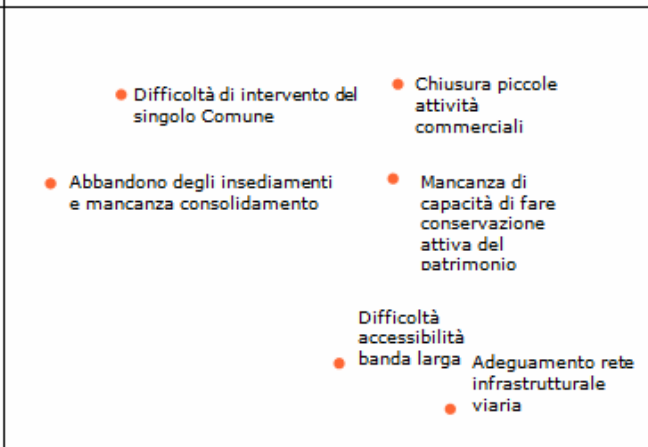
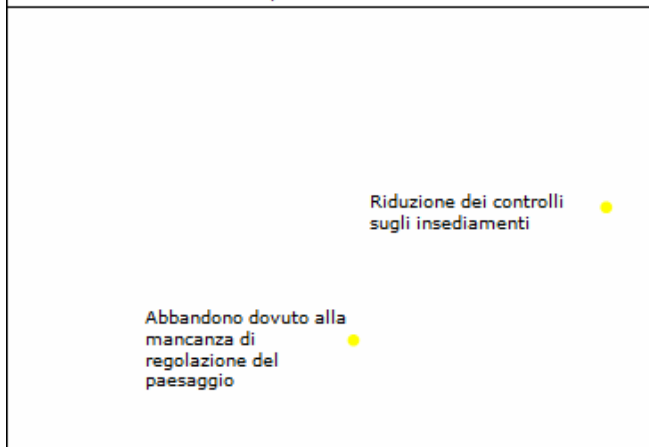
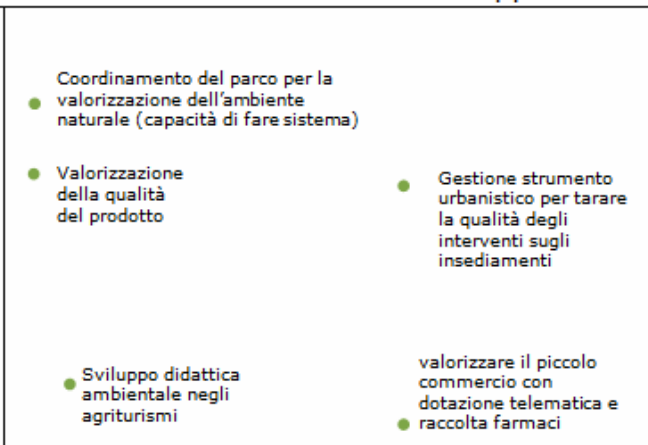
Sede e data dell'intervista	Sede Provincia Massa Carrara 11 febbraio 2009
Soggetti intervistati	Maria Teresa Zattera (Responsabile Servizio Programmazione Territoriale SIT)
Documenti di riferimento	<p>1. PTCP (approvata nel 2005 variante di adeguamento e conformità al P.I.T.) Il PTCP è stato adeguato al PIT regionale nel 2005 (dati 2004). Sono stati realizzati studi per aggiornamento (vedere allegato cartaceo fornito dalla Provincia "Verso il nuovo PTC"): sono studi sui SIR per le aree non incluse nel Parco Apuane per dare supporto ai Comuni per la predisposizione dei Piani Strutturali e relativa VINCA (luglio 2008).</p> <p>2. PASL Piani di Sviluppo Locale (intesa con Piano Regionale di Sviluppo e Comuni)</p> <p>3. Piano di sviluppo agricolo (in fase di attuazione)</p> <p>4. Piano Provinciale dello Sport (con indicazioni sulle possibilità di sviluppo dello sport in ambiente naturale): contiene le opportunità per la pratica sportiva con dati del 2004-2006 (indicazioni contenute tra i piani di settore parte II PTCP).</p>
Aree tematiche trattate in prevalenza	PTCP: Ambiente (conservazione biodiversità e aree protette), assetto idrogeologico, pianificazione energetica del territorio, gestione dei rifiuti, sviluppo rurale, promozione del turismo provinciale, attività e beni culturali, trasporto pubblico)
Livello territoriale dell'analisi	Il PTCP considera l'intero territorio provincia: viene effettuata una disaggregazione del territorio in area di montagna, collina, pianura, costa, fluviali come sintesi di 57 micro aree di partenza individuate sul territorio provinciale.
Caratteristiche del territorio montano e degli strumenti di programmazione evidenziate nel corso dell'intervista	<p>Nella zona del Parco sono presenti attività agro-silvo-pastorali, Prodotti tipici locali (come la raccolta di funghi).</p> <p>Ci sono zone di abbandono per la biodiversità e non c'è relazione tra gli aspetti naturali e gli ambiti economici e sociali.</p>
Concertazione e partecipazione	La Provincia nel percorso del PTC ha coinvolto gli stakeholder istituzionali (Comuni, comunità montana, associazioni di categoria, ecc.). Nel 1999 è stata realizzata la conferenza di programmazione propedeutica e finale con Comuni e associazioni di categoria. Nel 2005 la variante non modificava gli obiettivi strategici del primo PTCP e quindi è stata fatta una comunicazione. Sono state accolte integrazioni da Comuni e associazioni di categoria.
Obiettivi di sviluppo	Pianificazione strategica del territorio provinciale con particolare approfondimento sulla predisposizione dei piani strutturali comunali. Elementi di coesione paesaggistica da approfondire per la

	<p>pianificazione comunale.</p> <p>Valorizzazione e sfruttamento delle risorse naturali presenti nel territorio (aree boscate, ambiente, biodiversità). Risorse ambientali gestite per la produzione di energia attraverso impianti a biomasse ed eolici.</p> <p>Vicinanza dei sistemi insediativi che può generare lo sviluppo di residenze temporali, case albergo, albergo diffuso.</p> <p>Turismo sportivo-naturalistico.</p> <p>Didattica ambientale per una nuova cultura e un nuovo approccio alla valorizzazione delle risorse naturali e alla loro gestione.</p>
<p>Progetti ed esperienze significative</p>	<p>Nell'ambito della pianificazione strategica del territorio provinciale con particolare approfondimento sulla predisposizione dei piani strutturali comunali, è in atto un percorso sperimentale con il Comune di Bagnone attraverso un protocollo d'intesa per la pianificazione del territorio comunale attraverso il supporto tecnico della Provincia nella predisposizione del Piano strutturale comunale. L'obiettivo è di sperimentare metodologie applicabili a comuni simili per la predisposizione di piani comunali e regolamenti urbanistici come piani paesistici più che costruttivi.</p> <p>E' stato realizzato il progetto "Borghi vivi" (studio della comunità montana, partito nel 2000 con finanziamenti notevoli della regione Toscana) ma nonostante gli studi non sono seguiti progetti di consolidamento e miglioramento.</p> <p>Progetto albergo diffuso contro l'abbandono degli insediamenti e lo studio "Casa rurale in Lunigiana".</p> <p>Sono stati finanziati dalla Provincia interventi sul patrimonio edilizio esistente (castelli ed ex scuole).</p> <p>E' stato avviato un progetto della Provincia per l'accessibilità alla banda larga nel territorio della Lunigiana.</p>

Punti di forza



Opportunità



Minacce

Punti di debolezza

1.1.2.3 Scheda intervista e matrice SWOT CCIAA Massa-Carrara

Sede e data dell'intervista	Sede CCIAA Massa e Carrara 20 febbraio 2009
Soggetti intervistati	Alessandro Beverini (Segretario generale)
Documenti di riferimento	<p>1.Rapporto annuale (dati 2007) 2.Rapporto ISR (Istituto di Studi e Ricerche) Lunigiana 2005 (in blu nel testo le informazioni tratte da questo documento) 3.Programmazione per settori 2005-2008</p> <p>Ogni anno attraverso il Rapporto annuale della CCIAA sono raccolti i dati del territorio provinciale, riportati per Comuni, ma vengono forniti anche i dati complessivi del territorio della Lunigiana. Per quanto riguarda l'analisi del contesto i dati sono aggiornati annualmente nel Rapporto annuale CCIAA. Con il Rapporto ISR del 2005 è stato realizzato un approfondimento sulla Lunigiana.</p>
Aree tematiche trattate in prevalenza	Agricoltura, Servizi, Industria, Artigianato, Turismo
Livello territoriale dell'analisi	Sono considerate le due realtà principali del territorio da un punto di vista dello sviluppo economico: l'area costiera e l'area lunigianese.
Caratteristiche del territorio montano e degli strumenti di programmazione evidenziate nel corso dell'intervista	<p>La Lunigiana demograficamente è un po' in declino. Vi è un gruppo di comuni - Bagnone, Casola, Comano, Filattiera, Fivizzano, Mulazzo, Tresana e Zeri - che mostra un lento ma costante declino; dall'altro alcuni che, al contrario, godono di una lenta ma forte crescita, come Aulla, Villafranca, Comano, Fosdinovo, Licciana e, soprattutto, Podenzana (+2,7%). Per quanto riguarda l'età media della popolazione, la zona litoranea è mediamente più "giovane" di quella lunigianese di ben 4 anni (44,0 contro 48,0 anni) La Lunigiana non ha grande densità produttiva perché non ha un tessuto industriale. In Lunigiana, il 77% circa del PIL deriva dal terziario. Il settore produttivo, in senso stretto, contribuisce per circa il 18%, l'agricoltura per il 5%, con peso rispettivamente più basso nel manifatturiero rispetto alla Provincia e più alto per l'agricoltura. Sul complesso delle aziende, ben 15.816, (il 74,5%) sono localizzate nell'area di Costa e 5.409 (il 25,5%) in Lunigiana. Il numero delle imprese agricole lunigianesi è pari a 1.015 unità e rappresenta ancora il 18,7% del totale delle imprese del territorio. Un'azienda agricola ogni quattro è ubicata nel comune di Fivizzano, seguono Aulla e Pontremoli. Le imprese del settore delle costruzioni rappresentano il 16,8% del totale delle imprese della Lunigiana. Quasi il 50% delle imprese artigiane della Lunigiana sono aziende edili (734 unità). La componente di maggior peso nel sistema imprenditoriale lunigianese è comunque rappresentata dal "Commercio al dettaglio ed all'ingrosso". Il comparto rappresenta il 27,8% del totale delle attività economiche presenti in Lunigiana. Quasi 1 esercizio commerciale ogni 3 è ubicato nel comune di Aulla. L'universo produttivo manifatturiero è costituito in generale da micro</p>

unità: più della metà delle imprese manifatturiere della Lunigiana non supera il milione di euro di fatturato in un anno.

Le aziende femminili registrate, a fine 2004, in provincia di Massa-Carrara erano 5.331, per un'incidenza sul totale delle imprese pari a 25 punti percentuali, nettamente superiore sia alla media della regione Toscana sia alla media nazionale, entrambe al 24% circa.

Una struttura economica quella della Lunigiana che sembrerebbe, tramite il settore commerciale e dei servizi, sia alle persone che alle imprese, compensare i ritardi dei comparti strettamente legati al produttivo, riservando alle attività agricole, se specializzate e di qualità, ed al turismo, ruoli centrali e determinanti per gli scenari economici futuri.

Turismo: per quanto riguarda la Lunigiana se prendessimo in considerazione solo i dati ufficiali, il turismo lunigianese peserebbe solo per il 7,5% in ambito provinciale (circa 100 mila presenze su 1,3 milioni), conteggiando invece anche il sommerso e le case per vacanza, le presenze turistiche lunigianesi salgono a più di 3 milioni con un'incidenza sul totale provinciale pari al 36%.

L'incidenza del turismo sul totale dell'economia provinciale è stato nel 2004 pari al 6%, in Lunigiana il 10,8% nella zona di Costa il 5,1%.

I principali dati sottolineano quindi che il turismo in Lunigiana come in provincia di Massa-Carrara, si identifica con la "casa": le presenze nelle case sono quattro volte superiori alle presenze ufficiali nelle strutture ricettive a livello provinciale; il fenomeno in Lunigiana conta circa 3 milioni di presenze nelle case, una cifra 31 volte superiore ai pernottamenti ufficiali dei turisti nelle strutture ricettive.

Si rileva la crescita dei turisti di passaggio, stimati in circa 4,7 milioni (+1% rispetto al 2003), il 22% del totale provinciale, che assumono per la Lunigiana, proprio per la rilevanza delle sagre, delle manifestazioni culturali e dell'enogastronomia, una parte non secondaria (ed apprezzata) del movimento totale e dell'indotto economico.

Nel territorio lunigianese, fra le diverse tipologie, la spesa generata dalle strutture alberghiere (10,2 milioni di euro) è stata pari al 5,4% del totale; negli esercizi extralberghieri (3 milioni di euro) si è realizzato invece solo l'1,6% del giro di affari turistico complessivo, superato dalla componente non rilevata, il sommerso, capace di incidere, con 12,7 milioni di euro, per il 6,7% della spesa totale. Il turismo escursionista, con 27,5 milioni di euro, ha contribuito ad una quota pari al 14,5% della spesa sebbene sia oltre il 60% delle persone a movimentarlo. Dalle case private, con 136,6 milioni di euro, si è attivato invece il 71,8% dell'introito turistico totale.

Si tratta di continuare nella linea già tracciata nel recente passato e diretta a fidelizzare ulteriormente il turista lunigianese, puntando su di un turismo sostenibile, di qualità e collegato allo sviluppo rurale, alle produzioni tipiche, al settore enogastronomico, ed alla valorizzazione delle numerose potenzialità paesaggistiche e culturali, borghi, castelli, musei, ecc., presenti e diffuse in tutta la Lunigiana.

Agricoltura: sono concentrate nel territorio lunigianese ben l'80% del totale delle imprese che svolgono attività inerenti le coltivazioni agricole, orticoltura, floricoltura, allevamenti di animali, altre attività connesse all'agricoltura e alla zootecnica, la silvicoltura e l'utilizzazione di aree forestali e servizi connessi. Il comune con la presenza più rilevante di attività agricole è quello di Fivizzano, che rappresenta, con 244 unità, il 18,4% del totale provinciale.

In forte crescita ,gli ovini sia pecore che agnelli (rispettivamente +21,13% e +24,69%). Si tratta evidentemente degli effetti delle politiche di valorizzazione dei prodotti tipici legati alla filiera lattiero casearia sia degli importanti investimenti legati alla promozione dell' "agnello di Zeri".

Si registra il successo dei vini e dell'olio locali presentati nelle rassegne nazionali e regionali, grazie ad una rinnovata politica di marketing agricolo che ha visto congiuntamente presenti Istituzioni ed Associazioni di categoria e conferma il passaggio verso una produzione viticola e olearia sempre più caratterizzata dalla tipicità e qualità del prodotto.

Nella zona della Lunigiana vi è una disponibilità del sistema bancario a generare investimenti locali inferiore alla disponibilità locale di risparmio.

Bisogna puntare sulla valorizzazione della qualità delle produzioni. Ci sono ristoranti della tradizione tipica ma sono ancora troppo limitati. La commercializzazione dei prodotti tipici non avviene perché la produzione è ancora troppo limitata e non raggiungono quantitativi tali da consentirne la diffusione all'esterno del territorio dove sono prodotti. Anche i venditori di prodotti tipici sul territorio sono quasi inesistenti. C'è il rischio che i prodotti locali restino lì solo sul territorio dove vengono prodotti, non ci sono negozi di prodotti tipici, pochi ristoranti tipici, problema dello sbocco commerciale.

La programmazione della CCIAA di solito è pluriennale. Il periodo di programmazione precedente si è concluso nel 2008.

Per il 2009 invece è stata fatta una programmazione annuale perché il consiglio direttivo è in scadenza e verrà rinnovato a marzo 2009. Per cui presumibilmente da giugno 2009 dovrebbero essere esplicitate le linee di sviluppo del nuovo direttivo.

Le azioni realizzate dalla CCIAA sono azioni coordinate con la Provincia, GAL e Comunità montana. Alcuni bandi per le aziende sono predisposti su iniziativa della CCIAA.

Nella programmazione della CCIAA c'è una linea specifica sulla "Qualità della Lunigiana".

Sono inoltre presenti sugli altri assi di intervento anche azioni a supporto della imprenditoria femminile e sulla valorizzazione del contesto del territorio: questi assi di intervento non sono specifici della Lunigiana ma interessano l'intero territorio provinciale.

La CCIAA fa bandi per promuovere l'imprenditoria femminile e giovanile. I bandi non sono specifici per la Lunigiana ma interessano tutto il territorio provinciale e per la Lunigiana potrebbero riguardare le strutture ricettive e turistiche.

Non sono state realizzate azioni per l'agricoltura.

Per quanto riguarda la valorizzazione dei prodotti tipici, il Bando della Regione Toscana per l'azione 4.1.2 del P.R.S.E. 2007-2010 ("Rete Toscana Commercio di Qualità") ha previsto finanziamenti per gli anni 2008, 2009 e 2010 per il commercio di qualità per la valorizzazione turistica, commerciale e produttiva delle realtà locali toscane attraverso azioni che integrino il commercio con il turismo, la cultura, l'artigianato e altre attività agroalimentari.

In particolare con Comuni, Provincia, GAL e comunità montana sono stati realizzati bandi dalla CCIAA e interventi legati al Progetto "Vetrina Toscana" e "Vetrina Toscana in tavola" per la diffusione dei prodotti tipici.

Concertazione e partecipazione	<p>La CCIAA coinvolge altri soggetti istituzionali tramite l'ISR (Istituto Studi e Ricerche), del quale fanno parte oltre alla CCIAA anche Comuni di Massa e Carrara, Provincia e Comunità montana.</p>
Obiettivi di sviluppo	<p>E' necessaria maggiore attenzione alle aziende produttive. Sono necessari interventi per la Lunigiana anche da parte della CCIAA, che nella programmazione precedente non ha realizzato azioni mirate per la Lunigiana.</p> <p>In particolare i punti da sviluppare sono: i prodotti tipici, funzione del turismo verde e agriturismo, sviluppo della rete dei bed & breakfast e turismo ambientale.</p> <p>Il turismo da solo non basta. Bisogna stimolare il turismo balneare proponendo pacchetti turistici per la conoscenza del territorio interno, valorizzando le realtà storiche, i borghi, le tradizioni e i prodotti locali dell'entroterra e spingendo il turista dalla costa alla Lunigiana. L'intento è quindi di legare la promozione dei prodotti tipici delle zone dell'interno al turismo che arriva sulla costa, in modo far conoscere questi prodotti ai turisti del mare e per spingerli a visitare anche i luoghi dell'entroterra.</p> <p>Anche il turismo della costa ha sempre più bisogno di essere legato alla scoperta delle tradizioni locali del territorio. Le peculiarità dell'entroterra tipiche (Lunigiana), se valorizzate, possono diventare un fattore di attrazione turistica anche per la costa di Massa e Carrara e rappresentare per i turisti un motivo di preferenza rispetto ad altre località di mare.</p> <p>Una opportunità importante da sfruttare è rappresentata dal turismo da crociera, che sta cominciando a prendere piede. Dall'anno scorso una compagnia di viaggio ha inserito una tappa tra quelle delle proprie crociere e nei prossimi anni sono previsti approdi anche sulle rotte di altre compagnie. Potrebbero quindi essere previste escursioni anche nella Lunigiana, oltre alla Cave delle Apuane.</p> <p>E' anche necessario sviluppare politiche turistiche a livello di comprensorio, per collegare i Parchi delle Alpi Apuane, delle Cinque Terre, dell'Appennino Tosco Emiliano.</p> <p>Un'altra opportunità importante è rappresentata dalla BIT legata al turismo verde dei Parchi e al turismo ambientale, da realizzare a Milano o nella zona compresa tra i Parchi delle Alpi Apuane, delle Cinque Terre, dell'Appennino Tosco Emiliano.</p> <p>Opportunità di finanziamento: Per tutti i bandi della CCIAA, compresa la "Vetrina Toscana", si tratta di finanziamenti regionali. In particolare, l'azione "Rete Toscana Commercio di Qualità" del P.R.S.E. 2007-2010 ha previsto finanziamenti per gli anni 2008, 2009 e 2010 per il commercio di qualità e per la valorizzazione turistica, commerciale e produttiva delle realtà locali toscane attraverso azioni che integrino il commercio con il turismo, la cultura, l'artigianato e altre attività agroalimentari (è disponibile il documento cartaceo).</p>
Progetti ed esperienze significative	<p>La Lunigiana con la Provincia ha creato il prodotto DOP per la farina di castagna.</p> <p>"Vetrina Toscana" e "Vetrina Toscana in tavola" per la diffusione dei prodotti tipici (per approfondimento vedere bando per la "Rete Toscana Commercio di Qualità" fornito dalla CCIAA Massa Carrara).</p> <p>Licciana Nardi: Olea Lunae (valorizzazione dell'olio extravergine di produzione locale); Castagna racconta (valorizzazione dell'attività dei</p>

castagneti)

Il Comune di Licciana Nardi conduce in proprio una piccola centrale idroelettrica

Comano promuove, in collaborazione con la Cassa di Risparmio della Spezia, un progetto di finanziamento agevolato per il recupero edilizio e delle facciate che, di pari passo con la necessità di migliorare le condizioni igienico-sanitarie della realtà immobiliare, si pone come obiettivo anche lo sviluppo delle attività economiche.

Sempre a Comano realizzazione di un centro equestre che si propone quale sede naturale della rassegna equina, ma che nelle sue finalità ha la promozione dell'equitazione, dell'ippoterapia e del trekking a cavallo.

Con le risorse del DOCUP, il Comune di Fivizzano ha avviato la riqualificazione dei borghi e dei centri storici ed il recupero delle stazioni ferroviarie come momenti di informazione e promozione sul territorio.

Punti di forza

Opportunità

<ul style="list-style-type: none"> Castelli ● Prodotti tipici di qualità ● Feste e sagre ● 	<ul style="list-style-type: none"> Promozione turistica congiunta di Costa e Lunigiana ● Promozione congiunta tra i parchi ● Creazione rete di distribuzione prodotti tipici ● BIT ● Cicloturismo, sentieri, bird watching ● Turismo da crociera ● B&B e agriturismi come punti di informazione ●
<ul style="list-style-type: none"> Quantità della produzione prodotti tipici insufficiente per la commercializzazione ● Abbandono del territorio da parte dei giovani ● Mancanza di rete di commercializzazione prodotti tipici ● 	<ul style="list-style-type: none"> Scarsa valorizzazione dei castelli ● Scarsità strutture ricettive ● Abbandono dei terreni agricoli ● Piccola dimensione delle imprese ● Insufficiente connessione a banda larga ● Inadeguatezza dei collegamenti ●

Minacce

Punti di debolezza

1.1.2.4 Scheda intervista e matrice SWOT GAL Sviluppo Lunigiana

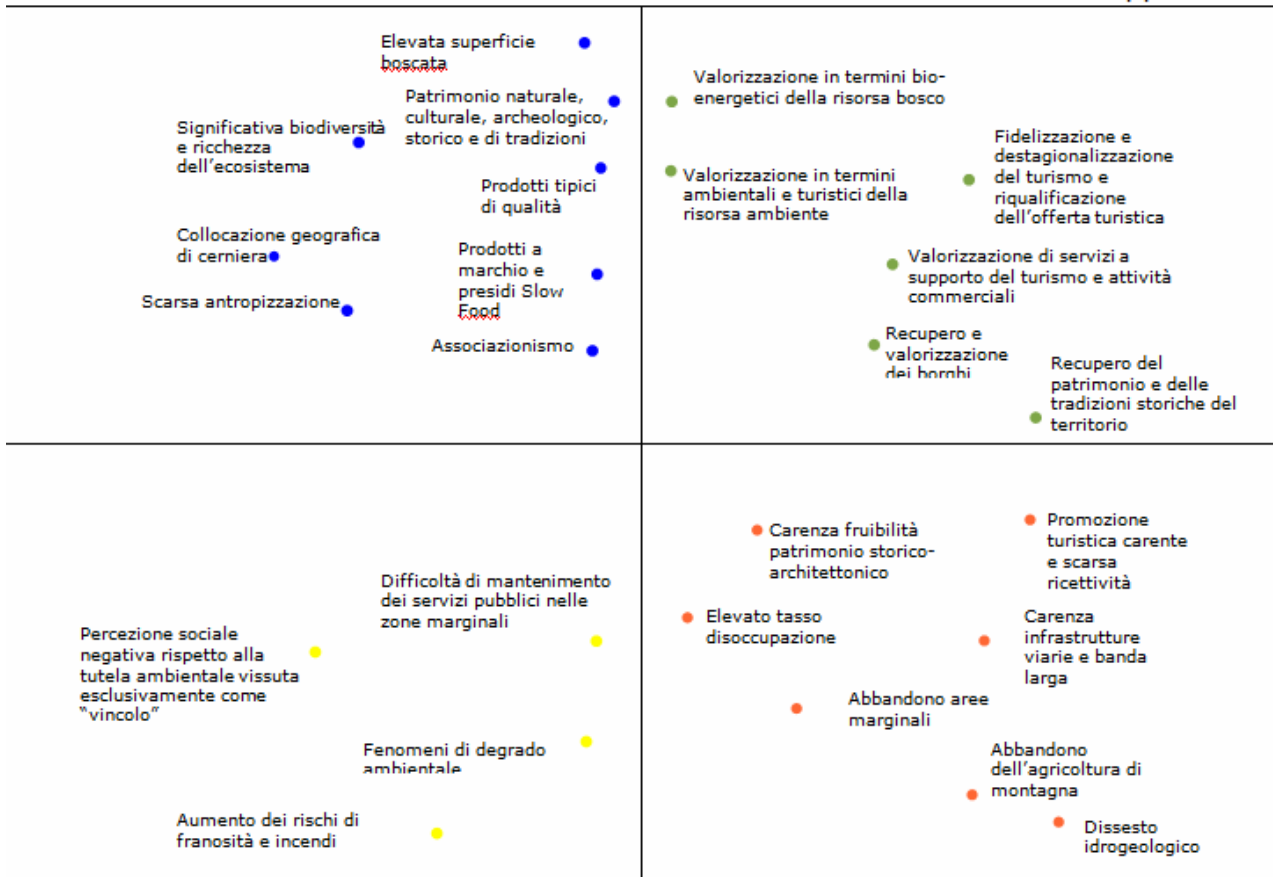
Sede e data dell'intervista	Sede GAL Sviluppo Lunigiana 20 febbraio 2009
Soggetti intervistati	Agostino Nino Folegnani (Presidente) Claudio Novoa (Collaboratore)
Documenti di riferimento	<p>1.SISL 2007-2013(strategie integrate per lo sviluppo locale) presentato dal GAL in Provincia e in Regione Toscana. In attesa di approvazione (dati 2005-2006)</p> <p>2.PAL GAL 2005-2006</p> <p>3.Programma Leader+ (concluso ad agosto 2008). Si tratta di misure relative all'innovazione del processo e del prodotto prevalentemente per il settore agricolo e in minima parte per il settore extra-agricolo e molto spesso erano misure che si sono sovrapposte con le azioni della comunità montana.</p> <p>Per l'agricoltura le azioni sono realizzate attualmente dalla comunità montana e dalla provincia con il PSR provinciale e locale mentre il SISL del GAL si integra con gli altri enti e copre gli altri ambiti di sviluppo economico e sociale del territorio.</p> <p>Adesso il GAL per quanto riguarda l'agricoltura si occupa solamente della valorizzazione dei prodotti, del turismo e dell'artigianato attraverso il SISL.</p> <p>Nel SISL sono individuate 10 misure legate a 4 temi catalizzatori. Sono misure per i 14 comuni della Lunigiana ed esiste solo una misura specifica per i piani di gestione della aree protette.</p> <p>Tra i 4 temi catalizzatori, il tematismo A riguarda il sostegno alla tutela, valorizzazione e riqualificazione del patrimonio rurale del territorio (culturale, naturale, e dei piccoli centri, sul quale viene indirizzato il 51% delle risorse a disposizione. Il tematismo B riguarda il sostegno e promozione della competitività dei prodotti locali di qualità agricoli e i marchi (DOP, IGP) anche mediante l'utilizzo di nuove conoscenze e nuove tecnologie. Il tematismo C riguarda la diversificazione del settore economico rurale (artigianato, attività commerciali, offerta turistico - ricettiva). Il tematismo D riguarda il miglioramento della qualità della vita delle zone rurali con particolare riferimento alle categoria di giovani ed anziani.</p>
Aree tematiche trattate in prevalenza	Il settore di intervento considerato dal PAL è quello agricolo e il patrimonio rurale/beni culturali, mentre tutti gli altri settori extra-agricoli (sia gli aspetti economici che sociali) sono presi in considerazione nel SISL in fase di predisposizione.
Livello territoriale dell'analisi	Sia il PAL che il SISL riguardano tutto il territorio della Lunigiana.

<p>Caratteristiche del territorio montano e degli strumenti di programmazione evidenziate nel corso dell'intervista</p>	<p>Il territorio del parco presenta una elevata qualità dell'ambiente. Sono presenti nel territorio della Lunigiana numerose aree protette: 11 SIC, 2 ZPS, 2 SIR, 1 Parco Nazionale, 1 Parco regionale e 2 ANPIL. Il territorio della Lunigiana presenta un indice di boscosità del 68,4% decisamente superiore alla media regionale (47,24%).</p> <p>La superficie boscata è una risorsa che può essere messa a sistema per la produzione di energia, attraverso ad esempio la realizzazione di sistemi a biomasse.</p> <p>Attualmente si assiste al degrado del territorio boscato che risulta isolato e difficilmente raggiunto per una gestione efficace della risorsa.</p> <p>Sono presenti nel territorio di prodotti DOP come la farina di castagna prodotta dai castagneti presenti in Lunigiana.</p> <p>Nonostante la ricchezza di prodotti locali a marchio non è presente una valorizzazione efficace delle risorse (servirebbe un maggiore rilancio dei castagneti) e non si assiste alla commercializzazione/ promozione del prodotto.</p> <p>La pratica agricola è di tipo non estensivo e sono presenti essenzialmente piccole proprietà.</p> <p>Molto importante per la coesione sociale è il ruolo dell'associazionismo: il 25% dei lunigianesi partecipano attivamente ad associazioni di volontariato.</p> <p>E' presente un artigianato artistico di qualità (ferro battuto, ceramica, pietra, legno, artigianato tessile), al quale sono legate manifestazioni per la valorizzazione dei mestieri antichi.</p> <p>A livello demografico, la Lunigiana è caratterizzata dallo Spopolamento, insediamenti produttivi assenti rispetto al resto del territorio, pochi artigiani e commercianti.</p> <p>Non sono presenti agriturismi nel territorio del Parco e nella zona della Lunigiana prevalgono ristoranti e alberghi rispetto alle strutture agrituristiche che sono presenti in numero irrilevante.</p> <p>La Lunigiana non ha praticamente promozione turistica e il Consorzio è fallito.</p> <p>Bisognerebbe creare una gamma di attrazioni intorno ai prodotti tipici e all'artigianato collegandolo di percorsi dei castelli e delle pievi con le escursioni sportive alle ghiacciaie, ai gessi, al trekking (piano turistico comprensoriale della Lunigiana in fase di predisposizione per individuare le priorità).</p>
<p>Concertazione e partecipazione</p>	<p>Il GAL coinvolge organizzazioni di categoria (artigianato, commercio), gruppi ed associazioni del comparto sociale, Comuni, Comunità montana, Parchi attraverso incontri e riunioni volte all'ascolto di tutte le categorie, alla predisposizione ed allineamento della programmazione</p>

	<p>con la comunità montana e la Provincia. La restituzione dei risultati del confronto viene poi realizzata con tutte le categorie coinvolte.</p>
Obiettivi di sviluppo	<p>Sviluppo della rete sentieristica per aumentare la fruizione del territorio</p> <p>Valorizzazione del patrimonio edilizio storico esistente.</p> <p>Sviluppo di nuove forme di servizi.</p> <p>Valorizzazione dell'ambiente e delle tradizioni locali attraverso la valorizzazione dell'artigianato e di servizi come il cicloturismo e il trekking.</p> <p>Aumentare il coinvolgimento del cittadino valorizzando quelle caratteristiche del territorio del parco che dovrebbero stimolare il residente a non abbandonare il territorio.</p> <p>Coinvolgere i cittadini nel recupero del territorio boscato per il rinnovo dei boschi senza la necessità di grandi strade per la gestione degli incendi.</p> <p>Sviluppo di piccole centrali a biomasse con incentivi per sostituire la caldaia con caldaia a legna per arrivare all'autosufficienza energetica. Un esempio è l'impianto a Sassalbo a biomasse che riscalda tutto il paese.</p> <p>Promozione ed animazione sul territorio (l'agricoltura ha associazioni di categoria più vicine e più forti, il discorso vale di meno per gli albergatori e i commercianti).</p>
Progetti ed esperienze significative	<p>Il territorio è attraversato dalla "via Francigena" all'interno dei cammini d'Europa e della fede, che passa nel fondovalle e potrebbe essere uno spunto per creare itinerari che coprono tutto il territorio.</p> <p>Attualmente esiste una esposizione dei prodotti tipici nel castello di Terra Rossa: CCIAA e Coldiretti hanno infatti realizzato un progetto per "Lunigiana Amica" per la valorizzazione dei prodotti tipici.</p>

Punti di forza

Opportunità



Minacce

Punti di debolezza

LUNIGIANA



PUNTI DI FORZA

Patrimonio ambientale, paesaggistico e storico
Struttura aziende agricole
Servizi e strutture sociali
Attività artigianali
Associazionismo
Prodotti tipici
Accessibilità
Eventi

OPPORTUNITÀ

Fulcro tra altri territori (Garfagnana, Tirreno, 5 Terre, Emilia)
Creazione forme associative tra imprese
Rete di distribuzione prodotti tipici
Valorizzazione piccolo commercio
Recupero delle tradizioni
Energie rinnovabili
Ferrovia dismessa
Turismo

Lavoro nero
Assistenzialismo
Vulnerabilità ambientale
Abbandono del territorio
Calo demografico e invecchiamento
Chiusura piccole attività commerciali
Mancanza regolazione del paesaggio
Inadeguata commercializzazione dei prodotti
Insufficiente produzione di prodotti tipici

Disoccupazione
Carenze rete stradale
Dissesto idrogeologico
Basso senso di appartenenza
Insufficiente promozione turistica
Insufficiente connessione a banda larga
Difficoltà di intervento del singolo Comune
Scarsità strutture ricettive e professionalità

MINACCE

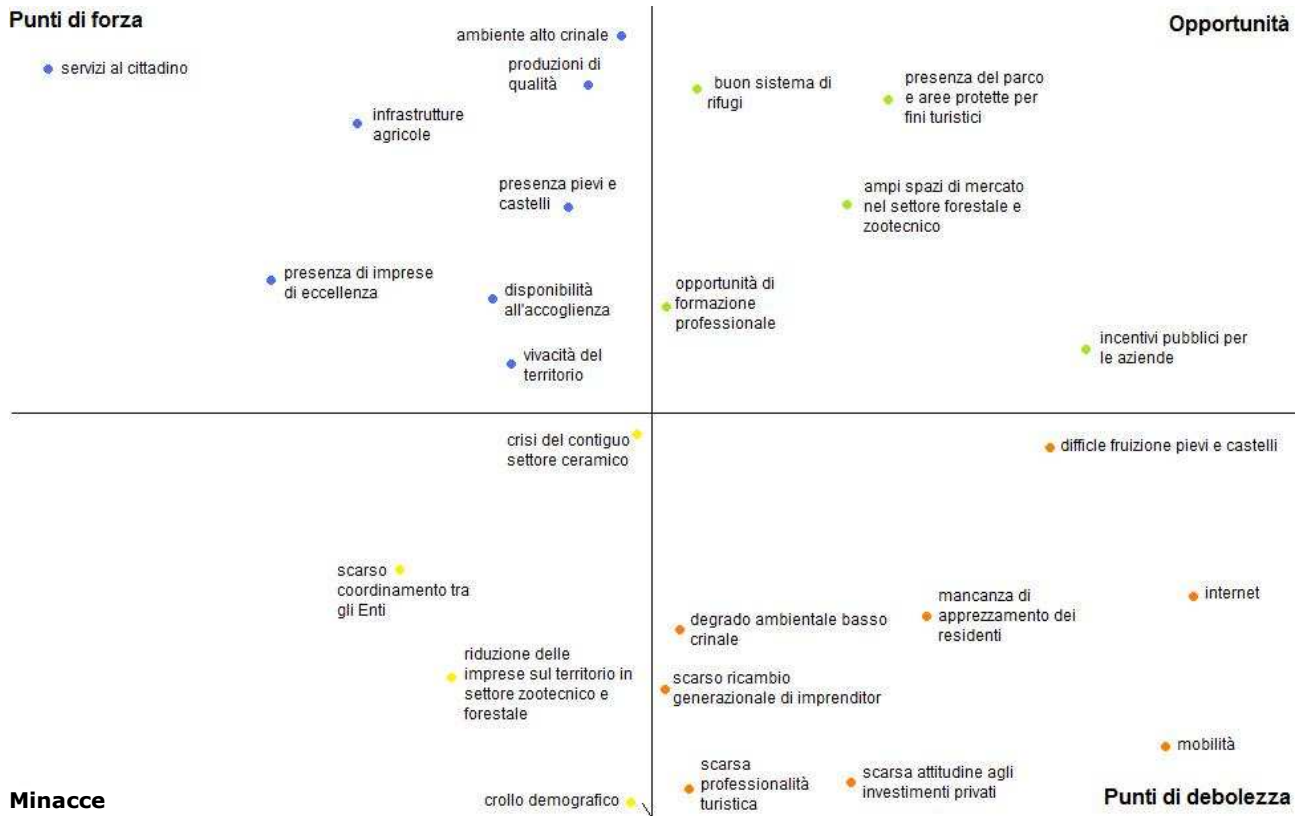
PUNTI DI DEBOLEZZA

1.1.2.5 Scheda intervista e matrice SWOT Comunità Montana Appennino Reggiano

Sede e data dell'intervista	Sede della Comunità Montana 18 dicembre 2008 e 9 gennaio 2009
Soggetti intervistati	Dr.ssa Laura Giorgini, Responsabile Servizio Attività Produttive e Sportello Unico Dr. Antonio Giorgini, Responsabile Servizio Agricoltura Dr.ssa Elisa Attolini, Responsabile Servizio Turismo, Scuola e Sociale Arch. Leonarda Livierato, Dirigente settore pianificazione territoriale e valorizzazione ambientale
Documenti di riferimento	A) Studio sullo sviluppo turistico 2005-2006 (realizzato da Ervet referente Rita Trombini) B) PRIP Programma Rurale Integrato Provinciale della Provincia di Reggio Emilia C) Documenti prodotti nell'ambito della Conferenza economica della montagna (2006): <ol style="list-style-type: none"> 4. Indagine quali-quantitativa: focus group con le imprese dei settori: manifatturiero, servizi, turismo 5. Ri-conoscere la montagna: analisi socioeconomica per un nuovo sviluppo dell'appennino reggiano (Confcooperative) 6. Il progetto di sviluppo della montagna reggiana (PEGroup) 7. La montagna reggiana a confronto con le altre montagne (Unioncamere) <p>3. Intesa istituzionale e relativi accordi quadro 2005-2008 4. PSC associato dei cinque comuni di Villa Minozzo, Casina, Canossa, Vetto e Baiso (scaricabile dal sito della Provincia)</p>
Aree tematiche trattate in prevalenza	Turismo, Agricoltura, Attività produttive, Pianificazione e valorizzazione ambientale.
Livello territoriale dell'analisi	Il territorio di riferimento viene suddiviso in subaree diverse a seconda del settore oggetto di analisi: A) Per il settore Turismo il territorio è suddiviso in: area di crinale (5 comuni), area di Bismantova (media montagna), area Matildica (bassa montagna) B) Per il PRIP il territorio è suddiviso in: area con ritardo di sviluppo (9 comuni), zona intermedia (4 comuni) e zona di sviluppo intensivo. C'è un'ulteriore suddivisione dell'area in ritardo di sviluppo che individua una sub-area di 6 comuni che sono più svantaggiati e quindi con priorità di intervento (in questa sub-area ci sono i 5 comuni del Parco). C) Le analisi svolte per la Conferenza economica della montagna dividono il territorio in: area di crinale, prima montagna, pianura.
Caratteristiche del territorio montano e degli strumenti di programmazione evidenziate nel corso dell'intervista	Nell'area reggiana le imprese agricole si concentrano per il 90% sulla produzione del parmigiano reggiano. Questo vale anche nell'area di crinale, con attività agricole legate all'allevamento di bovini da latte. Le altre attività risultano poco rilevanti. L'allevamento degli ovini era rilevante fino a 40-50 anni fa poi si è avuta una riduzione drastica, che ha fatto scendere a 4.000-5.000 la presenza di capi ovini in tutto il territorio della comunità montana. Sono presenti anche pochi allevamenti (una decina) di bovini da carne. Un'altra attività significativa nella zona di alta montagna è l'utilizzo del

	<p>bosco per produzione di legna da ardere da parte delle aziende agricole.</p> <p>Come novità dell'attuale PRIP, i finanziamenti dell'iniziativa Leader rientrano nel PSR, promuovendo così una forte integrazione con il settore agricolo. Per ora comunque non si sono ancora sviluppate esperienze significative di integrazione con le attività del GAL. Questo è dovuto anche ad uno sfasamento temporale degli strumenti di programmazione: per quanto riguarda l'Asse 1 e Asse 2 del PRIP, la Comunità Montana sta già cominciando l'utilizzo dei finanziamenti. Invece i GAL sono ancora in fase di predisposizione del Piano di Azione Locale. Però almeno il 50% delle risorse del GAL dovrebbero essere riservate al settore agricolo, questo apre la possibilità di una forte integrazione con le attività promosse dai GAL.</p> <p>Nella zona montana prevalgono piccole e medie imprese e molte ditte individuali. Nella zona di crinale sono presenti attività commerciali e turistiche, mentre nella zona di bassa montagna prevalgono attività del settore ceramico e manifatturiero. Nella zona di Castelnovo sono presenti servizi e società di servizi alle imprese.</p> <p>Ci sono 6 stazioni sciistiche, più o meno tutte nel Parco, con una situazione gestionale confusa e spesso critica. Alcune società di gestione sono state liquidate, con successivo subentro di altre. Le imprese che vivono intorno a queste stazioni sciistiche hanno una situazione piuttosto instabile. Le stazioni a quota più bassa non sono sempre aperte.</p> <p>Cerreto e Febbio sono le due stazioni sciistiche principali, ma avrebbero bisogno di finanziamenti per ammodernare gli impianti.</p> <p>La scelta di concentrarsi principalmente sulla valorizzazione di queste due stazioni era già stata fatta dal Parco del Gigante.</p> <p>Per le altre stazioni si pensava di intervenire solo per conservare l'esistente. Il PSC associato non dà indicazioni relative a questa questione. La Provincia rimanda la decisione al Piano del Parco, vincolando solo al rispetto della normativa. I comuni interessati tendono a chiedere interventi finanziari a sostegno dell'attività sciistica.</p>
<p>Concertazione e partecipazione</p>	<p>Agricoltura: nell'ambito del PRIP sono stati realizzati incontri con le associazioni di categoria e incontri diretti con gli agricoltori e gli operatori del settore per coinvolgerli, spiegare lo strumento ed accogliere integrazioni. Questi incontri si sono svolti nel primo semestre 2007: sono state realizzate assemblee territoriali a Castelnovo, Carpineto, nella zona di montagna e di crinale su sollecitazione anche dei sindaci. Gli incontri sono stati condotti dalla Comunità Montana e dalla Provincia e hanno permesso di raccogliere indicazioni a livello provinciale. Poi sono stati realizzati incontri di</p>

	<p>sintesi nella Consulta agricola provinciale con i rappresentanti delle associazioni.</p> <p>Attività produttive: Nell'ambito della Conferenza economica della montagna sono stati realizzati 3 focus group (febbraio-marzo 2008). Ogni focus group è stato dedicato ad una specifica area territoriale: Crinale, Centro e Val d'Enza. Gli incontri sono stati condotti dagli incaricati di PEGroup ed erano rivolti a tutte le imprese del settore produttivo e agricolo. È stato inoltre organizzato un focus group a Castelnovo dedicato agli operatori del turismo. I focus group si sono concentrati sui problemi legati all'imprenditorialità e alla produzione. Dagli incontri sono emerse alcune proposte di progetti per il territorio di crinale, ad esempio l'idea del recupero del patrimonio edilizio per uso turistico. I risultati emersi sono contenuti nel Report realizzato per ogni focus group e sono stati presentati al secondo incontro della Conferenza della Montagna.</p> <p>Turismo: è stato realizzato un percorso di concertazione con tutti gli operatori turistici, che ha previsto incontri ogni 2 settimane per 2 anni e ha portato alla costituzione di un gruppo di lavoro ancora attivo. La comunità montana continua a promuovere questi incontri e il gruppo si ritrova regolarmente anche per la zona di crinale. Tra le indicazioni emerse da questi gruppi di lavoro c'è quella relativa alla necessità di formazione più mirata su alcune tematiche, che ha portato alla destinazione di un finanziamento da parte della Comunità Montana.</p>
<p>Obiettivi di sviluppo</p>	<p>Per quanto riguarda il Turismo si punta prevalentemente sullo sviluppo delle opportunità di fruizione e sul miglioramento della ricettività.</p> <p>Per quanto riguarda l'agricoltura, il PRIP punta a mantenere l'attività agricola e zootecnica e a diversificarla, ad aumentare la competitività e a preservare lo sviluppo dell'area di montagna, in accordo con le priorità del Piano Regionale.</p> <p>Per quanto riguarda le Attività Produttive si punta in particolare, attraverso i contributi, a sostenere le imprese che investono nel miglioramento tecnologico e nell'innovazione e a incentivare l'occupazione femminile.</p>
<p>Progetti ed esperienze significative</p>	<p>Progetto Agricoltura e Turismo per il circuito delle latterie di montagna. I principali stabilimenti di produzione si trovano infatti nella zona montana. Il progetto punta a collegare l'attività delle latterie con la fruizioni turistica del territorio. Si tratta di un progetto triennale che dovrebbe concludersi nel 2008 con proroga già prevista.</p> <p>Progetto BuonAppennino, in collaborazione con il GAL, attivo da 4 anni: prevede la promozione di menù a base di prodotti tipici, come parmigiano reggiano e castagne.</p> <p>Progetto Turismo di comunità, promosso dalla Pro loco.</p> <p>Tra le esperienze imprenditoriali significative, un esempio è rappresentato dalla coop La Sorgente, che ha cominciato a svilupparsi già con il Parco del Gigante e che adesso costituisce una realtà interessante del territorio.</p>



1.1.2.6 Scheda intervista e matrice SWOT Provincia di Reggio Emilia

Sede e data dell'intervista	Sede della Provincia Reggio Emilia 20 gennaio 2009
Soggetti intervistati	Arch. Anna Campeol, Dirigente Servizio Pianificazione Territoriale e Ambientale Dr. Renzo Pavignani, Resp. U.O. PTCP, Programmi e Piani di Settore Dr.ssa Alessandra Curotti, Resp. U.O Aree Protette e Paesaggio
Documenti di riferimento	Documenti del PTCP (adottato con Del. C.P. n. 92 del 6/11/2008). (in nero nello schema le informazioni tratte dai documenti del PTCP) Nel quadro conoscitivo del PTCP è stata inclusa un'analisi delle dinamiche economiche della montagna che riprende quella fatta per la Conferenza della Montagna (curata da PEGroup, Dr. Barnabò). Sono inoltre stati realizzati: un'analisi socio demografica ed economica relativa a tutto il territorio provinciale, uno studio delle vocazioni produttive (basato sull'analisi di indici di specializzazione) e un'analisi della qualità del PIL. Tali elaborazioni sono restituite nell'allegato 1 del quadro conoscitivo del nuovo Piano territoriale.
Aree tematiche trattate in prevalenza	Demografia, insediamenti, infrastrutture, economia, ambiente
Livello territoriale dell'analisi	Per le analisi surriferite si è fatto riferimento a diversi ambiti amministrativi: la provincia, il territorio della Comunità Montana, i distretti socio-sanitari, i singoli comuni, in relazione al livello di disaggregazione dei dati disponibile. Dal punto di vista progettuale il territorio è stato per contro suddiviso in 7 ambiti paesaggistici (si veda l'Allegato 1 delle Norme di attuazione). Gli ambiti paesaggistici sono una evoluzione delle unità di paesaggio del PTPR. Mentre queste ultime sono elementi solo descrittivi, gli ambiti utilizzati per il PTCP integrano l'analisi paesaggistica con considerazioni socio-economiche, in direzione di una analisi integrata di tutti gli aspetti che caratterizzano i territori ed assumono una forte valenza interpretativo-progettuale. Uno degli ambiti indicati è quello della Montagna. Nelle schede dell'Allegato 1 NA c'è sia una parte descrittiva, sia l'indicazione delle linee di intervento individuate per questo ambito dal PTCP.
Caratteristiche del territorio montano e degli strumenti di programmazione evidenziate nel corso dell'intervista	L'analisi demografica evidenzia che la tendenza allo spopolamento della montagna si è ridotto negli ultimi anni ed in alcuni comuni la tendenza si è addirittura invertita. Il comune di Castelnovo è molto attrattivo e ha un incremento demografico che si riverbera anche sui comuni limitrofi. I comuni del crinale continuano a perdere abitanti ma in misura più ridotta. Mentre gli incrementi demografici dei comuni intorno a Castelnovo sono dovuti soprattutto a immigrazioni, lo spopolamento dei comuni del crinale è dovuto soprattutto al saldo

naturale. Anche in Val d'Enza si registra un declino demografico, che però sta rallentando.

Tra i fattori che potranno condizionare favorevolmente la capacità attrattiva del centro ordinatore del territorio montano si può annoverare anche il miglioramento della viabilità principale di collegamento con la pianura (variante alla S.S. 63). Ad oggi la variante è in fase di progettazione: per alcuni tratti si stanno tuttavia ancora studiando i tracciati, per altri ci sono invece già i progetti preliminari.

In occasione del PTCP è stata fatta una ricognizione delle esigenze di sviluppo delle stazioni sciistiche. La ricognizione è stata fatta con il supporto dell'Assessorato al Turismo, attraverso i Comuni e gli altri enti interessati. Non sono state presentate richieste da parte dei comuni interessati. Anche in fase di osservazioni al PTCP non sono state sollevate esigenze specifiche di sviluppo degli impianti sciistici.

Quando si è fatta la ricognizione erano appena stati terminati due grandi progetti di riqualificazione delle principali stazioni sciistiche, quella di Febbio e di Cerreto Laghi. I progetti erano stati proposti dai gestori e finanziati per lo più dalla Provincia. Hanno portato a una sostituzione degli impianti e a qualche ampliamento delle piste. Sono stati realizzati circa 2 anni fa.

Elementi tratti dai documenti del PTCP:

Il vasto sistema collinare–montano si articola in diverse identità paesistiche anche marcate ed estese, che tuttavia non riescono ad assurgere al ruolo di strutture autonome, ma che vedono prevalere le relazioni di continuità e i temi comuni rispetto alle peculiarità che le contraddistinguono (fasce dei crinali boscati e del mosaico delle colture-bosco, forti dipendenze storiche dell'insediamento, pur nelle rispettive autonomie). Emergono alcuni elementi che possono differenziare l'ambito per orientare i progetti di sviluppo e valorizzazione: il sistema Matildico e la presenza di un' area di particolare valore naturalistico, evidenziata dal Parco Nazionale e dai siti di interesse Comunitario. Un ruolo particolare lo svolge il contesto di Castelnuovo Monti che per ampiezza, per caratterizzazioni fisiche, funzionali, storiche, paesistiche (anche visive) rappresenta il fulcro di un 'paesaggio circolare' che ruota, non solo in termini figurati, attorno al perno della Pietra di Bismantova, con un ruolo di centralità per la parte più propriamente montana e principale nodo di collegamento con il sistema collinare. Le peculiarità non vedono sempre la convergenza delle diverse letture, ma si sovrappongono, incrociando reti e componenti, che determinano delle forti specificità a livello locale con contesti altamente sovrapponibili, ma anche tra loro fortemente coesi.

Il comune di Castelnuovo ne' Monti è sicuramente il centro attrattivo principale per l'intero ambito montano (i dati ad esso relativi si discostano notevolmente dai comuni limitrofi). Ciò detto, si osserva che

	<p>la generalità della montagna reggiana è caratterizzata da bassa densità abitativa, redditi medio - bassi, bassi valori immobiliari ed un'alta percentuale di popolazione anziana. Ciò comporta problemi di isolamento geografico, difficoltà di accesso ai servizi e, per le fasce più deboli, anche isolamento sociale.</p>
<p>Concertazione e partecipazione</p>	<p>Nella conferenza di pianificazione del PTCP si è avuta una buona partecipazione dei comuni montani e della Comunità Montana.</p> <p>Tra le richieste avanzate vi sono quelle della gestione del bosco che in montagna ha evidenziato processi espansivi critici in alcuni contesti, dell'ammodernamento di alcune direttrici viarie di collegamento con il territorio di pianura (S.S. 63, fondovalle Secchia, ecc.), del potenziamento anche del trasporto pubblico.</p> <p>Alcune associazioni sindacali hanno presentato richiesta di sostegno allo sviluppo industriale per sostenere il reddito.</p> <p>La consultazione per il PTCP è avvenuta anche attraverso molti incontri territoriali, svolti a livello di distretto.</p> <p>Nel verbale conclusivo della conferenza di pianificazione (scaricabile da internet) è riportata la lista delle forme di partecipazione utilizzate.</p> <p>Un percorso di concertazione è stato avviato anche per il Paesaggio protetto della dorsale appenninica.</p>
<p>Obiettivi di sviluppo</p>	<p>Il PTCP sostiene la vocazione manifatturiera della montagna (le vocazioni manifatturiere dei comuni montani sono varie, ad es. agroalimentare, filiera del legno ...), anche con disposizioni normative sulla possibilità di ampliamento delle aree produttive di livello comunale, ponendo meno limiti rispetto a quelli previsti per la pianura.</p> <p>Tende inoltre a integrare le politiche urbanistiche con le esigenze del sistema produttivo: non si potranno prevedere ampliamenti degli insediamenti produttivi se non legati ad effettive e documentabili esigenze di sviluppo industriale.</p> <p>Per quello che riguarda l'economia legata agli sport invernali si sostiene, oltre alla riqualificazione e potenziamento delle strutture esistenti, come evidenziato anche dalla Conferenza della Montagna, la necessità di una cabina di regia unica per la gestione di tutte le stazioni sciistiche.</p> <p>La sfida del PTCP è puntare su un modello di sviluppo integrato con alcune vocazioni prevalenti in grado di esaltare la qualità ambientale diffusa che caratterizza l'ambito (si veda quanto detto di seguito) quali i servizi per l'accoglienza ed il turismo, l'agro alimentare, lo sviluppo delle energie innovabili ed alcune filiere del manifatturiero particolarmente promettenti, rafforzando quei fattori che hanno contribuito al mantenimento della popolazione sul territorio (accessibilità anche dal trasporto pubblico, servizi, ecc.).</p>

	<p><u>Elementi tratti dai documenti del PTCP:</u></p> <p>L'ipotesi di fondo suggerisce un progetto di sviluppo integrato, che sappia contrastare le tendenze di abbandono e di marginalità dell'area, puntando sulla valorizzazione delle specificità dei diversi contesti in essa presenti.</p> <p>Nello specifico il PTCP definisce obiettivi ed indirizzi di sviluppo e qualificazione, valorizzazione e tutela prefigurando possibili strategie generali e tematiche per il territorio montano nella scheda dell'ambito di paesaggio n. 7 "La montagna" (Allegato n. 1. NA).</p> <p><i>"La qualità ambientale è l'elemento che assume oggi il valore di risorsa strategica dell'area appenninica, e che la distingue rispetto al resto del territorio. La scommessa è la valorizzazione di tale risorsa in uno scenario di sviluppo costruito attorno ad essa, basato su attività compatibili quali la ricettività e le produzioni agro-forestali, integrate in un tessuto produttivo da consolidare e potenziare.</i></p> <p><i>In quest'ottica va colta la grande opportunità di valorizzazione del Parco Nazionale dell'Appennino tosco-emiliano, in quanto organismo in grado di mettere in rete (anche immateriale) comunità più ampie (province limitrofe e Regione Toscana), veicolo di risorse e strumento di tutela dei valori ambientali, di valorizzazione dei paesaggi culturali e delle produzioni agroalimentari locali in linea con quanto determinato nella Conferenza Economica della Montagna (giugno 2008). Il Parco costituisce un'opportunità ed un'occasione di crescita economica e sociale per tutta l'area della montagna, estendendo le strategie di valorizzazione al territorio che lo circonda, facendo leva sulla vitalità delle aziende, sulla capacità di mettere a sistema le numerose risorse, sul valore dei luoghi e l'identità delle comunità che li abitano. Si tratta di attivare un modello di sviluppo che coinvolga un sistema che comprende l'intera area collinare e sub-montana per il rilancio dell'agricoltura di qualità, il recupero dei centri storici anche in termini turistici (villaggi-albergo), la realizzazione di un sistema di fruizione culturale e turistico integrato.</i></p>
<p>Progetti ed esperienze significative</p>	<p>Esperienza dei micro nidi di montagna. Il senso di questa esperienza è quello di far fronte al progressivo accentramento dei servizi a Castelnovo: invece di fare più strade per facilitare lo spostamento degli utenti verso il centro principale, si cerca di riportare sul territorio alcuni servizi essenziali. Sarebbe necessario estendere il modello anche ad altri servizi oltre ai nidi. Il modello dell'accesso virtuale non funziona, sia per un problema di infrastrutture telematiche, sia per un problema culturale, di scarsa propensione all'utilizzo di queste modalità, soprattutto in alcune fasce della popolazione.</p>

Punti di forza

Opportunità

<ul style="list-style-type: none"> ● Segnali di ripresa demografica ● valore naturalistico e salubrità dell'ambiente ● beni architettonici e valori storico-culturali ● convergenza di valori di produttività agricola e altri sistemi di valori ● vivacità delle aziende 	<ul style="list-style-type: none"> ● Istituzione del Paesaggio protetto ● Sviluppo del Turismo di Comunità ● costruzione di filiere integrate di servizi ambientali, culturali, enogastronomici <ul style="list-style-type: none"> ● mercato favorevole alle produzioni di alta qualità ● buone prospettive di risorse dalla nuova PAC ● Estensione dell'esperienza dei micro nidi di montagna ad altri servizi
<ul style="list-style-type: none"> ● Maggiori difficoltà di valorizzazione turistica rispetto alla Toscana ● difficoltà gestionali dovute alla frammentazione del perimetro del Parco ● Scarsa fiducia nel Parco come motore di sviluppo ● Scarso coordinamento tra gli Enti 	<ul style="list-style-type: none"> ● scarsa valorizzazione dei sistemi storici e naturali di valore ● Carenze infrastrutturali ● mancanza di una strategia complessiva di sviluppo del sistema dello sci ● modificazione degli impianti e dei modelli architettonici storici ● Abbandono dell'agricoltura spopolamento ● Orografia e vulnerabilità geomorfologica (dissesto)

Minacce

Punti di debolezza

1.1.2.7 Scheda intervista e matrice SWOT CCIAA Reggio Emilia

Sede e data dell'intervista	11/02/2009 ore 15.00 Sede CCIAA via Crispi 3
Soggetti intervistati	Dr. Enrico Bini (Presidente) Dr.ssa Marina Compagni (Responsabile Ufficio Studi)
Documenti di riferimento	<p>“I numeri della montagna”, Dic. 2007 – in collaborazione con la Provincia di RE</p> <p>“La montagna reggiana a confronto con le altre montagne” – maggio 2008</p> <p>“Comunità Montana: la struttura economica” – giugno 2008</p> <p>Il valore aggiunto dell'agricoltura a Reggio Emilia per il territorio provinciale e l'Appennino</p> <p>Aggiornamenti trimestrali sulla struttura imprenditoriale a livello comunale sul portale dell'informazione economico statistica del sistema camerale (www.starnet.unioncamere.it – area territoriale di Reggio Emilia)</p> <p>Per l'analisi SWOT si rimanda allo studio fatto da PEGroup per la Conferenza della montagna</p>
Aree tematiche trattate in prevalenza	Imprese, Industria, Agricoltura, Commercio, Turismo, Artigianato
Livello territoriale dell'analisi	<p>La CCIAA ha una visione in genere complessiva dell'intera provincia. I confronti di solito si fanno con le altre realtà provinciali.</p> <p>I dati comunque ci sono anche disaggregati per comune, quindi quando si vogliono fare confronti interprovinciali si parte dai dati comunali e si riaggregano in base alle unità di interesse.</p> <p>Per quanto riguarda la montagna di solito si usano due tipi di aggregazioni: per CM e per centri per l'impiego.</p>
Caratteristiche del territorio montano e degli strumenti di programmazione evidenziate nel corso dell'intervista	<p>Imprese. Sull'area della Comunità Montana dell'Appennino reggiano sono insediate, a fine 2008, 5.492 imprese, lo 0,8% in più rispetto alle 5.447 di fine 2000. Pur registrando un incremento, il peso che queste aziende rivestono attualmente sul totale provinciale si è ridotto passando dal 10,3% al 9,4%. Ciò è dovuto all'andamento più dinamico che si osserva per l'intera provincia: dal 2000 al 2008 le imprese, passando da 52.670 a 58.699 sono cresciute dell'11,4%</p> <p>Agricoltura. Dal 1982 al 2000 (data dell'ultimo censimento agricoltura) le aziende agricole in montagna, passando da 7.154 a 2.919, sono diminuite del 59,2% (a fronte del -46,9% dell'intera provincia) e la relativa SAU – superficie agricola utilizzata – da 42.808 a 26.918 ettari – si è ridotta del 37,1% (a fronte del -19,5% provinciale). La dimensione media delle aziende rimaste è, nel contempo, aumentata (da 11,5 a 14,9 ettari). A fine 2008, secondo gli ultimi dati del Registro imprese camerale le aziende agricole in montagna sono 1.490, il 27% delle imprese della zona, una quota decisamente importante se raffrontata con il peso medio provinciale di questo settore che si attesta sul 13,5%. Il comparto (sempre con riferimento all'area montana) produce un reddito stimato in 40milioni di euro da attribuire per più della metà alla produzione di Parmigiano Reggiano.</p> <p>Industria. Negli ultimi anni il settore secondario ha registrato un'accelerazione che ha accresciuto il proprio peso nel comprensorio</p>

passando da 27,2 al 32,5%. L'incremento è da attribuire prevalentemente alla crescita delle imprese edili che hanno registrato un +29% (da 902 a 1.161), aumento in ogni caso più contenuto se rapportato al +55,3% dell'intera provincia. In crescita, con una variazione di poco superiore all'8%, anche la presenza dell'industria manifatturiera (da 577 a 625 imprese) costituita in prevalenza, così come l'intero tessuto industriale reggiano, da aziende della trasformazione alimentare, metal meccaniche e ceramiche.

Artigianato. Delle 5.492 imprese insediate nei tredici comuni dell'area, 1.983, il 36%, sono artigiane. Appartengono a questa forma imprenditoriale quasi tutte le aziende edili, numerose aziende di trasporto ed il 70% delle aziende manifatturiere.

Commercio. In sintonia con quanto si osserva a livello provinciale, le imprese del commercio insediate nella Comunità montana sono diminuite, tra il 2000 ed oggi, di 22 unità, scendendo a quota 981, il 45% delle imprese del terziario dell'area.

Turismo e altri servizi. Crescono invece di 12 unità, da 325 a 337, le strutture di ricezione turistica (alberghi e ristoranti) così come le altre attività di servizio sia alle persone che all'impresa.

Demografia. Fra il 1971 e il 2001 la popolazione della montagna scende da 53.172 a 43.417 unità, segnalando un -18,3% mentre l'intera provincia registra un +15,6%. A fine 2007 però risale a quota 44.770 con un incremento rispetto al 2001 del 3,1% a fronte del +10,9% provinciale. Dopo il costante esodo dalla montagna negli anni '70 e '80, a partire dalla metà degli anni '90 la popolazione residente in Appennino riprende a crescere. Comincia ad insediarsi e a crescere anche la componente straniera: rappresentava il 3,4% dei residenti della montagna nel 2001 (4,4% per l'intera provincia), ne costituisce ora il 7,1% (10,3 per l'intera provincia).

Le indicazioni che scaturiscono da una prima lettura dei dati sulla struttura economica della montagna reggiana posta a confronto con il contesto provinciale delineano una realtà che guarda al futuro senza rinunciare alle proprie caratteristiche che affondano le radici nella tradizione. A partire da uno stile di vita che si mantiene più consono ai naturali ritmi dell'uomo e da un'agricoltura che alimenta una filiera che esprime prodotti di eccellenza.

Posta a confronto con realtà territoriali simili (altre comunità montane limitrofe) mostra un'evoluzione spesso più dinamica di altre anche se in alcuni comuni il notevole tasso di invecchiamento della popolazione costituisce forti limiti alle ipotesi di sviluppo.

Individuare attività che da un lato assicurino la conservazione del territorio montano e dall'altro ne consentano la valorizzazione, ad esempio puntando su produzioni biologiche, su un turismo di nicchia e su un'industria leggera con elevato contenuto di conoscenza potrebbe essere uno dei percorsi su cui concentrare le energie per assicurare lo sviluppo sostenibile della montagna reggiana.

Concertazione e partecipazione

La CCIAA ricerca la concertazione a tutti i livelli. Di solito però la CCIAA tende ad essere considerata dagli altri interlocutori solo come il soggetto che deve portare risorse. L'obiettivo è lavorare per trasformare questo rapporto con gli altri interlocutori.

La CCIAA ha già avuto collaborazioni interessanti con il parco, in occasione della pubblicazione della guida del Touring. Il Parco è molto

	<p>importante perché dà un valore aggiunto a tutto il territorio e inoltre ha un ruolo fondamentale per mettere in rapporto i due lati del crinale.</p> <p>La CCIAA di Reggio ha stretto anche delle relazioni con la CCIAA di Modena, con lo scopo di ragionare in termini di area vasta. Si intende arrivare a coinvolgere anche la CCIAA di Parma. I temi delle relazioni con le altre CCIAA sono: internazionalizzazione; promozione dei prodotti; infrastrutture.</p> <p>Nel settore agricolo c'è una buona percentuale di giovani imprenditori e di imprese giovanili. La CCIAA ha stilato un protocollo di intesa con la CM per incentivare l'imprenditoria giovanile e femminile.</p>
<p>Obiettivi di sviluppo</p>	<p>Il primo prodotto da promuovere, anche sul territorio montano, è il Parmigiano Reggiano.</p> <p>All'interno della Direzione della CCIAA è stata assegnata ad ogni membro un'area tematica da curare e una di queste aree tematiche riguarda la promozione dei prodotti.</p> <p>Tra i prodotti del territorio montano da promuovere, oltre al parmigiano ci sono anche i prodotti del sottobosco, l'agroalimentare, i salumi.</p> <p>In tutti i casi si deve lavorare sulla qualità.</p> <p>Per quanto riguarda il parmigiano c'è un problema culturale da parte dei produttori agricoli che non sentono la necessità di fare squadra. Ognuno cerca di promuovere il proprio prodotto da solo.</p> <p>In montagna inoltre ci sono costi di produzione maggiori, quindi la produzione del parmigiano va sostenuta.</p> <p>Il prodotto Parmigiano va promosso in Europa. A questo scopo la CCIAA parteciperà, si spera insieme al Parco, alla Fiera di Nizza con "il Parco a Tavola".</p> <p>Per promuovere i prodotti della montagna la CCIAA vorrebbe attivare una fiera specifica dell'agroalimentare. C'è inoltre l'idea di fare un unico marchio per tutti i prodotti dello stesso territorio (ad esempio il Marchio Matildico o il Marchio del Parco).</p> <p>Il Parmigiano di Montagna dovrebbe essere promosso in quanto tale (se il Consorzio del Parmigiano lo consentirà). La specificità su cui fare leva nella promozione del parmigiano di montagna, visto che ha costi di produzione più alti, è la qualità.</p> <p>La qualità si esprime sia nel biologico, sia nella certificazione ambientale del territorio. I comuni si stanno infatti muovendo per avere la certificazione ambientale.</p>
<p>Progetti ed esperienze significative</p>	<p>Nel territorio montano ci sono già aziende biologiche e certificate.</p> <p>A Carpineti c'è un produttore di suini che produce tutto naturale e vende su Internet.</p> <p>A Toano (Fora di Cavola) aprirà un impianto a biomasse.</p>

Punti di forza

Opportunità

<ul style="list-style-type: none"> ● Buona situazione dei servizi alle persone e alle imprese ● Produzione del Parmigiano reggiano ● Presenza di elementi naturalistici e storici di pregio ● Radicamento dell'imprenditoria al territorio ● Propensione all'innovazione in vari settori produttivi 	<ul style="list-style-type: none"> ● Unificare sotto un unico marchio tutte le iniziative di promozione ● Marketing del territorio basato su ambiente, storia e qualità (della vita e delle produzioni) ● Azioni del Parco per destagionalizzare il turismo ● Strutturazione di pacchetti di offerta completi ● Azioni della CCIAA per qualificazione di commercio e strutture ● Promozione dell'innovazione ● Formazione ● Finanziamenti in conto interesse anziché in conto capitale
<ul style="list-style-type: none"> ● Tendenza dei consorzi di tutela ad agire in modo non coordinato ● Costi del soggiorno turistico troppo elevati rispetto ad altre destinazioni ● Ritardo nello sviluppo della produzione di energie alternative ● Scarsa propensione delle banche a sostenere gli investimenti ● Scarsa capacità del territorio di intercettare i finanziamenti ● Rischio di edilizia non di qualità ● Scarsa attenzione per l'Appennino nelle politiche regionali di promozione turistica 	<ul style="list-style-type: none"> ● Mancanza di coordinamento delle politiche di promozione ● Frammentazione dell'offerta sciistica ● Inadeguata valorizzazione delle risorse del territorio ● Imprese troppo tradizionali ● Costi di produzione Troppo elevati ● Scarsa copertura della connessione a banda larga ● Scollamento tra scuola e mondo del lavoro ● Collegamenti e trasporti inadeguati

Minacce

Punti di debolezza

1.1.2.8 Scheda intervista e matrice SWOT GAL Antico Frignano e Appennino Reggiano

Sede e data dell'intervista	<p>Sede del GAL a Modena 17 dicembre 2008</p> <p>Sede CM a Castelnovo 9 gennaio 2009</p>
Soggetti intervistati	<p>Dr. Gualtiero Lutti (direttore) Dr. Nerino Gallerani</p> <p>Dr. Luciano Correggi (presidente)</p>
Documenti di riferimento	<p>Pal 2007-2013</p> <p>Altri documenti su temi specifici: Studio sull'energia curato da ENEA per verificare la fattibilità di una filiera energetica in appennino Studi su nordic walking, orienteering, ecc.</p>
Aree tematiche trattate in prevalenza	<p>Turismo, Agricoltura, Forestazione</p>
Livello territoriale dell'analisi	<p>L'analisi contenuta nel PAL riguarda tutto il territorio del GAL ed è stata condotta per macro aree: "Crinale", "Media montagna", "Collina" (si veda il PAL per la descrizione delle macroaree)</p>
Caratteristiche del territorio montano e degli strumenti di programmazione evidenziate nel corso dell'intervista	<p>Il precedente PAL puntava quasi esclusivamente su interventi immateriali (promozione, comunicazione ...). Con questo PAL si passa alla realizzazione anche di interventi materiali. Verranno finanziati progetti di enti pubblici come ad es. sentieristica, infrastrutture ecc. Le tre macro aree del GAL, "Crinale", "Media montagna", "Collina", reagiscono diversamente alle iniziative per la promozione dello sviluppo. Non ci sono invece grandi differenze all'interno del GAL tra i territori delle province di Modena e Reggio, a parte il fatto che il crinale modenese è avvantaggiato dal punto di vista turistico dalla presenza del Cimone. Per quanto riguarda agricoltura e servizi le due province sono simili, anche se a Reggio c'è meno densità di imprese.</p> <p>Il PAL non è ancora definitivo: si stanno aspettando le osservazioni della Regione sul tema della demarcazione. Per il GAL i problemi principali si porranno sull'asse 1: demarcazione in riferimento ai progetti di filiera. Gli interventi proposti dal GAL si concentrano sulla commercializzazione, in particolare attraverso la promozione degli spacci aziendali, senza intervenire sulla produzione. Nonostante questo, la RER ravvisa un problema di demarcazione in questo ambito. Difficilmente sarà possibile avviare le attività previste dal PAL prima di giugno. Questo rappresenta un ritardo nei finanziamenti alle imprese e quindi un danno nei loro confronti.</p>
Concertazione e partecipazione	<p>Per raggiungere gli obiettivi del PAL si intende attivare una forte concertazione preventiva attraverso accordi di programma con gli attori pubblici e micro-patti con i privati.</p> <p>Il processo di concertazione con attori pubblici e privati è già stato attivato in occasione della definizione del PAL. Adesso è sospeso in attesa delle osservazioni della RER.</p> <p>Per la redazione del PAL, gli stakeholder coinvolti sono stati prevalentemente gli amministratori del territorio e le associazioni di</p>

categoria.

Per quanto riguarda le modalità del coinvolgimento, si sono basate soprattutto sugli incontri con gli stakeholder nell'ambito della programmazione del PSR. Nel corso degli incontri sono state presentate slides con presentazione del Prip e del Leader, e dei rispettivi obiettivi e azioni.

Gli incontri sono stati fatti per ambiti territoriali corrispondenti alle tre macro aree dell'analisi.

Dopo il primo giro di consultazione sono state messe a punto idee più di dettaglio. Poi il documento è stato sottoposto alle province. Presso il GAL sono sempre attivi gruppi di lavoro settoriali per la concertazione. I principali contributi ottenuti attraverso la concertazione sono riportati in un capitolo del PAL, che descrive le osservazioni presentate e l'eventuale accoglimento.

Adesso il GAL intende organizzare una concertazione più mirata tra GAL, Province, Regione, Comunità Montane, associazioni di categoria ecc. per integrare gli interventi sul territorio.

Infatti adesso che il GAL passa a finanziare interventi materiali, aumenta il rischio di sovrapposizione tra gli interventi finanziati da enti diversi.

La modalità con cui perseguire l'integrazione degli interventi dovrebbe essere la sottoscrizione di un Accordo di programma. Questa ipotesi è già stata proposta ad alcuni degli enti interessati (non ancora al Parco). L'Accordo dovrebbe riguardare tre settori: turismo rurale, valorizzazione dei prodotti tipici, turismo escursionistico e dovrebbe rispondere alla necessità di integrare e controllare l'utilizzo dei finanziamenti.

Finora c'è stato scarso coordinamento tra gli interventi di Parco, GAL, CM e Provincia.

La proposta del metodo dell'accordo quadro è un tentativo di superare questo problema.

L'idea è che i vari enti interessati identifichino progetti specifici e concordino come realizzarli, integrando finanziamenti e competenze, appunto con la formula dell'accordo quadro.

Questa metodologia è già stata presentata negli incontri pubblici fatti per la definizione del PAL. Non è ancora stata discussa con la Provincia, però se ne dovrebbe parlare a gennaio in un incontro con l'Assessore al Turismo e il Presidente della Provincia.

Per il momento si potrebbe considerare un buon risultato riuscire a far accettare il metodo, anche se presumibilmente i primi accordi potrebbero avere contenuti minimi.

Un altro aspetto di questo tentativo di coordinamento delle politiche riguarda il fatto che nessuno degli enti interessati ha le capacità tecniche e le strutture per gestire da solo tutte le azioni di sviluppo che riguardano il territorio. Quindi si dovrebbe creare una struttura tecnica comune, che metta insieme le competenze dei vari enti. Una struttura di questo tipo sarebbe utile anche per gestire le attività di animazione e per supportare i club di prodotto.

La struttura tecnica comune tra i 4 enti, potrebbe avere anche la funzione di supportare i club di prodotto nell'impostare un rapporto più diretto con le imprese.

Questa struttura tecnica dovrebbe essere costituita da Parco, CM, GAL, comune di Castelnuovo ed eventualmente la Provincia, se interessata. Questi enti potrebbero mettere a disposizione un

funzionario ciascuno e costituire così un ufficio comune, da mettere a disposizione del Club di prodotto. In questo caso diventerebbe possibile affidare al Club di prodotto anche la gestione di strutture pubbliche tipo gli IAT.

In precedenza forme di integrazione degli interventi erano già state sperimentate con i “mini-patti” tra le imprese per il turismo. Adesso il GAL intende andare avanti anche su questa strada attraverso la promozione di accordi interprofessionali tra imprese, ad es. per costruire una filiera della trasformazione dei piccoli frutti. Infatti adesso le aziende locali di trasformazione acquistano la materia prima dai paesi dell'est. L'obiettivo è quello di sviluppare una produzione locale attraverso un accordo con le imprese di trasformazione che garantisca ai produttori locali l'acquisto di tutta la produzione a prezzi concordati. Per il coinvolgimento delle imprese, il GAL fino ad ora si è affidato a due animatori locali, uno nel modenese e uno nel reggiano.

Si trattava di incarichi professionali, che interessavano nel reggiano il presidente della coop Sorgente e un laureato in materie turistiche; nel modenese interessavano invece il direttore del GAL. Nel reggiano l'animazione non ha funzionato molto bene perché i soggetti incaricati erano bravi ma non erano abbastanza inseriti nel tessuto socio economico locale.

Adesso il problema dell'animazione non è ancora risolto.

Da adesso in poi si intende coinvolgere anche i tecnici delle associazioni di categoria, in base al tipo di progetto da promuovere. Ad esempio i tecnici delle associazioni di agricoltori, che conoscono bene gli imprenditori locali, possono fare da animatori per promuovere progetti in campo agricolo.

C'è però il problema che le associazioni sono molte e non si può dare un incarico a ciascuna.

Altrimenti potrebbe essere il Club di prodotto, qualora gestito attraverso l'ufficio tecnico comune di cui sopra a gestire anche l'animazione.

Obiettivi di sviluppo

Qualificazione delle attività economiche individuando le risorse inesprese. Ad esempio in campo turistico ci si concentrerà non sugli alberghi ma su agriturismo, escursionismo, ecc.

In agricoltura ci si concentrerà non sulla promozione del parmigiano ma sulla promozione degli spacci aziendali, della coltivazione di erbe officinali, della commercializzazione delle castagne, ecc.

Occorre creare prodotti turistici. Sono state recuperate piccole emergenze architettoniche. Sul crinale in particolare ci sono castelli, chiese, maestà, palazzi storici, tutti più o meno diroccati e abbandonati. Questi elementi dovrebbero essere organizzati in un prodotto turistico per far sì che il turismo diventi un po' più stanziale e meno di passaggio.

Il problema degli interventi di promozione turistica fatti in passato è che i progetti di creazione di prodotti turistici si sono fermati alla realizzazione delle infrastrutture materiali (es. allestimenti di sentieri, acquisto di gps per mtb, ecc.) senza passare alla promozione dell'effettiva fruizione di queste opportunità. L'offerta non è mai stata

gestita in modo organico.

Il nuovo PAL punta su una metodologia nuova: qualificare gli interventi attraverso la costituzione di indirizzi di qualità concordati tra soggetti pubblici e privati.

La qualità riguarda sia la certificazione delle aziende (ISO e EMAS) sia la qualificazione dei prodotti attraverso accordi di categoria, in particolare su produzioni biologiche, origine dei prodotti e marchi.

I privati capiscono che un marchio di qualità ambientale può essere utile ma non sanno come arrivarci. Hanno tutto sommato un atteggiamento abbastanza positivo verso il parco, soprattutto sono in "attesa" di soluzioni.

Si punta a creare nel mondo imprenditoriale una autocoscienza sul tema della qualità attraverso:

8. Conoscenza e diffusione degli strumenti di qualità
9. Investimenti nelle aziende per promuovere la qualità
10. Accesso al mercato (marketing dei prodotti agroalimentari che integri la commercializzazione con la promozione dell'ambiente e del turismo)

I PAL precedenti hanno finanziato sul territorio del GAL molti progetti per importi ridotti.

E' chiaro che per raggiungere i nuovi obiettivi di promozione della qualità questa forma di finanziamenti "a pioggia" non è utilizzabile. L'obiettivo è quindi di finanziare pochi progetti per importi molto più elevati. I bandi saranno quindi più selettivi.

Questo non dovrebbe comunque penalizzare le imprese più deboli del crinale, perché la pubblicazione dei bandi sarà preceduta da una attività di animazione e di concertazione preventiva che dovrebbe avvantaggiare proprio le imprese più deboli. Inoltre i bandi contengono criteri preferenziali per tutelare le imprese delle aree più svantaggiate.

In particolare nell'area di crinale, gli obiettivi di qualità si applicano a:

5. produzioni tipiche (asse 1 e 2) in particolare piccoli frutti e castagne
6. ambiente
7. turismo
8. cultura (progetto transnazionale dei cammini storici) In questo progetto il crinale, invece che dividere, ha la funzione di collegare territori diversi

Quando si tratta di azioni di commercializzazione dei prodotti, è necessario il protagonismo diretto delle imprese.

Il Club di prodotto del reggiano funziona invece soprattutto come intermediario, ma non rappresenta direttamente le imprese. Inoltre interessa solo il territorio del crinale.

Il Club di prodotto esistente è nato da un'opportunità di finanziamento, colta dalla Coop. La Sorgente. E' una struttura privata, che elabora progetti di promozione e li propone alle imprese, ma non è una loro

	<p>espressione diretta.</p>
<p>Progetti ed esperienze significative</p>	<p>Per le castagne, l'Università è interessata a sperimentare l'estrazione di oli ed essenze. Per le erbe officinali, c'è l'istituto Motti di Castelnuovo M. che promuove il trasferimento di tecnologie, a partire da un'idea di un istituto di Monteombraro che ha cominciato la progettazione.</p> <p>Con il leader precedente è stata creata una rete degli spacci aziendali (filiera corta) che ha funzionato abbastanza bene. La riuscita delle iniziative dipende molto dalla psicologia degli imprenditori locali.</p> <p>Progetto di cooperazione di area vasta con gli altri GAL del crinale e con il Parco</p> <p>Progetto transnazionale dei cammini storici</p> <p>I due progetti di sviluppo più significativi sono:</p> <p>1) Circuito delle latterie. E' stata un'esperienza positiva perché ha rafforzato l'identità del territorio e ha unito il tema della vendita diretta con quello della qualità dell'offerta e dell'accoglienza. Il progetto delle latterie è stato realizzato in collaborazione anche con la CM e altri enti.</p> <p>2) Turismo di comunità. L'esperienza è stata avviata in 5 borghi, ma adesso è ancora attiva solo in uno, Cerreto Alpi, dove viene gestita da una sola impresa, I briganti del Cerreto. Questo è in contrasto con lo spirito del progetto, che intendeva coinvolgere tutta la comunità nella gestione dell'accoglienza. Queste esperienze erano state avviate attraverso lo strumento dei micro patti</p>

Punti di forza

Opportunità

<ul style="list-style-type: none"> ● servizi alla persona ● qualità del paesaggio ● molte emergenze architettoniche ● qualità dell'artigianato 	<ul style="list-style-type: none"> ● attività di promozione e collegamento con l'esterno realizzate dal Parco ● collaborazione tra IAT e centri visita del Parco per unire l'informazione alla promozione di imprese e prodotti locali ● possibilità di produzione di energia da biomasse ● possibilità di diversificazione in agricoltura ● opportunità imprenditoriali nella produzione di selvaggina da caccia
<ul style="list-style-type: none"> ● frammentarietà delle azioni di sviluppo ● permanenza di atteggiamenti di contrapposizione al Parco ● difficoltà da parte degli imprenditori a cogliere le opportunità di finanziamento ● scarsa efficacia della promozione di eventi ed iniziative 	<ul style="list-style-type: none"> ● scarsa propensione all'imprenditorialità ● scarsità di servizi alle imprese ● mancanza di innovazione nel settore turistico ● regressione del settore agricolo

Minacce

Punti di debolezza

APPENNINO REGGIANO

PUNTI DI FORZA

Radicamento imprenditoria di eccellenza
 Patrimonio ambientale e paesaggistico
 Servizi alla persona e alle imprese
 Propensione all'innovazione
 Infrastrutture agricole
 Prodotti tipici

OPPORTUNITA

Mercato favorevole alla produzione di alta qualità
 Azione unitaria per le iniziative di promozione
 Multifunzione e diversificazione agricoltura
 Turismo di comunità e Sistema di rifugi
 Destagionalizzazione turistica
 Incentivi pubblici per aziende
 Formazione professionale
 Presenza del Parco
 Energie rinnovabili

Crisi settore ceramico
 Rischio edilizia non di qualità
 Ritardo sviluppo energie rinnovabili
 Scarsa attenzione per l'Appennino nelle
 politiche regionali di promozione turistica
 Scarsa capacità di attirare finanziamenti
 Scarso coordinamento tra enti territoriali
 Calo imprese settore zootecnico e forestale

Viabilità
 Abbandono agricoltura
 Vulnerabilità ambientale
 Abbandono del territorio
 Basso senso di appartenenza
 Scarsa professionalità turistica
 Calo demografico e invecchiamento
 Insufficiente connessione a banda larga
 Mancanza strategia per turismo e promozione

MINACCE

PUNTI DI DEBOLEZZA

1.1.2.9 Scheda intervista e matrice SWOT Comunità Montana Parma Est

Sede e data dell'intervista	Sede della Comunità montana 13 febbraio 2009
Soggetti intervistati	Delio Folzani (Direttore generale)
Documenti di riferimento	<p>1. Accordo quadro per la costituzione del distretto turistico - ambientale Parma Est (2007) con stanziamenti per il periodo 2007-2009.</p> <p>L'accordo quadro è stato stipulato tra la comunità montana Parma Est, la Provincia, il Parco Nazionale Tosco-Emiliano, il Parco dei Cento Laghi e 8 Comuni. Prevede oltre alla valorizzazione del turismo nei Parchi in particolare anche la valorizzazione dei prodotti tipici agro-alimentari, in un discorso complessivo di valorizzazione delle eccellenze. L'obiettivo è lo sviluppo del turismo tutto l'anno e non solo per il periodo estivo.</p> <p>2. Intesa per il territorio montano di Parma (gennaio 2005) con programmazione misure per il periodo 2005-2009. L'intesa è volta alla difesa attiva del territorio e al consolidamento dei versanti con programmazione negoziata 2005-2009 tra CM e 8 Comuni. Prevede accordi di partenariato per la difesa attiva del territorio a partire dall'assetto idrogeologico.</p>
Aree tematiche trattate in prevalenza	<p>Accordo distretto turistico: Turismo, Fruizione del Paesaggio, Prodotti tipici.</p> <p>Intesa per il territorio montano: prevede 5 Assi di intervento:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sviluppo rurale, forestazione e difesa attiva del suolo 2. Qualificazione ambientale del territorio e delle imprese 3. Turismo diversificato e sostenibile 4. Miglioramento dei servizi alla persona 5. Reti infrastrutturali e sostegno alle attività produttive
Livello territoriale dell'analisi	Area della Comunità Montana con individuazione fascia crinale (2 Comuni), fascia mediana (4 Comuni), fascia bassa (2 Comuni)
Caratteristiche del territorio montano e degli strumenti di programmazione evidenziate nel corso dell'intervista	<p>La Comunità Montana Appennino Parma Est occupa la parte sud-orientale della provincia di Parma; ha una superficie di 665 chilometri quadrati, una popolazione di 24.500 abitanti (densità di 37 abitanti per Km²) ed è formata da 8 comuni: Langhirano, Lesignano de' Bagni, Calestano, Neviano degli Arduini, Tizzano, Corniglio, Palanzano, Monchio delle Corti.</p> <p>L'andamento demografico nel corso degli ultimi cinquant'anni e i relativi indici, riferiti al 31/12/2000, mostrano un territorio che, seguendo una tendenza più generale, vede nella parte medio-alta montana un significativo fenomeno di spopolamento, soprattutto nelle fasce di età più giovani. Anche a livello complessivo di Comunità</p>

montana, nel lungo periodo (gli ultimi quarant'anni), la popolazione residente è diminuita di quasi un quarto: tra i casi più difficili si segnalano i comuni di Monchio delle Corti e Neviano degli Arduini, dove la popolazione si è più che dimezzata dal 1961 ad oggi (-45%). La lettura dell'andamento negli ultimi 10 anni, tuttavia, mette in evidenza situazioni contrastanti: a livello di Comunità montana la popolazione è aumentata di quasi mille unità con i comuni di Langhirano (+392 unità) e Lesignano de' Bagni (+960 unità) in forte espansione mentre nei comuni alti continua un lento calo della popolazione residente.

Il numero di aziende agricole presenti nel territorio della Comunità Montana si è drasticamente ridotto negli ultimi anni e, se nel 1990 erano censite 3.240 imprese, oggi se ne contano poco più di 1.500 (-51%). Analogamente, si assiste alla diminuzione della superficie agricola utilizzabile (SAU).

Tutto il territorio rientra nell'Area di Produzione del Parmigiano Reggiano e di conseguenza le produzioni agricole sono finalizzate prevalentemente all'alimentazione delle bovine da latte.

l'indirizzo colturale delle aziende della Comunità Montana Parma Est è foraggero-cerealicolo per le aziende di media-collina, mentre diventa solo foraggero nei comuni di montagna.

Secondo i dati ISTAT, aggiornati al 31.12.1999, la Comunità Montana Appennino Parma Est presenta una superficie boscata di 26.449 ettari con un indice di boscosità del 39,7%.

I Comuni con il maggior indice di boscosità risultano Calestano e Corniglio (superiore al 50%).

A livello comunale, la percentuale maggiore di boschi ad alto fusto si trova nei comuni di Corniglio e Monchio delle Corti.

In piccole aree la coltivazione del castagneto da frutto (Campora di Scurano e Bosco di Corniglio), anche se limitata a pochi appezzamenti, è in grado di fornire una produzione di pregio.

Il territorio si caratterizza per la forte polverizzazione della struttura insediativa. Anche i centri maggiori, come Langhirano, Lesignano e Neviano, contano una notevole dispersione della loro popolazione fra diverse frazioni. A parte il caso di Langhirano, che comunque ha un centro abitato di circa 5.000 abitanti sui quasi 9.000 totali, e qualche altro centro maggiore, di solito i nuclei abitati vanno dai 200-400 abitanti (in molti casi si tratta dei capoluoghi dei Comuni montani o delle frazioni maggiori dei Comuni pedemontani) alle poche decine di residenti in numerosissimi piccoli centri, soprattutto nella medio - alta montagna.

La vocazione turistica del territorio è articolata: diffusa nell'area di montagna, concentrata in punti specifici, come ad esempio il Castello di Torrechiara, a valle. I flussi turistici sono concentrati nei mesi estivi, mentre nei restanti mesi dell'anno si limitano ai fine settimana.

Mostra segnali di crescita il turismo enogastronomico, con l'esperienza della Strada del Prosciutto e dei Vini dei Colli di Parma, che ha favorito il coinvolgimento di alcune aziende agricole, caseifici e prosciuttifici nell'offerta di servizi turistici.

Per quanto concerne la ricettività di carattere alberghiero, si registra l'assenza di strutture di categoria superiore alle tre stelle; ciò è coerente con l'offerta territoriale, che attira un tipo di un turismo poco propenso ad una domanda di ricettività di "lusso". Tra tutti i comuni, solo Langhirano è interessato da turismo d'affari, e non è un caso che

	<p>il 50% della dotazione di alberghi a tre stelle. La Provincia di Parma ha affidato il passaggio di 5 stazioni in proprietà o in concessione alla Provincia alla Comunità Montana Appennino Parma Est:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stazione turistica di Pratospilla - Stazione turistica Lagdei – Lago Santo - Rifugio Lagoni - Parco Provinciale Monte Fuso - Complesso turistico sportivo di Scurano
Concertazione e partecipazione	<p>Sono coinvolti stakeholder istituzionali (Provincia, Regione, Parco, Comuni, associazioni categoria) attraverso incontri che consentono un momento di confronto per valorizzazione delle differenze e delle debolezze e la rilevazione delle aspettative e necessità degli operatori.</p> <p>Apporti a livello tecnico e finanziario sono arrivati dalla Provincia, della Regione Emilia-Romagna e del Parco.</p>
Obiettivi di sviluppo	<p>L'Intesa per il territorio montano prevede 5 Assi di intervento:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sviluppo rurale, forestazione e difesa attiva del suolo 2. Qualificazione ambientale del territorio e delle imprese 3. Turismo diversificato e sostenibile 4. Miglioramento dei servizi alla persona 5. Reti infrastrutturali e sostegno alle attività produttive <p>L'Obiettivo generale è di valorizzare il territorio e le eccellenze e promuovere un turismo durante tutto l'anno e non solo legato alle stazioni sciistiche.</p> <p>Le opportunità di intervento per lo sviluppo sostenibile del patrimonio territoriale riguardano:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Esigenza di aumentare le opportunità del territorio marginale (internet, asilo nido, telecontrollo sulla cardiologia, polizza assicurativa anziani). - Riuscire a garantire servizi al territorio (infrastrutture, banda larga, collegamento telematico); alle famiglie (servizi alla persona); alle imprese (nella parte di crinale in base alle potenzialità e alle opportunità di lavoro della zona montana). - Concentrare le imprese presenti sul territorio - Commercializzazione dei prodotti locali - Ripartire con la promozione dei punti di eccellenza.
Progetti ed esperienze significative	<p>Monitoraggio operatori turistici del territorio con tavolo tecnico di riferimento che si riunisce 2-3 volte l'anno con confronto per migliorare la valorizzazione del turismo nel territorio e creare un sistema di accoglienza aperto tutto l'anno, tavolo di confronto e formazione per la crescita professionale degli operatori del settore e il miglioramento delle strutture ricettive e ottimizzare l'utilizzo delle risorse disponibili.</p> <p>Finanziamenti per gli operatori nel settore agricolo: asse 4 per Piano di Sviluppo Rurale con Azione della CM con Soprip per la valorizzazione del ruolo degli operatori con creazione club di prodotto e tavolo per gli</p>

operatori.

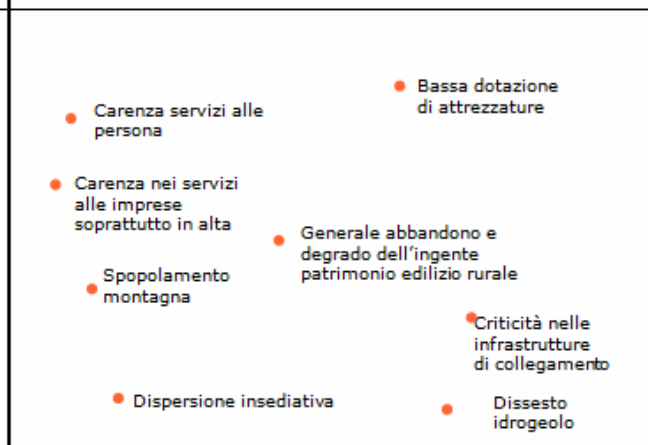
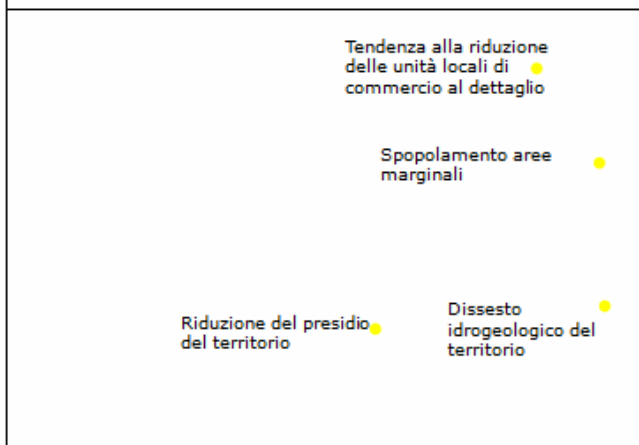
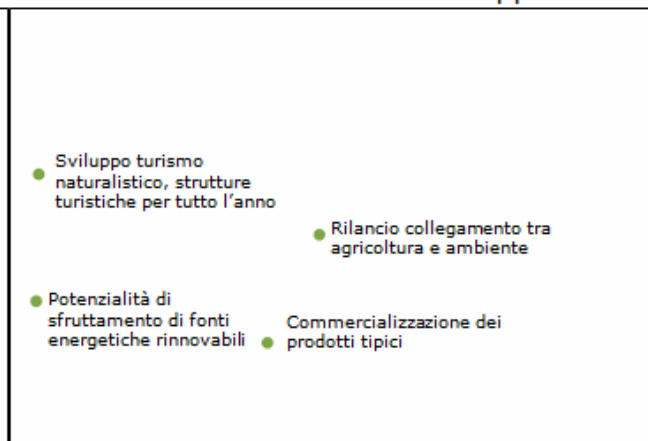
La Provincia di Parma ha la proprietà di 5 stazioni sciistiche e ha affidato la gestione alla CM con le risorse per la gestione con accordo quadro con 460.000 euro di finanziamento regionale.

Rilancio bed and breakfast con fondi CM (tramite bandi 25% di contributo a fondo perduto su investimenti di 1500 euro).

Punti di forza



Opportunità



Minacce

Punti di debolezza

1.1.2.10 Scheda intervista e matrice SWOT Provincia di Parma

Sede e data dell'intervista	Sede della Provincia di Parma – Servizio Pianificazione Territoriale 13 febbraio 2009
Soggetti intervistati	Sergio Peri (Dirigente Servizio Pianificazione Territoriale)
Documenti di riferimento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale - PTCP (approvato 25/07/2003 e successive varianti fino al 21/12/2007). Le varianti sono relative ad: a) adeguamento Piano i Bacino per assetto idrogeologico nel 2006; b) Aree produttive, aspetti socio-economici. <i>(in blu nel testo le informazioni tratte dal Cap. 2 della Relazione Illustrativa)</i> 2. Programma di Sviluppo Locale Docup Obiettivo 2 – PSL (approvato 16/02/2002 - scadenza 31/12/2008)
Aree tematiche trattate in prevalenza	Ambiente, infrastrutture e servizi (PTCP), Turismo e Ambiente (PSL)
Livello territoriale dell'analisi	Ambito provinciale, con schede relative ai Comuni e con descrizione delle unità di paesaggio secondo le diverse tematiche considerate (PTCP); Area Obiettivo 2 (PSL)
Caratteristiche del territorio montano e degli strumenti di programmazione evidenziate nel corso dell'intervista	<p>Il territorio dei comuni interessati dal Parco si caratterizza come area scarsamente popolata e antropizzata, di notevole valenza ambientale e potenzialità turistica, con produzioni agro-alimentari tipiche (Monchio e Corniglio Parmigiano Reggiano e Corniglio Prosciutto di Parma). Nell'area sono presenti due tra le più importanti stazioni turistiche dell'Appennino parmense: Lagdei (Corniglio) e Prato Spilla (Monchio). <i>Le tradizionali produzioni agro – alimentari del territorio provinciale sono andate concentrandosi prevalentemente in ambito pedemontano anche se esistono positive eccezioni in ambito montano: la produzione del Prosciutto di Parma, infatti, ha determinato la creazione di due autentici poli di sviluppo come Lagrimone nel tizzanese e Beduzzo nel cornigliese, che, negli ultimi anni, hanno invertito una tendenza decennale di declino diventando le realtà più dinamiche della Val Parma e dell'intero appennino sud orientale.</i></p> <p><i>Altre tipicità presenti in montagna come il Fungo Porcino di Borgotaro ed il Parmigiano Reggiano non hanno innestato meccanismi altrettanto virtuosi: il primo, infatti, interessa un mercato di nicchia ed il secondo risente della crisi dell'agricoltura montana, ormai orientata verso produzioni biologiche, le uniche, in prospettiva, capaci di garantire sufficiente redditività.</i></p> <p><i>L'offerta turistica, che può contare su ambienti naturali di assoluto pregio, è significativamente presente nell'area, ma è minata dalla fragilità del tessuto imprenditoriale, dall'inadeguatezza dell'offerta ricettiva e dalla debolezza del quadro organizzativo. Sono, infatti, presenti punti di informazione ed accoglienza turistica di buon livello in pochi centri come Tizzano Val Parma, Monchio delle Corti, Bedonia, Tornolo e Borgotaro, che, assieme a Berceto, è l'unico ad offrire un numero adeguato di posti letto.</i></p> <p><i>Nonostante le carenze strutturali citate, la presenza nella montagna parmense di numerose aree protette di notevole valenza paesaggistico</i></p>

	<p>– naturalistica (Parco regionale dei Cento Laghi, Parco Nazionale dell’Appennino Tosco-Emiliano, Riserva del Monte Prinzerà e Parco del Monte Fuso), può costituire, soprattutto per l’area orientale, la “dote” sulla quale definire un modello innovativo di crescita economica nel rispetto delle risorse locali.</p> <p>Le amministrazioni locali negli ultimi anni, hanno maturato una nuova consapevolezza, individuando nelle peculiarità ambientali il motore dello sviluppo quando, solo pochi anni fa, erano considerate la causa del ritardo di questi territori.</p> <p>Tale cognizione sta persuadendo anche gli attori dell’Appennino che, superando il loro tradizionale scetticismo, hanno compreso l’importanza di conservare le specificità delle proprie zone, come strumento competitivo nei confronti delle aree della pianura.</p>
<p>Concertazione e partecipazione</p>	<p>Sono stati coinvolti Enti e associazioni di categoria del territorio sia per l’elaborazione del PTCP che del PSL, attraverso: Conferenza di programmazione (PTCP), Conferenza di Programma (PSL).</p> <p>Soprip ha inoltre realizzato attività di animazione relativamente al coinvolgimento degli stakeholder per la predisposizione dei Piani provinciali.</p>
<p>Obiettivi di sviluppo</p>	<p>Il PTCP ha come obiettivi generali la promozione della coesione sociale, la competitività del sistema produttivo locale e il miglioramento della qualità ambientale.</p> <p>I principali obiettivi del PSL sono: lo sviluppo turistico come progetto di valorizzazione territoriale, la costruzione di una strategia di sviluppo sostenibile basata sulle risorse dell’ambiente e del territorio, la promozione dello sviluppo economico e infrastrutturazione informatica, il rafforzamento dell’identità dell’Appennino e la promozione della qualità sociale.</p> <p>Obiettivi di sviluppo specifici per l’area appenninica interessata dal Parco:</p> <p>Facilitare i collegamenti eliminando le tortuosità dei tracciati viari esistenti</p> <p>Portare il collegamento internet a banda larga</p> <p>Mantenere e incrementare i servizi anche con l’utilizzo di internet</p> <p>Favorire il commercio al dettaglio specialmente nelle frazioni</p> <p>È fondamentale, infatti, mantenere alcuni servizi civili, commerciali ed alla produzione basilari nei luoghi a più alto rischio di spopolamento, per arrestare la continua emorragia di risorse che da decenni interessa l’Appennino parmense.</p> <p>Favorire lo sviluppo di un’agricoltura di qualità, biologica e collegata ai prodotti tipici</p> <p>Mantenere produzioni tipiche attraverso anche la creazione di nuovi marchi (formaggio e prosciutto del Parco)</p> <p>Valorizzazione ambientale anche a fini turistici</p> <p>Aumentare la capacità ricettiva non alberghiera (ostelli, B & B, Agriturismi e Rifugi montani)</p> <p>Riquilibrare le strutture turistiche esistenti (sostituzione seggiovia Lagdei e interventi per il turismo estivo)</p> <p>Opportunità di finanziamento nei prossimi anni derivano dall’attuazione dei seguenti strumenti regionali e comunitari: Programma Operativo Regionale FESR Regione Emilia Romagna</p>

	<p>2007 – 2013 (bandi privati in ambito turistico): parte alta con il distretto turistico nell'ottica di una ulteriore promozione di un turismo che si sviluppi per tutto l'anno e non solo nel periodo invernale. Per l'Asse 4 (Valorizzazione Beni ambientali), non sono stati proposti interventi. Programma Attuativo Regionale FAS 2007 – 2013 Regione Emilia Romagna (interventi infrastrutturali per valorizzazione turistica, potenziamento servizi alla persona, riqualificazione borghi ecc.): proposta per la seggiovia di Lagdei</p> <p>Piano Regionale Triennale degli investimenti nelle Aree Protette (PRI – Aree protette) (interventi infrastrutturali per valorizzazione naturalistica e socio culturale del territorio nelle aree dei parchi regionali)</p> <p>Piano di Azione Ambientale della Regione Emilia Romagna (PAA) (interventi infrastrutturali per valorizzazione naturalistica e socio culturale del territorio)</p>
<p>Progetti ed esperienze significative</p>	<p>Distretto turistico Parma Est: progetto per lo sviluppo del turismo tutto l'anno e non solo per il periodo estivo</p>

Punti di forza

Opportunità

<ul style="list-style-type: none"> ● Patrimonio ambientale, storico, artistico e culturale ● Qualità dei prodotti agricoli locali ● Presenza di produzioni tipiche locali ● Presenza di turismo residenziale e stagionale 	<ul style="list-style-type: none"> ● Attenzione del consumatore alla sicurezza e alla qualità dei prodotti ● Propensione alla concertazione tra soggetti pubblici e privati ● commercio elettronico dei prodotti locali ● Presenza di figure sociali in grado di recuperare la vitalità del territorio rurale
<ul style="list-style-type: none"> ● Tendenza alla riduzione delle unità locali di commercio al dettaglio ● Tendenza alla riduzione dei servizi di prossimità ● Scarsa attrattività degli ambienti rurali ● Perdita dei "saperi tradizionali" 	<ul style="list-style-type: none"> ● Scarsa imprenditorialità soprattutto femminile ● Capacità ricettiva non elevata ● Scarsa presenza di giovani in agricoltura ● Assenza collegamento internet a banda larga ● Carenza di servizi finanziari e avanzati ● Declino demografico e invecchiamento della popolazione ● Criticità nelle infrastrutture di collegamento ● Scarsa offerta formativa ● Dissesto idrogeologico

Minacce

Punti di debolezza

1.1.2.11 Scheda intervista e matrice SWOT GAL Soprip

Sede e data dell'intervista	Sede GAL Soprip a Parma 03 marzo 2009
Soggetti intervistati	Maria Lodola (Responsabile d'Area Appennino Est)
Documenti di riferimento	11. Piano d'Azione Locale (PAL) 2007-2013 (con studi del 2008) 12. Programma interventi del distretto turistico Parma Est (vedere comunità montana). Il GAL interviene con il PAL per il finanziamento della promozione turistica e la formazione degli operatori.
Aree tematiche trattate in prevalenza	Agricoltura, Ambiente, Turismo, trasformazione dei prodotti agro-alimentari
Livello territoriale dell'analisi	L'analisi riguarda tutto il territorio dell'Appennino Parma Est. Comunale (dati statistici). Dal PRIP (per l'attuazione del PSR) sono ricavabili dati per le zone di collina e montagna. I dati in generale sono riferiti a tutta l'area Leader.
Caratteristiche del territorio montano e degli strumenti di programmazione evidenziate nel corso dell'intervista	Il territorio del Parco si caratterizza per la tutela e valorizzazione ambientale e può rappresentare un punto di eccellenza per il turismo eco-compatibile e la valorizzazione dei prodotti tipici.
Concertazione e partecipazione	Sono stati coinvolti tutti gli enti locali, le associazioni imprenditoriali, del settore agricolo e turistico con modalità di coinvolgimento formali e informali tramite riunioni, incontri e presentazioni pubbliche. I principali apporti raccolti riguardano indicazioni concrete da parte delle associazioni di categoria sulle necessità di interventi.
Obiettivi di sviluppo	Rinforzare l'economia dell'Appennino attraverso: <ol style="list-style-type: none"> 1) Qualificazione delle imprese 2) Miglioramento infrastrutture turistiche, ricettività e accoglienza 3) Puntare sul mercato e rendere autonomi gli operatori presenti sul territorio. I filoni sui cui puntare riguardano: <ul style="list-style-type: none"> - Valorizzazione agro-alimentare - Valorizzazione prodotti tipici (Creazione di un club di prodotto dell'Appennino Est e Ovest e aggregazione degli operatori con l'obiettivo di un'unica associazione) - Turismo specifico di tipo naturalistico

	<p>Bisogna puntare in maniera mirata sulla formazione:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) fare una valutazione di chi opera sul territorio e fare una accurata selezione degli attori sul territorio e chiedere la redditività del progetto e cosa si aspettano di ottenere da un certo tipo di intervento in modo da selezionare e non da finanziare senza selezione iniziale sulla base della effettiva fattibilità. 2) Fare formazione per gli operatori, fatta in loco “last minute” perché gli operatori vanno molto formati e preparati. <p>Le caratteristiche peculiari del Parco consentono di sviluppare la possibilità di vivere la montagna d’inverno anche senza un turismo legato solo agli impianti sciistici, puntando su:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Turismo di comunità - Ippovia - Strada dei vini e dei sapori (prosciutto e parmigiano) <p>Parco come motore per le imprese del territorio molto stimolante. La gestione amministrativa e burocratica è farraginoso e appesantisce anche lo sviluppo economico. L’ente Parco potrebbe avere un ruolo fondamentale per l’incentivazione e lo snellimento delle procedure con maggior valore del Parco.</p>
<p>Progetti ed esperienze significative</p>	<p>Come progetto specifico per il prodotto è stato realizzato il progetto ECO Progetto ECO per la realizzazione di un disciplinare Qualità dei servizi e prodotti offerti con finanziamento Leader+ per la diffusione del disciplinare.</p> <p>Il GAL con i Parchi del territorio dell’Appennino ha realizzato anche altre linee di lavoro per la valorizzazione turistica.</p> <p>Nel PAL è presente la misura “Tutela ambientale e faunistica” con cui lavorano assieme al Parco per sentieri e loro segnalazione.</p>

Punti di forza

Opportunità

<ul style="list-style-type: none"> Parchi, aree protette, pregio naturalistico Qualità dei prodotti agricoli locali Presenza di produzioni tipiche locali Agricoltura biologica ed eco-compatibile Presenza di turismo residenziale e stagionale 	<ul style="list-style-type: none"> Disponibilità di biomasse per produzione energia Interesse consumatori per prodotti tipici e per agriturismo Presenza di micro-filiera locali di imprese impegnate in produzioni tipiche Presenza di importanti risorse naturalistiche, ambientali e paesaggistiche
<ul style="list-style-type: none"> Scarso spirito associazionistico e resistenza ad iniziative di aggregazione Rischio spopolamento aree marginali Rischio di abbandono dell'attività agricola e conseguente pericolo di degrado naturalistico Perdita biodiversità flora e fauna 	<ul style="list-style-type: none"> Riduzione competitività produzioni agricole alta montagna Basso livello ricettività turistica Riduzione numero aziende agricole Mancanza di valorizzazione prodotti locali Declino demografico e invecchiamento della popolazione Assenza collegamento internet a banda larga Criticità nelle infrastrutture di collegamento Dissesto idrogeologico Problema gestione aree boscate

Minacce

Punti di debolezza

APPENNINO PARMENSE



PUNTI DI FORZA

Patrimonio ambientale, paesaggistico e storico
Agricoltura biologica ed eco-compatibile
Turismo residenziale, stagionale, circuiti
Forte sviluppo industriale
Parchi, aree protette
Posizione geografica
Attività artigianali
Prodotti tipici

OPPORTUNITÀ

Propensione alla concertazione tra pubblico e privato
Microfiliera locali di imprese di produzioni tipiche
Attenzione del consumatore per prodotti tipici
Commercializzazione prodotti tipici
Produzione energie rinnovabili
Sviluppo turismo

Perdita biodiversità
Perdita "saperi tradizionali"
Abbandono attività agricola
Riduzione servizi di prossimità
Scarsa spirito associazionistico
Riduzione commercio al dettaglio

Dissesto idrogeologico
Scarsa imprenditorialità
abbandono del territorio
Infrastrutture di collegamento
Basso livello ricettività turistica
degrado patrimonio edilizio rurale
Calo demografico e invecchiamento
Mancanza valorizzazione prodotti locali
Insufficiente connessione a banda larga
Carenza servizi alle imprese e alla persona

MINACCE

PUNTI DI DEBOLEZZA

1.1.2.12 Scheda intervista e matrice SWOT Comunità Montana Garfagnana

Sede e data dell'intervista	Sede della Comunità Montana della Garfagnana 5 marzo 2009, ore 11.00
Soggetti intervistati	Francesco Pinagli, Direttore Segretario Generale (pinagli@cm-garfagnana.lu.it) Sandro Pieroni, Dirigente - Datore di lavoro entrambi della Direzione Gestione del Territorio e Sviluppo Economico
Documenti di riferimento	Piano di sviluppo socio-economico della Comunità Montana
Aree tematiche trattate in prevalenza	I settori in cui interviene la Comunità Montana della Garfagnana sono i seguenti: <ul style="list-style-type: none"> - Agricoltura, vivaio forestale (valorizzazione colture e semi locali, con sperimentazione in collaborazione con l'Università di Pisa nel "banco del Germoplasma") - Forestazione - Vincolo idrogeologico, per delega regionale - Funzioni varie delegate dai Comuni, come sportello della produttività - Attività culturali, con scuole, progetti integrati di area, progetti sociali e ambientali (progetto "banca dell'identità e della memoria", approfondimento della conoscenza del territorio per accrescere l'identità del territorio, pubblicazione di una serie i volumi divulgativi tra cui "il dizionario della lingua Garfagnina") - Attività convegnistica e pubblicazioni multimediali sui "Vecchi mestieri" - Realizzazione dell'orto botanico a Corfino, divulgazione, ricerca - Studi e sperimentazione con l'Università di Pisa-Sociologia per formazione imprenditoriale alle associazioni di volontariato nel territorio - Gestione del mattatoio e progetto sperimentale per la reintroduzione della pecora garfagnina - Protezione Civile, implementata ultimamente
Livello territoriale dell'analisi	I 16 Comuni della CM della Garfagnana, comprendendo quindi anche i tre rientranti nel Parco Nazionale Appennino Tosco Emiliano, ovvero: <ul style="list-style-type: none"> - Giuncugnano - San Romano - Villa Collemandina
Caratteristiche del territorio montano e degli strumenti di programmazione evidenziate nel corso dell'intervista	Ci sono inizialmente differenze geografico-morfologiche, tra la zona appenninica e quella apuana. Nei Comuni appenninici non si hanno risorse minerarie (il marmo delle Apuane). Dal punto di vista della forestazione non ci sono grosse differenze con gli altri Comuni, qualche differenza si ha dal punto di vista della presenza dell'artigianato. Il territorio del Parco dispone delle seguenti risorse: <ul style="list-style-type: none"> - S. Romano ha risorse ambientali (Riserva dell'Orecchiella), una centrale idroelettrica gestita dal Comune, agricoltura e turismo

	<p>(es: la Fortezza della Verrucola)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Villa Collemantina ha un'eccellente accoglienza turistica (zona di Corfino) e risorse ambientali (Riserva dell'Orecchiella) - Giuncugnano ha principalmente una vocazione agricola e un nascente turismo (apertura di un agriturismo)
Concertazione e partecipazione	<p>Stakeholder coinvolti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Per ciò che riguarda l'approvazione del Piano, coordinamento con amministrazioni comunali, conferenze dei sindaci, commissioni consiliari. - Per ciò che riguarda la realizzazione, associazioni di categoria (soprattutto agricoltura, turismo), associazioni di volontariato (circa 130, ricoprono tutti i campi, dal sociale all'ambientale, molto attive), sindacati <p>Modalità del coinvolgimento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incontri concertativi con proposta delle bozze del Piano e successive revisioni <p>Principali apporti ottenuti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tali interlocutori mettono a disposizione le competenze acquisite tramite i propri associati, molto radicati nel territorio e ricchi di casi reali
Obiettivi di sviluppo	<p>Gli obiettivi mirano tutti al rafforzamento del "sistema Garfagnana" come interazione forte delle sue diverse componenti, soprattutto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - agricoltura (produzioni) - prodotti tipici <p>Mettendo in evidenza i 3 elementi di distintività:</p> <ul style="list-style-type: none"> - identità - qualità - sostenibilità <p>Gli ambiti che richiederebbero un maggiore intervento sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Infrastrutture turistiche per supporto al turismo, intese come nuove attrazioni, anche per il piccolo e medio commercio - Riqualificazione dei centri storici per far sì che siano appetibili anche da un punto di vista residenziale, non solo turistico
Progetti ed esperienze significative	<p>In questa direzione è stato avviato il recupero di 4 strutture demaniali ad uso pastorale: intendono utilizzarle per la gestione ambientale delle riserve e stanno considerando eventuali finanziamenti europei</p>

Punti di forza

Opportunità

<p>Bassi indici di antropizzazione, buona conservazione dell'ambiente montano, presenza di due parchi (apuane, toscano emiliano)</p> <p>Recupero di strutture a scopo turistico</p> <p>Forti reti di relazione fiduciaria tra le persone ed i gruppi</p> <p>Forte identità territoriale</p> <p>Presenza di attività artigianali di qualità</p> <p>Presenza di prodotti agricoli di eccellenza (dop e ipp) tipici; filiera corta e buona specializzazione nella produzione; buon livello di imprenditoria forestale</p> <p>Ottima posizione geografica, vicinanza con centri di interesse (Firenze, Versilia, Lucca)</p>	
<p>Fragilità dell'assetto idrogeologico delle aree montane</p>	<p>Tasso di invecchiamento alto; deficit di servizi alla popolazione, anche turistica; mancato ricambio generazionale; inadeguati livelli formativi</p> <p>Marginalità geografica, bassa redditività aziendale</p> <p>La morfologia del terreno impedisce lo sviluppo di grandi aziende; chiusura verso i mercati e le innovazioni; scarso ricorso all'associazionismo</p> <p>Carenze infrastrutturali per la mobilità; inadeguati livelli formativi per le strutture turistiche</p>

Minacce

Punti di debolezza

1.1.2.13 Scheda intervista e matrice SWOT Provincia di Lucca

Sede e data dell'intervista	Sede della Provincia di Lucca 11 marzo 2009, ore 14.00
Soggetti intervistati	Paola Ramacciotti (p.ramacciotti@provincia.lucca.it) Maria Pia Casini Gino Persiani della Direzione servizio urbanistica e mobilità
Documenti di riferimento	Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale Riferimenti a : Piano Locale di Sviluppo – per gli oggetti dei finanziamenti Piano Locale di Sviluppo Rurale – linee generali di azione prioritarie per lo sviluppo economico-sociale della Provincia
Aree tematiche trattate in prevalenza	Agricoltura, ambiente, artigianato e (poco) turismo
Livello territoriale dell'analisi	L'intero territorio della Provincia di Lucca è stato suddiviso in tre macroambiti: 1- Valle del Serchio 2- Piana di Lucca 3- La Versilia
Caratteristiche del territorio montano e degli strumenti di programmazione evidenziate nel corso dell'intervista	Il Comune di Giuncugnano fa da spartiacque tra Apuane ed Appennini, zona di “frontiera” non solo geografica, soprattutto culturale Gli altri 2 Comuni sono simili ai Comuni appenninici
Concertazione e partecipazione	stakeholder coinvolti: enti locali, associazioni di categoria, culturali e ambientaliste modalità del coinvolgimento: 2 conferenze di programmazione e altri incontri; 1 convegno di informazione principali apporti ottenuti: messe in chiaro le reali necessità economiche di intervento sul territorio
Obiettivi di sviluppo	Le opportunità di intervento sono sicuramente da cercare negli ambiti del turismo, mirando le offerte su un determinato target, recupero di sentieri, patrimonio forestale (vari usi), studio attento della fattibilità. Negli ambiti di approfondimento suggeriscono lo sviluppo dei trasporti all'interno della valle, soprattutto la ferrovia e un approfondimento e sviluppo nel Piano della parte sulla progettualità
Progetti ed esperienze significative	Nessuna comunicazione

Punti di forza

Opportunità

	<ul style="list-style-type: none"> ● Investire sul turismo verde e sull'energia ● Investire sui prodotti tipici ● Creare un punto centrale coordinatore che dia servizi ai Comuni e alle aree
	<ul style="list-style-type: none"> ● Fragilità del territorio ● Abbandono della popolazione ● forti divisioni amministrative ● scarsa formazione agli operatori ● Cattiva accessibilità

Minacce

Punti di debolezza

1.1.2.14 Scheda intervista e matrice SWOT GAL Garfagnana Ambiente e Sviluppo

Sede e data dell'intervista	Residenza del Presidente del GAL 11 marzo 2009, ore 10.30
Soggetti intervistati	Luigi Favari, Presidente del GAL Ambiente e sviluppo (gal@galgarfagnana.com)
Documenti di riferimento	SISL (Strategia Integrata di Sviluppo Locale)
Aree tematiche trattate in prevalenza	Agricoltura, forestazione, ambiente, turismo e commercio, artigianato, storia, cultura e tradizioni, sociale (soprattutto volontariato)
Livello territoriale dell'analisi	Tutto il territorio della Comunità Montana, ad esclusione dei Comuni di Lucca e Capannori (per la Provincia di Lucca) e di Montale, Pescia e Pistoia (per la Provincia di Pistoia) Compresi invece i tre Comuni rientranti nel Parco Nazionale Appennino Tosco Emiliano, ovvero: <ul style="list-style-type: none"> • Giuncugnano • San Romano • Villa Collemandina
Caratteristiche del territorio montano e degli strumenti di programmazione evidenziati nel corso dell'intervista	<p>Il territorio montano non si differenzia molto dal territorio restante se non per differenze geografiche, viste le posizioni di crinale dei tre Comuni.</p> <p>Sicuramente il fatto di trovarsi all'interno di un Parco è un vantaggio rispetto agli altri Comuni della CM, infatti S. Romano e Villa Collemandina essendo anche nella Riserva dell'Orecchiella, hanno potuto sviluppare un turismo specifico. A S. Romano è presente una piccola pista da sci presso il Ristorante Miramonti.</p> <p>Le opportunità di intervento sono per il turismo e il commercio il potenziamento dei cosiddetti "centri commerciali naturali", lo sfruttamento consapevole delle biomasse, recupero dei luoghi storici soprattutto per i piccoli e piccolissimi borghi.</p> <p>Gli ambiti che richiederebbero un maggiore approfondimento riguardano: uno studio approfondito sulla forestazione e sulla capacità di alimentazione a biomassa, per non trasformare una risorsa del territorio in un suo impoverimento.</p> <p>Un altro tema da approfondire sarebbe il trasporto urbano (soprattutto treno Castelnuovo-Lucca), vero punto debole dell'organizzazione turistica della Garfagnana.</p>
Concertazione e partecipazione	<p>stakeholder coinvolti: enti locali, associazioni di categoria, associazioni di impresa, volontariato e culturali</p> <p>modalità del coinvolgimento: incontri singoli e collettivi</p> <p>principali apporti ottenuti: messe in chiaro le reali necessità economiche di intervento sul territorio</p>
Obiettivi di sviluppo	Le opportunità di intervento sono sicuramente da cercare negli ambiti del turismo, mirando le offerte su un determinato target, recupero di

	sentieri, patrimonio forestale (vari usi), studio attento della fattibilità. Negli ambiti di approfondimento suggeriscono lo sviluppo dei trasporti all'interno della valle, soprattutto la ferrovia e un approfondimento e sviluppo nel Piano della parte sulla progettualità
Progetti ed esperienze significative	Nel 2005 è stato aperto il primo impianto a biomassa nel Comune di Camporgiano.

Punti di forza

Opportunità

<p>Elevate superfici di territorio agro forestale</p> <p>Elevata presenza di associazioni di volontariato</p> <p>Elevata qualità del territorio e forte legame con esso quale strumento di immagine per produzione e servizi</p> <p>Aziende agricole con spiccata vocazione alla multifunzionalità e pluriattività</p> <p>Presenza di fondazioni ed associazioni culturali; ricchezza ed eterogeneità del patrimonio storico artistico e delle tradizioni culturali;</p>	<p>Forte potenziale di immagine</p> <p>Forte interesse per iniziative nell'ambito dell'agricoltura sociale</p> <p>Sviluppo di centrali termiche alimentate a biomassa</p> <p>potenziale diversificazione dell'attività economica attraverso sviluppo di attività connesse alle agrienergie dell'attività economica attraverso sviluppo di attività connesse alle agrienergie</p> <p>aziende del settore tipiche del territorio con produzioni di qualità</p> <p>crescita e sviluppo del comprensorio neve, del turismo verde, culturale, gastronomico, naturalistico;</p> <p>caratterizzazione del piccolo commercio al dettaglio nei centri storici (botteghe polifunzionali)</p>
<p>risorse non fruibili o scarsamente valorizzate</p> <p>Deboli politiche di integrazione fra settori, difficoltà finanziarie contingenti per sostenere i nuovi investimenti</p> <p>Assenza di strategie d'area per coordinamento immagine comune, frammentazione</p> <p>concorrenza dei Paesi asiatici, stasi degli investimenti</p> <p>Concorrenza col settore delle cooperative sociali e volontariato</p>	<p>Scarsa integrazione con gli altri settori</p> <p>Politiche di immagine territoriale da consolidare</p> <p>Esperienze limitate, necessità di adeguamenti strutturali, scarsa formazione</p> <p>stretta dipendenza dal finanziamento pubblico, difficoltà di inserimento nel libero mercato del lavoro</p> <p>Tendenza alla rinaturalizzazione per abbandono e perdita di specificità paesaggistica</p>

Minacce

Punti di debolezza

GARFAGNANA



PUNTI DI FORZA

Patrimonio ambientale, paesaggistico e storico
 Forte potenziale di immagine
 Associazioni di volontariato
 Forte identità territoriale
 multifunzione agricola
 Posizione geografica
 Attività artigianali
 Prodotti tipici

OPPORTUNITÀ

Turismo verde, culturale, gastronomico
 Energie rinnovabili e agri-energie
 Coordinamento dei servizi
 Botteghe polifunzionali
 Agricoltura sociale
 Parchi

Dissesto idrogeologico
 Concorrenza paesi asiatici
 Risorse non fruibili o non valorizzate
 Difficoltà finanziarie per nuovi investimenti
 Assenza di coordinamento immagine comune

Degrado del territorio
 Abbandono del territorio
 Forti divisioni amministrative
 Infrastrutture di collegamento
 Scarsa formazione operatori turistici
 Calo demografico e invecchiamento

MINACCE

PUNTI DI DEBOLEZZA

1.2.2 Partecipappennino

1.2.2.1. Premessa

PartecipAppennino (<http://www.parcoappennino.it/it/partecipAppennino.php>) ha rappresentato una iniziativa di promozione della partecipazione di cittadini, imprese, associazioni e istituzioni al dibattito sullo sviluppo sostenibile dell'area del Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano, funzionale alla redazione del Piano Pluriennale Economico e Sociale per la promozione delle attività compatibili del Parco

I promotori di questa iniziativa sono stati l'Autorità per la Partecipazione della Regione Toscana e il Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano. L'Autorità per la Partecipazione della Regione Toscana, nell'ambito del suo mandato, codificato dalla Legge Regionale 69/2007, sostiene iniziative volte a rafforzare il coinvolgimento dei cittadini nelle scelte di governo del territorio. In questo progetto specifico l'Autorità è quindi interessata alla sperimentazione di un processo di programmazione dello sviluppo sostenibile di un'area protetta attraverso il forte supporto della partecipazione delle comunità locali. Per tale motivo il progetto PartecipAppennino è stato selezionato nell'ambito del bando attuativo della Legge Regionale sulla Partecipazione 2008 della Regione Toscana, e ammesso al cofinanziamento. L'iniziativa è stata estesa dall'Ente Parco Nazionale anche al versante Emiliano del territorio protetto con proprie risorse.

Il progetto ha previsto un ciclo di incontri nei borghi del Parco nazionale e nei Capoluoghi dei Comuni del Parco oltre all'attivazione di forum di discussione on-line (<http://www.parcoappennino.it/forum/>) per consentire anche a chi fisicamente non può essere presente agli incontri di esprimere proprie opinioni, nonché di proseguire e sviluppare gli spunti emersi nei dibattiti.

Gli spunti raccolti durante gli incontri sul territorio e sul forum on-line sono stati integrati a pieno titolo nel PPES sia in questo capitolo di analisi territoriale sia nel capitolo dedicata alla "Banca progetti".

1.2.2.2. Obiettivi del progetto

Il progetto ha mirato a sviluppare un processo partecipativo per il coinvolgimento della comunità locale dei territori toscani del Parco, finalizzato a:

- esplicitare e rendere trasparenti, *in primis* ai residenti ed in generale ai portatori di interesse, quali siano le opportunità di sviluppo economico e sociale che lo status di Parco Nazionale offre al territorio, a fronte dei vincoli che impone;
- definire in maniera partecipata le opportunità perseguibili con il Piano Pluriennale socio economico per la promozione delle attività compatibili del Parco Nazionale dell'Appennino toско-emiliano previsto dalla L. n. 394/91 (art. 14).

Sono state realizzate le seguenti due macro-azioni:

- Creazione delle condizioni per l'attivazione del percorso;

- Attivazione di un Forum itinerante per la definizione delle opportunità di sviluppo attivabili con il Piano Pluriennale socio economico per la promozione delle attività compatibili del Parco.

1.2.2.3. Fasi del progetto

Il progetto si è articolato nelle due fasi corrispondenti alle due macroazioni indicate nel paragrafo precedente. In particolare per ciascuna fase sono state svolte le seguenti attività:

Azione 1 – Creazione delle condizioni per l’attivazione del percorso

- ❖ 1.1 – Creazione del gruppo di lavoro e definizione del piano esecutivo di attività;
- ❖ 1.2 – Mappatura degli attori locali e definizione delle modalità di funzionamento del processo partecipativo (missione, strutturazione, regolamento, modalità di lavoro, tempi del forum etc.)
- ❖ 1.3 – Ricognizione e analisi della progettualità in atto e dei precedenti processi partecipativi realizzati nei territori toscani del Parco
- ❖ 1.4 – Predisposizione degli strumenti informativi per l’attivazione del percorso: sito web, materiali informativi

Azione 2 – Attivazione di un Forum itinerante per la definizione del Piano Pluriennale socio economico per la promozione delle attività compatibili del Parco

- ❖ 2.1 – Incontri con “gruppi di portatori di interesse specifico locale” (agricoltori, operatori turistici, associazioni di categoria...) e confronto sulle strategie e obiettivi generali di una prima Bozza di Piano Pluriennale socio economico per la promozione delle attività compatibili del Parco
- ❖ 2.2 – Istituzione del Forum itinerante e realizzazione degli incontri (gli incontri verranno organizzati nelle frazioni del territorio toscano del Parco per garantire la massima partecipazione degli attori locali),
- ❖ 2.3 – Valutazione delle osservazioni, confronto con la Comunità del Parco, modifiche alla bozza di Piano e stesura della bozza definitiva.

Azione 3 – Divulgazione ed attivazione delle azioni prioritarie del Piano Pluriennale socio economico per la promozione delle attività compatibili del Parco

- ❖ 3.1 – Azioni di divulgazione dei contenuti e delle azioni prioritarie del Piano nei territori toscani del Parco

1.2.2.4. Il processo partecipativo

Sono stati svolti complessivamente 32 incontri di partecipazione sul territorio. Tutti gli incontri sono stati svolti in collaborazione con le amministrazioni comunali: sei incontri si sono svolti nei mesi di marzo e di aprile, prima del periodo di sospensione elettorale; i restanti incontri si sono svolti nel periodo compreso tra giugno e ottobre.

Nella fase di programmazione si è convenuto insieme ad alcune istituzioni locali di effettuare due modifiche al progetto originario: da un lato cambiare le sedi di alcuni incontri, per problemi logistici dovuti principalmente all'assenza di un luogo di ritrovo; dall'altro lato di spostare alla fine del processo di partecipazione l'attività 2.1⁴, di confronto con i gruppi di portatori di interesse specifico locale. Quest'ultimo cambiamento è stato dettato dall'esigenza emersa di utilizzare la sede di confronto di livello sovralocale, quale è il riferimento delle due Comunità Montane, come luogo dove discutere delle questioni emerse sul territorio. In questa occasione sarà quindi possibile riportare le omogeneità e le differenze territoriali e definire elementi di attenzione per il PPES.

I temi emersi nel corso del forum itinerante sono stati molti e hanno interessato sia questioni economiche, relative a attività e settori che si vorrebbero sviluppare; sia questioni di natura sociale, relativi a problemi quali lo spopolamento e l'invecchiamento della popolazione, che costituiscono un nodo cruciale per la sopravvivenza stessa di una buona parte delle comunità attualmente residenti nel parco.

Tutti i forum sono stati organizzati in collaborazione con le Amministrazioni Comunali coinvolte; la promozione degli incontri, spesso serali, è stata effettuata sia con l'affissione di locandine, sia con contatti diretti.

La partecipazione è stata variabile, condizionata dal fatto che in diverse località il numero di abitanti è ridotto e costituito da persone anziane, per cui i pochi che hanno partecipato comunque rappresentano una porzione elevata dei residenti.

Tutti gli incontri sono stati condotti da un esperto e da un facilitatore.

Per ogni incontro è stato predisposto un report, che è stato pubblicato nello spazio del progetto del sito del Parco. La pubblicazione dei report ha quindi consentito e facilitato l'apertura di un forum on line.

Gli incontri sono stati aperti a tutta la cittadinanza, ad esclusione degli ultimi due, conclusivi, realizzati presso le sedi di rappresentanza delle due Comunità Montane presenti nel territorio. In questi ultimi incontri sono stati invitati i rappresentanti delle istituzioni locali, provinciali e regionali; i principali stakeholder impegnati nei temi dello sviluppo connesso con il parco (turismo, agricoltura e artigianato), i principali istituti scolastici dell'area.

Gli incontri sul territorio sono stati aperti a tutta la cittadinanza, per cui non sono state fatte esclusioni. Al fine di favorire la partecipazione si sono scelte date e orari per i forum che rispondessero alle esigenze dei partecipanti: alla sera dove vi era predominanza di lavoratori; al mattino dove vi era predominanza di pensionati; nei mesi estivi nelle frazioni disabitate che si ripopolano nel solo periodo estivo.

⁴ Rispetto al programma originario non si sono svolti i forum nei seguenti centri: Sassalbo (qui è presente la sede del Parco e di recente era stato organizzato un forum sul tema), Piastola e Vendaso nel comune di Fivizzano. Apella nel comune di Liciana Nardi. Treschietto e Compione nel comune di Bagnone, Sono stati in alternativa svolti i forum nelle seguenti località: Fivizzano capoluogo (qui risiedono alcune persone che hanno interessi e Rometta (dove è in fase di realizzazione una "porta" del Parco) nel comune di Fivizzano; Bagnone capoluogo, dove si è andati due volte e dove si sono trasferiti molti abitanti delle frazioni ormai spopolate.

La tabella seguente riporta il quadro complessivo degli eventi partecipativi

N.	LUOGO	DATA	NUMERO PARTECIPANTI
1	Vico (Bagnone)	27 marzo 2009	25
2	Bagnone	27 marzo 2009	12
3	Fivizzano	17 aprile 2009	8
4	Ponteccio (Giuncugnano)	17 aprile 2009	8
5	Tavernelle (Licciana Nardi)	17 aprile 2009	15
6	San Romano	17 aprile 2009	15
7	Ligonchio	21 aprile 2009	6
8	Gazzolo di Ramiseto	8 maggio 2009	6
9	Busana	8 maggio 2009	4
10	Taponecco (Licciana Nardi)	15 luglio 2009	13
11	Varano (Licciana Nardi)	15 luglio 2009	5
12	Mommio (Fivizzano)	22 luglio 2009	10
13	Bottignana (Fivizzano)	22 luglio 2009	7
14	Arlia (Fivizzano)	22 luglio 2009	8
15	Rometta (Fivizzano)	22 luglio 2009	14
16	Serravalle – Dobbiana (Filattiera)	23 luglio 2009	17
17	Lusignane (Filattiera)	23 luglio 2009	13
18	Rocca Sigillina (Filattiera)	23 luglio 2009	18
19	Iera (Bagnone)	23 luglio 2009	16
20	Bagnone	23 luglio 2009	29
21	Giuncugnano	27 luglio 2009	3
22	Magliano (Giuncugnano)	27 luglio 2009	10
23	San Romano	27 luglio 2009	7
24	Villacollemandina	28 luglio 2009	5

25	Massa – Sassorosso (Villacollemandina)	28 luglio 2009	10
26	Corfino (Villacollemandina)	28 luglio 2009	10
27	Monchio delle Corti	30 luglio 2009	18
28	Corniglio	31 luglio 2009	14
29	Camporaghena (Comano)	25 settembre 2009	14
30	Piano di Comano (Comano)	25 settembre 2009	11
31	Terrarossa (Licciana Nardi)	27 ottobre 2009	25
32	Castelnuovo di Garfagnana	27 ottobre 2009	15
Totale			391

1.2.2.5. Metodi, tecniche o approcci impiegati

In tutti gli incontri si è richiesto ai partecipanti di indicare la modalità di partecipazione da attuare, in particolare si presentava l'alternativa del world café con la possibilità di svolgere un dibattito aperto plenario, strutturato comunque sugli stessi temi per entrambi i metodi. Nella maggior parte dei casi la scelta si è concentrata sul dibattito plenario. Questo dipendeva in molti casi dalla volontà di dibattere direttamente con il Sindaco e con i responsabili delle istituzioni locali.

La congruità del metodo impiegato con gli obiettivi del progetto si può dimostrare sia in relazione all'approfondimento dei temi del PPES che è stato possibile effettuare, sia in relazione al grado di soddisfazione manifestato dai partecipanti agli incontri. Soltanto in due casi il dibattito ha portato ad una cattiva percezione della partecipazione: ciò è derivato da una confusione logica dei partecipanti, che non hanno compreso le potenzialità costruttive dell'incontro partecipato, trasformandolo di fatto in una disputa tra favorevoli ed avversi all'idea di del Parco nazionale.

L'inclusione è stata assicurata sempre, come testimoniato dalle risposte in merito ottenute dai questionari di soddisfazione (86% di risposte positive alla domanda "Mi sono sentito coinvolto e ho potuto dire la mia").

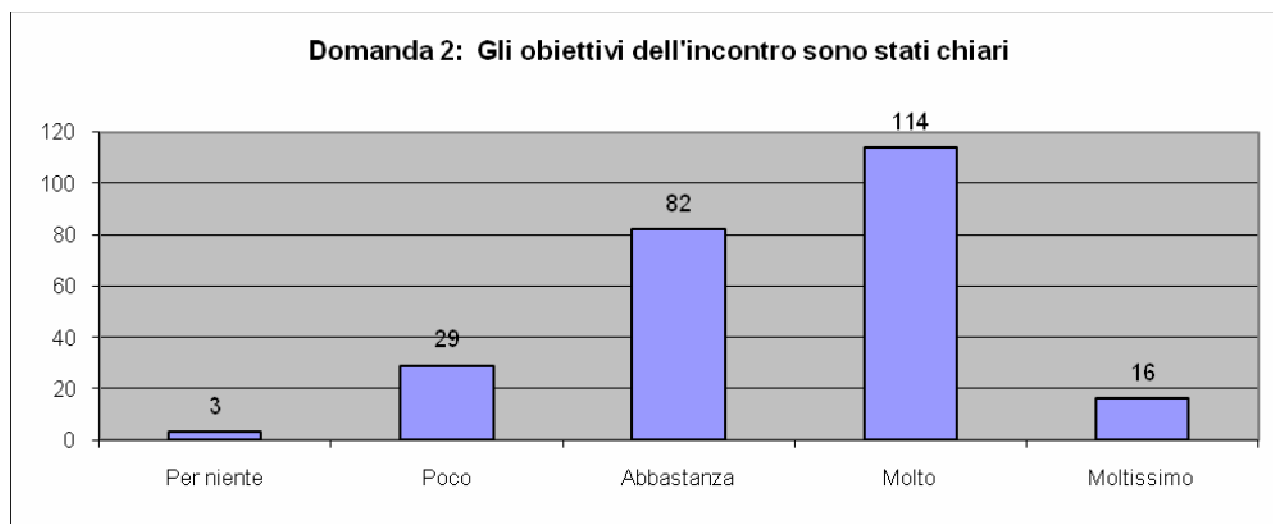
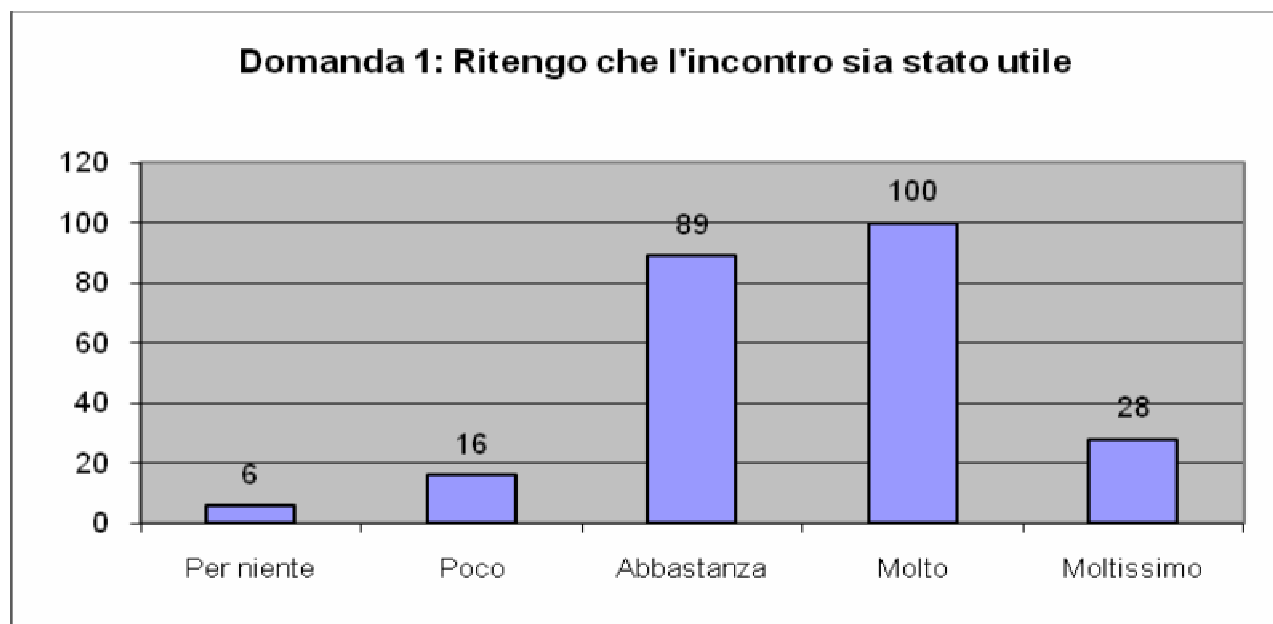
La flessibilità è stata la caratteristica principale nella gestione degli eventi; a seconda del numero e del tipo di partecipanti, è stata decisa l'agenda dell'incontro: tavoli stile world café, comunque l'opzione prioritaria, plenaria, GOPP e così via. A dimostrazione della flessibilità intervenuta, assolutamente necessaria se si vuole operare in aree marginali, gli incontri si sono svolti nei contesti più disparati, da sale multimediali provviste di ogni strumento a bar-ristoranti, da sale consiliari dei comuni a canoniche della parrocchia, da spazi all'aperto in concomitanza con sagre ed eventi fino al caso di organizzazione di un incontro nel tinello di un residente.

Fin dalla decisione di affidare l'incarico ad una agenzia esterna (eco&eco srl di Bologna, selezionata su invito pubblico) è stato evidente che il Parco Nazionale ha inteso svolgere il processo partecipativo garantendo massima neutralità ed imparzialità rispetto alle opinioni che potevano emergere. A testimonianza di ciò, Spesso sono state sollevate critiche, fedelmente riportate nelle relazioni e nei report.

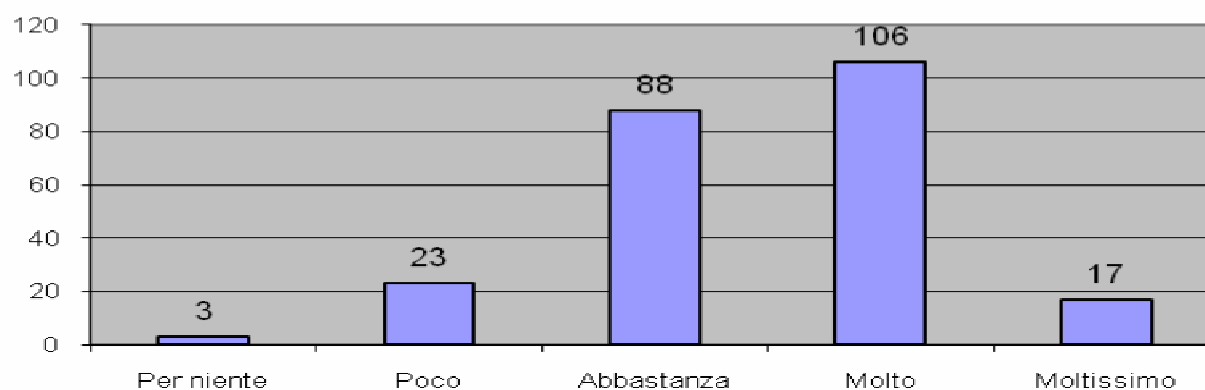
1.2.2.6. Esiti del progetto

Alla fine di ogni incontro è stato somministrato ai partecipanti un questionario anonimo di soddisfazione impostato su sei domande, ciascuna con cinque modalità di risposta (Per niente, Poco, Abbastanza, Molto, Moltissimo); le domande sono state: 1. Ritengo l'incontro utile; 2. Gli obiettivi sono stati chiari; 3. Gli argomenti e le informazioni date sono stati chiari; 4. Il metodo usato mi è piaciuto; 5. Mi sono sentito coinvolto e ho potuto dire la mia; 6. Sono interessato ad avere informazioni sul progetto). I più di trecento questionari compilati hanno mostrato che il 90% delle risposte a tutte le domande prese nel complesso sono state positive (da abbastanza a moltissimo).

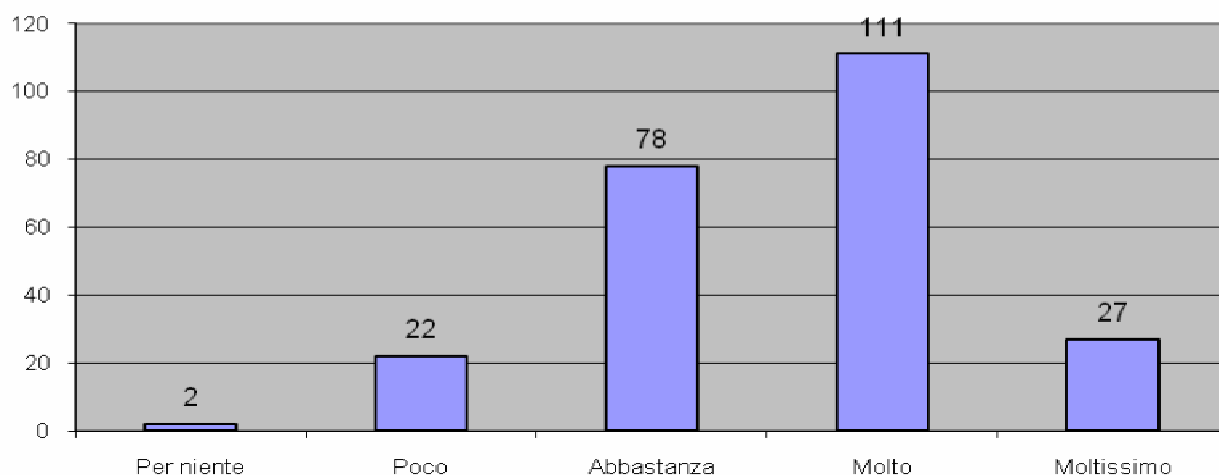
Le percentuali maggiori di soddisfazione hanno riguardato la possibilità di essere tenuti informati sul prosieguo del progetto (97% di risposte positive), mentre il minore riscontro si è avuto sul coinvolgimento (domanda 5), che comunque ha raggiunto l'86% di risposte positive. Da segnalare che il 91% dei partecipanti complessivi ha ritenuto l'incontro a cui ha partecipato utile ed il 90% complessivo si è detto soddisfatto del metodo usato.



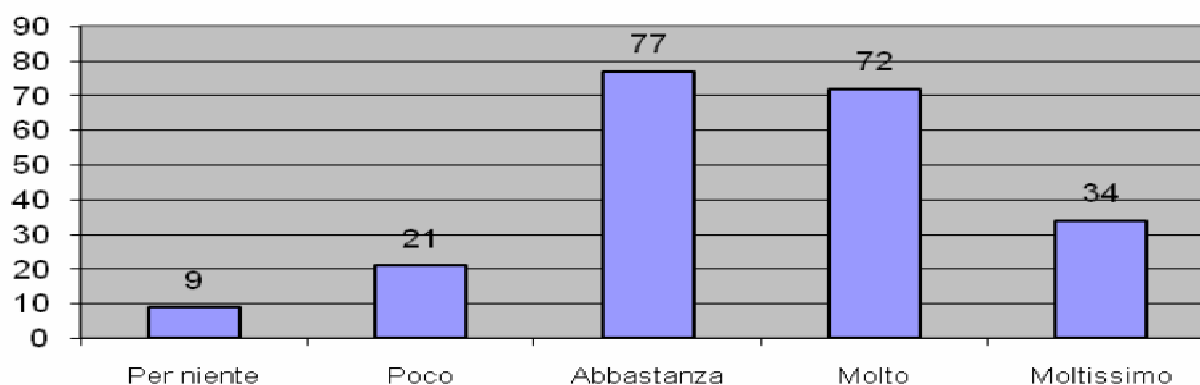
Domanda 3: Gli argomenti e le informazioni a me trasmesse durante l'incontro erano chiari



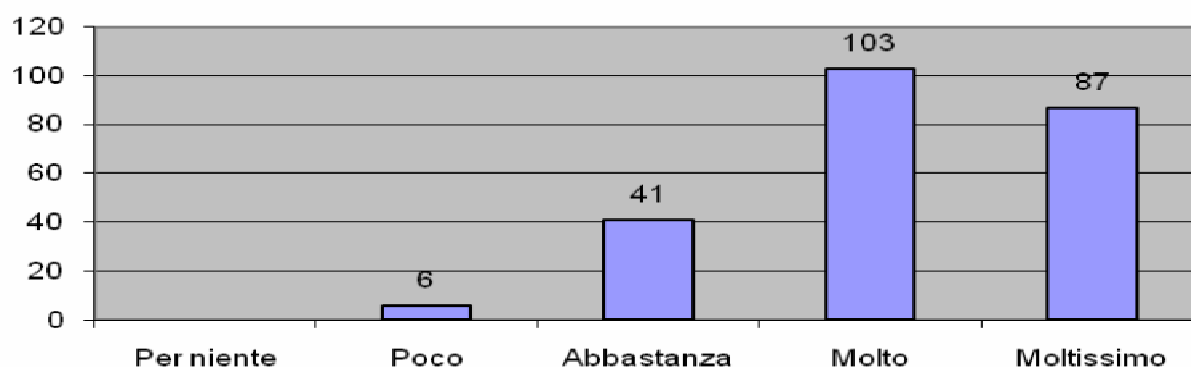
Domanda 4: Il metodo usato durante l'incontro mi è piaciuto



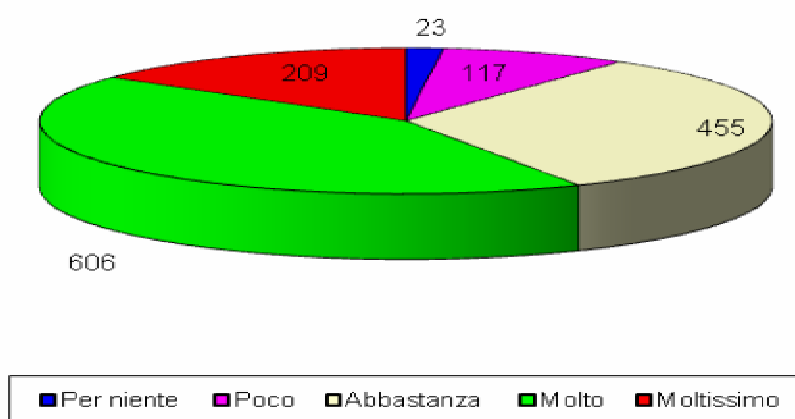
Domanda 5: Mi sono sentito coinvolto nella discussione e ho avuto il modo di dire la mia



Domanda 6: Sono interessato a ricevere informazioni sul proseguimento del progetto



Analisi globale questionari di soddisfazione



Il Parco nazionale ritiene che il progetto PartecipAppennino abbia raggiunto gli obiettivi generali prefissati, offrendo al Parco significativi risultati in termini di contributi al PPES ed alla definizione dei suoi contenuti.

I risultati del processo Partecipativo sono stati inseriti nel quadro conoscitivo del PPES ed hanno contribuito ad influenzare la definizione degli obiettivi e la scelta degli interventi da inserire nella banca progetti.

Il progetto ha permesso alla Comunità di conoscere le opportunità offerte dal Parco in termini di sviluppo socio-economico sostenibile ed ha concesso loro di parteciparne alla definizione del Piano che ne delinea le strategie, gli obiettivi e gli interventi.

1.3 Stato dell'arte degli ambiti socio-economici a cui si riferisce il PPES

1.3.1 Il valore della Montagna in Italia – rapporto UNCEM CENSIS

Il presente rapporto di sintesi presenta i risultati del percorso di lavoro avviato dalla Fondazione Censis per conto dell'Uncem con l'obiettivo generale di costruire gli strumenti per uno *screening* sofisticato della montagna italiana, verificando la capacità dei singoli territori di contribuire alla produzione del prodotto interno lordo nazionale. Gli obiettivi specifici alla base dello studio possono essere così sintetizzati:

- la verifica dell'esistenza di un effettivo differenziale di sviluppo e di profilo produttivo tra i territori della montagna ed il resto del Paese;
- l'individuazione delle diverse tipologie di territori della montagna e l'interpretazione delle loro specificità e differenze;
- la stima del reddito prodotto dalla montagna e della sua incidenza sul reddito prodotto nazionale.

Il rapporto si apre con un testo di sintesi ("Considerazioni generali") contenente un commento interpretativo dei principali elementi emersi nel corso delle diverse analisi realizzate. Seguono tre parti organizzate secondo la seguente struttura logica:

- nella prima parte si presentano i risultati di una *cluster analysis* su tutti i comuni italiani costruita a partire da quelle variabili esplicative che si sono ritenute determinanti ai fini dell'emersione di gruppi tipologici con più o meno spiccate caratteristiche di "montanità". La classificazione tipologica del complesso dei comuni italiani ha consentito di valutare la presenza dei comuni di montagna nei diversi gruppi individuati. Tale analisi, condotta su una serie di 38 variabili delle caratteristiche della struttura e della dinamica produttiva dei comuni italiani, ha messo in luce l'esistenza di 10 differenti gruppi comunali;

- nella seconda parte vengono illustrati i risultati emersi da una seconda cluster finalizzata ad individuare tipologie omogenee di realtà montane (mappatura socio-economica della montagna) e costruita a partire dai comuni totalmente e parzialmente montani. La base di dati comprende oltre alle variabili ed indicatori utilizzate nella precedente analisi anche quelle di natura demografica e sociale e dunque aspetti economici, relativi sia alle imprese, sia alle famiglie (complessivamente 58

variabili). In questo caso la classificazione si poneva infatti l'obiettivo di disegnare una mappa socio-economica della montagna. La classificazione tipologica condotta sui comuni montani ha permesso di determinare sei gruppi omogenei e distinti. Una specifica cartografia è stata elaborata con il fine di rappresentare la distribuzione territoriale delle diverse tipologie emerse;

- nella terza parte si riportano le analisi condotte al fine di quantificare l'impatto economico dell'attività produttiva nelle aree montane. La stima del valore aggiunto della montagna, allo scopo di poterla confrontare con il reddito complessivo prodotto a livello nazionale, è stata condotta a partire dalla distribuzione del valore aggiunto diffusa dall'Istat a livello regionale e provinciale (l'ultimo anno disponibile è il 1999). Come descritto in seguito nel testo, sono stati utilizzati due metodi che hanno condotto ad una stima del valore aggiunto della montagna, sia secondo la regione di riferimento, sia per i principali settori di attività economica.

All'interno del testo si fa ampio riferimento alla metodologia statistica utilizzata per le analisi e per le stime.

1.3.1.1 Una nuova mappa della montagna oltre gli stereotipi e le aggregazioni indistinte

Le immagini di un territorio e di un aggregato socio-economico fortemente caratterizzato da alcuni elementi distintivi originali tendono, divenendo stereotipiche, ad assumere una persistenza che oscura la visibilità dei processi di trasformazione e in generale delle sue dinamiche evolutive. E' sicuramente il caso del territorio montano italiano, uniformemente considerato una sorta di "maledizione biblica" per i suoi residenti negli anni dell'emigrazione verso valle, dello spopolamento e della senilizzazione. Occorre infatti rimarcare che il territorio montano è stato considerato tale anche quando gli indicatori socio-economici, a partire da una trentina di anni fa, evidenziavano quanto meno una dicotomia tra la montagna marginale, localizzata soprattutto nelle aree appenniniche e la montagna affluente, beneficiaria dei flussi turistici verso le più rinomate località alpine.

Oggi, allorché anche tale modello dicotomico appare decisamente superato dalla realtà in essere, risulta difficile abbandonarlo adottando invece un'immagine di montagna a "macchia di leopardo" dove, fatti salvi gli effetti "normalizzatori" che legano le tante montagne ai destini dei distretti geografici di localizzazione, si evidenzia un'alternarsi di aree forti e di aree deboli.

Una montagna molto più difficile da descrivere e da interpretare come area "a sè stante", anche perchè gli attuali criteri di classificazione, conferendo ad un numero di comuni particolarmente elevato lo status di "comune montano" o "parzialmente montano", finiscono per individuare un

macroaggregato così ampio da appiattare molte delle differenze e specificità della montagna (tab.1).

Tab. 1 - Comuni, superficie, popolazione e addetti della montagna italiana (v.a. e val. %)

	Totalmente di montagna		Parzialmente di montagna		Non di montagna		Totale	
	(v.a.)	(val. %)	(v.a.)	(val. %)	(v.a.)	(val. %)	(v.a.)	(val. %)
Numero di comuni	3.545	43,8	654	8,1	3.901	48,2	8.100	100,0
Superficie (kmq)	147.219,20	48,9	39.192,64	13,0	114.917,20	38,1	301.329,04	100,0
- di montagna	147.219,20	48,9	16.443,99	5,1	-	-	163.663,19	54,3
- non di montagna	-	-	22.748,65	7,1	114.917,20	38,1	137.665,85	45,7
Popolazione	8.874.671	15,3	11.050.781	19,1	37.918.565	65,6	57.844.017	100,0
- di montagna	8.874.671	15,3	1.917.396	3,1	-	-	10.792.067	18,7
- non di montagna	-	-	9.133.385	15,8	37.918.565	65,6	47.051.950	81,3
Addetti	2.679.950	14,3	3.444.445	18,3	12.648.486	67,4	18.772.881	100,0
- di montagna	2.679.950	14,3	(n.d.)	(n.d.)	-	-	(n.d.)	(n.d.)
- non di montagna	-	-	(n.d.)	(n.d.)	12.648.486	67,4	(n.d.)	(n.d.)

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

Una montagna, dunque, così diversificata da costringere a rinunciare al fascino delle spiegazioni monocausali e onnicomprensive. Sicuramente l'isolamento culturale e la distanza dai modelli di consumo urbani sono per molte aree un lontano ricordo. Il livello di scolarizzazione è cresciuto e la cultura di massa contemporanea arriva ovunque grazie alla rinforzata possibilità di accedere alle informazioni. I beni di consumo di cui si dispone in montagna sono sostanzialmente gli stessi della pianura, le tradizionali attività agro-silvo-pastorali in alcune aree sono state sostituite dal terziario, in altre vengono riproposte con modalità nuove. Sicuramente sopravvivono aree caratterizzate in passato da intenso spopolamento e che presentano oggi marcati livelli di senilizzazione, per le quali qualsiasi forma di intervento volto al rilancio delle microeconomie si scontra con l'assenza di risorse umane. Alla stessa stregua esistono aree ai confini della marginalità economica per le quali solo politiche fiscali o di incentivo economico mirate a compensare lo svantaggio localizzativi possono impedire loro di confluire più o meno lentamente verso la tipologia,

che pure esiste, della montagna "svuotata".

Si vuole tuttavia segnalare che, nei grandi numeri – e la montagna oggi individuata dalle statistiche ufficiali è un grande numero – i fenomeni di rapido impoverimento hanno subito un sostanziale rallentamento. La stessa dinamica migratoria verso i centri urbani, se si escludono alcune aree della

montagna meridionale, ha rallentato fino a sparire o si è trasformata in pendolarismo. In alcuni casi, addirittura, si registrano fenomeni di ripopolamento.

D'altra parte anche la montagna ricca sta cambiando: basti pensare al fatto che la "monocultura" dello sci alpino tende ad essere sostituita, là dove prevalgono classi dirigenti locali avvedute, da modelli di *incoming* turistico più flessibili e orientati alla diversificazione dell'offerta.

Permane forse, come tratto distintivo, l'identificazione degli abitanti nel luogo di residenza e la dimensione comunitaria testimoniata dall'elevata specificità delle relazioni interpersonali. Questi elementi, tuttavia, lungi dal costituire un fattore di freno nei processi di sviluppo, costituiscono quelle che in molte realtà del Paese – vedi ad esempio i distretti industriali delle Marche – sono state descritte come le "determinanti sociali dei processi di sviluppo".

Emerge, nel complesso, la sensazione di una montagna italiana in rapida evoluzione che sfugge alle classificazioni semplici e che, soprattutto, necessita di un *software* interpretativo nuovo. Questo è vero oggi e sarà tanto più vero in futuro quando il processo di riconfigurazione dei poteri dal centro alla periferia troverà completo dispiegamento e i singoli territori assumeranno nuovi spazi di protagonismo basati su un uso efficiente delle risorse disponibili, su una corretta individuazione delle potenzialità e sulla definizione locale delle priorità.

Nei capitoli seguenti si cercherà, in un primo momento di focalizzare l'attenzione sulla capacità dei sistemi montani, nei diversi contesti regionali, di partecipare alla formazione del reddito del Paese, successivamente, di mettere a disposizione il *software* interpretativo di cui sopra, al fine di estrapolare dall'insieme indistinto delle statistiche ufficiali, le diverse tipologie di montagna con le loro caratteristiche peculiari.

1.3.1.2 Il "riallineamento" del valore aggiunto

Il termine montagna, nella sua ampia accezione oggi vigente, non può più dirsi in alcun modo sinonimo di svantaggio competitivo, nè configura di per sé un modello arretrato di sviluppo. I risultati della *cluster analysis* condotta su tutti i comuni italiani, a cui è dedicata una intera parte di questo rapporto di ricerca, consentono di descrivere territori la cui evoluzione socioeconomica

prescinde ampiamente dal loro carattere morfologico configurandosi quest'ultimo ora come risorsa, ora come handicap, ma mai come un reale discrimine rispetto alla capacità delle aree di partecipare alla determinazione del reddito nazionale. *Si può dunque sostenere con certezza che le differenti tipologie e livelli di sviluppo delle aree montane sono legati alla collocazione all'interno delle tradizionali aree geografiche (Nord Centro e Sud) molto più che al carattere di "montanità" che viene loro ufficialmente assegnato. Offre ampio sostegno a questa affermazione il dato relativo alla stima del valore aggiunto prodotto nell'insieme del territorio montano è di per sé indicativo di quanto sostenuto. Parliamo infatti di quasi 165 miliardi di Euro, ossia del 16,1% del valore aggiunto nazionale (tab.2.).* Se si considera che tale risultato viene raggiunto con una popolazione

corrispondente al 18,7% degli abitanti del Paese appare subito evidente che la montagna contribuisce alla produzione del reddito nazionale in misura solo lievemente inferiore alla media dell'intero territorio. Quello che assume invece rilevanza per la sua specificità è il fatto che tale risultato si realizza su un totale di 4.199 comuni con una superficie complessiva pari al 56,4% del Paese (tab. 3).

Si può dunque sostenere che la capacità complessiva dei sistemi montani di generare valore è simile alla media italiana se rapportato alla popolazione residente, e di meno di un terzo se

rapportata al territorio disponibile. D'altra parte quest'ultimo dato non può essere oggetto di interpretazione

alcuna in considerazione della frequente "indisponibilità" del territorio montano per usi produttivi, sia che ciò sia riconducibile alle caratteristiche fisiche di accessibilità, sia che si voglia adottare un'interpretazione "ambientale" con riferimento alle esigenze di salvaguardia di aree di elevato pregio o di intrinseca fragilità.

A sostegno di quanto si sostiene, nella tabella 2 si riportano i redditi procapite regionali montani e totali evidenziando una differenza media su base nazionale di soli 2.500 euro con scarti tra le intere regioni e i loro territori montani significativamente superiori alla media solamente per il Lazio e la Lombardia, non a caso le regioni dove si trovano le due principali metropoli italiane.

Tab. 2 - Stima del valore aggiunto dei comuni montani per regione, anno 1999 (*)

	Valore aggiunto montagna (milioni di euro)	Quota regionale del totale valore aggiunto montagna (val. %)	Quota valore aggiunto montagna sul totale regionale (val. %)	Valore aggiunto pro-capite totale (a) (migliaia di euro)	Valore aggiunto pro-capite montagna (b) (migliaia di euro)	Differenza (a)-(b) (migliaia di euro)
Valle d'Aosta	2.670	1,62	100,0	22,184	22,184	0,0
Piemonte	11.543	7,00	13,0	20,747	17,437	3,3
Lombardia	21.804	13,23	10,3	23,365	17,877	5,5
Liguria	5.634	3,42	18,5	18,738	16,408	2,3
Trentino Alto Adige	21.759	13,20	100,0	23,240	23,240	0,0
Veneto	8.005	4,86	8,5	20,793	19,827	1,0
Friuli Venezia Giulia	3.241	1,97	13,7	19,932	18,451	1,5
Emilia Romagna	6.772	4,11	7,5	22,552	19,006	3,5
Toscana	8.305	5,04	12,0	19,492	16,134	3,4
Marche	5.098	3,09	19,5	17,897	16,636	1,3
Umbria	9.175	5,57	63,0	17,428	17,371	0,1
Lazio	10.172	6,17	9,7	19,978	13,878	6,1
Abruzzo	6.525	3,96	35,1	14,527	13,421	1,1
Molise	2.939	1,78	64,7	13,843	12,513	1,3
Campania	8.541	5,18	13,0	11,339	11,379	0,0
Puglia	3.832	2,32	8,1	11,566	10,783	0,8
Basilicata	5.053	3,07	64,9	12,847	12,496	0,4
Calabria	6.789	4,12	30,7	10,783	8,952	1,8
Sicilia	6.850	4,16	11,8	11,408	10,278	1,1
Sardegna	10.117	6,14	45,2	13,543	12,080	1,5
Italia	164.823	100,00	16,1	17,762	15,271	2,5

(*) Ultimi dati disponibili

Fonte: stime Censis, 2002

Tab. 3 - Incidenza della montagna in termini di comuni, superficie, popolazione, addetti e valore aggiunto (val. %)

	Comuni montagna	Superficie montagna	Popolazione residente montagna	Addetti Agricoltura montagna	Addetti Industria montagna	Addetti Servizi montagna	Valore aggiunto montagna
Valle d'Aosta	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Piemonte	43,9	51,8	15,4	20,1	15,4	12,8	13,0
Lombardia	35,1	43,3	13,4	15,8	13,4	10,8	10,3
Liguria	79,6	81,5	21,2	52,5	31,8	15,9	18,5
Trentino Alto Adige	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Veneto	27,2	32,0	8,9	5,3	9,8	8,2	8,5
Friuli Venezia Giulia	47,9	56,9	14,8	12,7	14,5	13,8	13,7
Emilia Romagna	36,4	38,5	8,9	14,1	8,1	6,8	7,5
Toscana	54,7	47,3	14,5	23,7	13,3	11,9	12,0
Marche	50,4	59,0	20,9	29,1	22,3	18,3	19,5
Umbria	98,9	86,2	63,2	73,1	67,0	61,5	63,0
Lazio	63,7	44,2	13,9	18,6	12,3	9,9	9,7
Abruzzo	74,4	76,4	37,8	30,3	32,3	36,1	35,1
Molise	90,4	78,7	71,4	68,2	54,1	67,3	64,7
Campania	54,1	56,0	12,9	31,6	15,1	14,0	13,0
Puglia	23,6	24,8	8,7	10,6	9,6	7,5	8,1
Basilicata	87,8	71,3	66,6	55,2	70,5	65,5	64,9
Calabria	69,9	65,8	36,8	44,2	34,2	29,5	30,7
Sicilia	47,4	36,7	13,0	18,8	13,2	12,7	11,8
Sardegna	62,1	74,5	50,8	52,1	49,3	43,8	45,2
Italia	51,9	54,3	18,7	26,6	17,7	16,7	16,1

Fonte: Censis, 2002

Queste considerazioni inducono una ulteriore riflessione a proposito dell'ammontare relativo del valore aggiunto prodotto in montagna: il peso di quest'ultimo, se si escludono dall'analisi gli 11 comuni con più di 250.000 abitanti, cresce fino al 20,2%.

Nell'analisi regionale pochi elementi possono essere tratti dal confronto tra il valore aggiunto totale e quello relativo ai soli territori montani, essendo questi una quota parte del totale che varia dal 100% di Valle d'Aosta e Trentino Alto Adige al 7,5% della Puglia. Ancora una volta risulta tuttavia interessante l'analisi del valore aggiunto pro-capite a livello regionale, che evidenzia la persistenza, anche per i territori montani, del tradizionale dualismo economico che caratterizza il Paese: tutte le regioni del Mezzogiorno presentano valori inferiori a quelli registrati nel Centro-Nord. Solo a titolo di esempio si può fare riferimento al fatto che il valore aggiunto pro capite assume il minimo in Calabria (con 8.950 euro per abitante all'anno) e il massimo in Trentino Alto Adige (23.240 euro). Inoltre, nel Nord si riscontra una differenza significativa tra le regioni del Nord Ovest e quelle del Nord Est, con queste ultime che presentano un valore aggiunto della montagna pro-capite sistematicamente superiore rispetto alle prime.

In sintesi, si può dunque affermare che, al netto dei centri maggiori, la montagna produce circa 1/5 del reddito nazionale e che il reddito pro-capite dei comuni montani, calcolato su base regionale è

sostanzialmente assimilabile a quello delle medie regionali, con alcune eccezioni che riguardano essenzialmente il Lazio e la Lombardia.

Anche spostando l'analisi sul fronte dei settori produttivi, risulta difficile individuare elementi di spiccata specializzazione per le aree montane. Nei comuni di montagna il contributo di agricoltura, industria e servizi alla formazione del reddito è rispettivamente del 4,4%, 29,0% e 66,6%. Nei comuni non montani la distribuzione è la seguente: agricoltura 2,7%, industria 28,0%, servizi 69,2%. Focalizzando lo sguardo sulle singole regioni si ottiene conferma, nei comuni montani, delle specializzazioni produttive delle diverse aree geografiche del Paese, con un Mezzogiorno dove è percentualmente più elevato il valore prodotto in agricoltura (9,3% in Calabria, 9,0% in Puglia, 7,4% in Campania, 6,9% in Sicilia) e un Nord maggiormente vocato per le produzioni industriali (40,5% in Veneto, 39,6% in Lombardia, 38,2% in Piemonte).

1.3.1.3 La ricerca dei tratti distintivi della montagna

Se più della metà dei comuni italiani sono montani, non è facile individuare e descrivere i loro tratti caratteristici e distintivi al di là del reddito di cui si è già ampiamente parlato. Alcuni elementi di riflessione possono essere tratti dalle statistiche ufficiali la dove ci presentano alcuni semplici dati di scenario che consentono di affermare che:

- i comuni montani risultano di dimensione demografica significativamente inferiore a quelli non montani; mediamente i comuni totalmente di montagna presentano al Censimento del 2001 una popolazione residente di 2.503 abitanti, rispetto ad una media di 9.720 residenti per i comuni non di montagna;
- la dinamica della popolazione nel corso del triennio 1998-2000 appare superiore per i comuni non montani, che presentano mediamente una crescita del +1,0% rispetto al -0,5% di quelli di montagna;
- significativamente maggiore risulta l'invecchiamento della popolazione tra i comuni di montagna; l'indice di vecchiaia¹ risulta infatti 2,35 rispetto a 1,62 dei comuni non montani;
- l'indice di attrattività, dato dal rapporto tra gli addetti e la popolazione residente, evidenzia valori mediamente superiori nei comuni non montani (0,31 rispetto a 0,26);
- i comuni di montagna presentano mediamente una quota di piccole imprese non diversa da quelli non montani: le unità locali con meno di 20 addetti rappresentano mediamente il 90,9% del totale delle imprese nei comuni montani e il 91,9% nei comuni non montani; la quota di grandi imprese nei comuni montani risulta invece significativamente inferiore rispetto a quella degli altri comuni (incidendo per lo 0,5% rispetto allo 0,9%);
- la montagna presenta una minore importanza relativa delle imprese industriali (con il 30,5% degli addetti contro il 40,3%) e nei servizi (25,7% rispetto a 30,8%);
- significativamente superiore è il numero di giornate di presenze turistiche nei comuni di montagna, pari a 12,6 per ogni abitante rispetto alle 3,3 che si registrano mediamente nei comuni non montani.

Metodologie di statistica multivariata utilizzate ad hoc per questo studio con ricorso ad un ampio set di variabili, hanno consentito di approfondire l'analisi raggruppando gli 8.100 comuni italiani in 10 specifici *cluster* all'interno dei quali sono state individuate:

- tipologie composte da comuni soprattutto non montani, a testimonianza di processi e dinamiche specifiche dei comuni differenti da quelli montani;
- tipologie di comuni soprattutto di montagna, a testimonianza di situazioni peculiari di marginalità, o di specializzazioni, tipicamente legate al "fattore montagna";
- tipologie miste, a conferma della presenza di modelli di sviluppo che prescindono dalla circostanza altimetrica.

Più in particolare, l'analisi della tabella 4 e della figura 1, dove si riportano i risultati delle elaborazioni effettuate, consente di definire gruppi di comuni così caratterizzati:

- due grandi gruppi misti, ossia comprendenti sia comuni di montagna sia non di montagna, che possono essere interpretati come:
 - *il gruppo misto della marginalità economica e del ritardo nello sviluppo*, che comprende 2.666 comuni, pari al 32,9% del totale dei comuni italiani (gruppo 5);
 - *il gruppo trasversale dei piccoli centri rurali e involutivi*, con 1.246 comuni, corrispondente al 15,4% del totale (gruppo 4).

Nel primo caso, l'unico indicatore di segno positivo che caratterizza il gruppo 5 riguarda la quota degli addetti nelle attività commerciali che mostrano d'altra parte una densità per abitante molto al di sotto della media generale. I centri appartenenti a questo *cluster* sono per lo più ubicati nel meridione e nelle isole (64%). I piccoli comuni rurali con una dinamica involutiva sono invece connotati da una discreta incidenza in termini di addetti delle attività artigianali, dell'agricoltura e dell'industria delle costruzioni. Inoltre, la struttura per età degli attivi evidenzia uno squilibrio a favore delle classi meno giovani. Il 54% del gruppo è costituito da comuni del Nord Ovest e per l'87% con una popolazione residente inferiore alle 3.000 unità.

- Cinque tipologie comunali composte prettamente da *comuni di montagna* che risultano composte da:
 - *centri di eccellenza turistica* (gruppo 8) e *centri di montagna a forte sviluppo turistico* (gruppo 9); tali gruppi comprendono, rispettivamente, 40 e 231 comuni (complessivamente il 3,3% dei comuni italiani e l'1% della popolazione);
 - *centri di montagna mediani*, pari a 457 comuni, il 5,6% del totale con l'1,5% della popolazione (gruppo 10);
 - *i piccoli centri di montagna, con dinamica nel terziario tradizionale* (gruppo 3, con 518 comuni, il 6,4% del totale dei comuni italiani e il 2,2% della popolazione);
 - *il gruppo dell'agricoltura della montagna* (gruppo 1) è composto per il 73% da comuni prevalentemente montani con l'1,2% della popolazione.

Le due tipologie comunali connesse con il turismo mostrano valori molto al di sopra delle medie nazionali in corrispondenza agli indicatori che descrivono la densità e il peso delle attività ricettive

e di ristorazione e le giornate di presenza turistica. Per l'elevata dotazione di infrastrutture turistiche, tali comuni sono in grado di esercitare un ruolo di polo attrattivo, come testimoniato dal rapporto tra addetti e residenti. Inoltre, il reddito disponibile pro-capite è superiore alla media generale. I due gruppi 8 e 9 si differenziano soprattutto per l'intensità con cui si manifestano i caratteri appena descritti. I comuni, tutti di taglia demografica piccola o medio - piccola sono per lo più ubicati nell'Italia Settentrionale. I centri mediani di montagna, invece, evidenziano attività

connesse con i servizi di trasporto e le costruzioni; per quasi il 50% il gruppo è composto da comuni del Nord Ovest e per circa il 70% hanno meno di 2.000 residenti. Il gruppo 3 presenta valori decisamente superiori alla media nazionale nei tassi di variazione delle unità locali e di quelle commerciali in particolare. Le attività prevalenti sono legate alle costruzioni e al terziario. Tra i *cluster* composti esclusivamente da centri montani, questo mostra la più alta incidenza di comuni dell'Italia Meridionale (52%). Il gruppo dell'agricoltura di montagna presenta, accanto al peso dell'agricoltura, valori leggermente più elevati delle medie generali negli indicatori relativi al turismo, alla struttura per età degli attivi e al reddito disponibile. Per la maggior parte collocati nel Nord d'Italia (65%), tali centri hanno una taglia demografica piccola (il 71% dei 241 comuni del cluster hanno una popolazione inferiore alle 2.000 unità);

- infine, le tre tipologie di comuni soprattutto *non di montagna* possono essere descritte come:

- *i maggiori centri urbani e le aree mature* (gruppo 2, con 837 comuni, il 10,3% dei comuni italiani e il 35,5% della popolazione);

- *i poli industriali*, formati da 234 comuni corrispondenti al 2,9% del totale con l'1,5% della popolazione (gruppo 6);

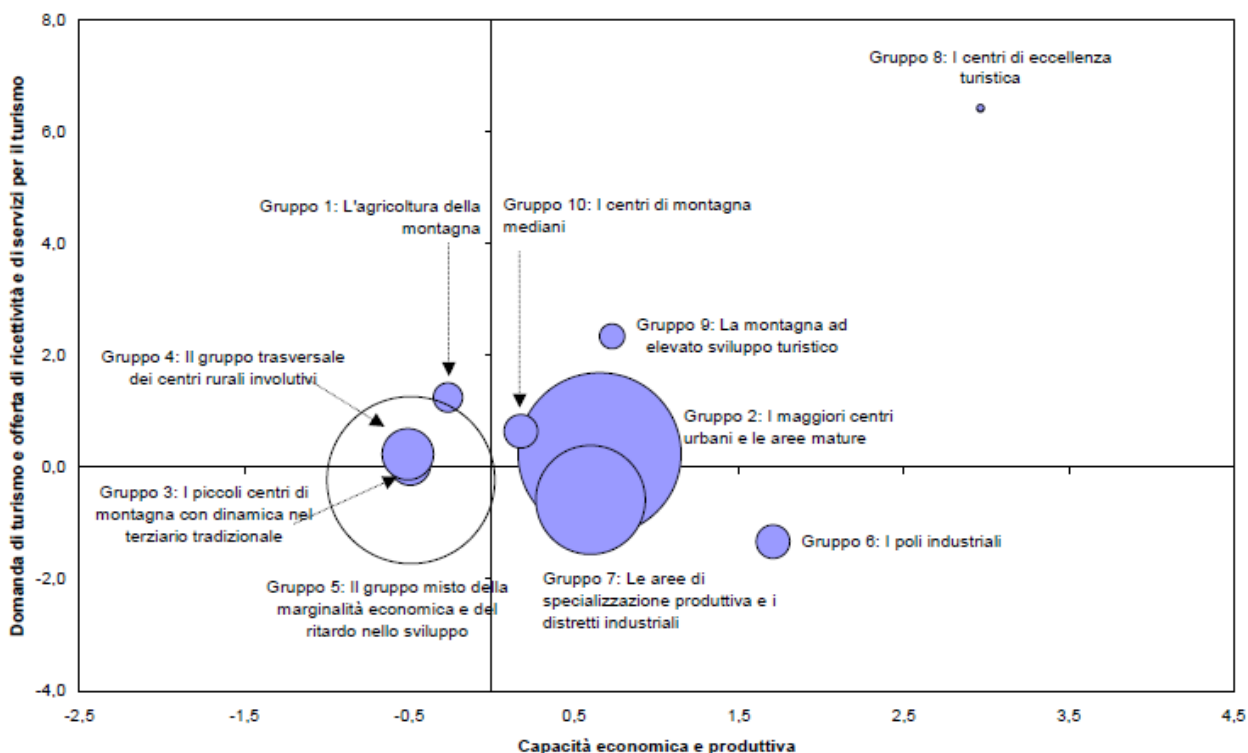
- *le aree di specializzazione produttiva e i distretti industriali*, con 1.630 comuni, il 20,1% del totale con il 16,0% della popolazione complessiva (gruppo 7).

I maggiori centri urbani e le aree mature sono contraddistinti dall'elevato reddito disponibile pro-capite, dalla densità delle attività economiche legate al terziario, dalle dimensioni in termini di addetti di tali attività. Hanno inoltre un rapporto tra addetti e residenti molto superiore alla media così come il rapporto tra le classi mature e quelle più giovani nella popolazione in età attiva. In termini di distribuzione geografica, quasi il 92% dei comuni sono collocati nel Centro Nord e raccolgono il 55% dei centri con più di 40mila abitanti. La specializzazione industriale del sesto gruppo appare evidente nei valori raggiunti dagli indicatori relativi alla quota di addetti del settore, ai consumi di energia elettrica per usi industriali e alle dimensioni delle unità locali. Sono inoltre composti prevalentemente da comuni dell'Italia Settentrionale di taglia medio - piccola e media (tra i 1.000 e i 5.000 residenti). La tipologia descritta come quella delle aree di specializzazione produttiva e dei distretti industriali presenta connotazioni simili al gruppo precedente, ma con i valori degli indicatori decisamente più elevati. Il 94% delle unità appartenenti a tale insieme è localizzato nel Centro Nord e sono di dimensioni demografiche medie.

Tab. 4 - Comuni italiani e popolazione secondo il gruppo tipologico (v.a. e val. %)

Cluster	Comuni				Popolazione			
	Total- mente montani	Parzial- mente montani	Non montani	Totale				
	(v.a.)	(v.a.)	(v.a.)	(v.a.)	(val. %)	(v.a.)	(val. %)	(media)
1 L'agricoltura della montagna	175	9	57	241	3,0	675.478	1,2	2.803
2 I maggiori centri urbani e le aree mature	206	70	561	837	10,3	20.555.228	35,5	24.558
3 I piccoli centri di montagna con dinamica nel terziario tradizionale	506	-	12	518	6,4	1.273.220	2,2	2.458
4 Il gruppo trasversale dei centri rurali involutivi	472	84	690	1.246	15,4	2.072.763	3,6	1.663
5 Il gruppo misto della marginalità economica e del ritardo nello sviluppo	1.354	331	981	2.666	32,9	21.711.114	37,5	8.144
6 I poli industriali	79	18	137	234	2,9	882.954	1,5	3.773
7 Le aree di specializzazione produttiva e i distretti industriali	25	142	1.463	1.630	20,1	9.259.922	16,0	5.681
8 I centri di eccellenza turistica	40	-	-	40	0,5	49.128	0,1	1.228
9 La montagna ad elevato sviluppo turistico	231	-	-	231	2,9	491.894	0,9	2.129
10 I centri di montagna mediani	457	-	-	457	5,6	872.316	1,5	1.909
Totale	3.545	654	3.901	8.100	100,0	57.844.017	100,0	7.141

Fonte: Censis, 2002

Fig. 1- La collocazione della montagna all'interno dei gruppi tipologici dei comuni italiani (*)


(*) L'ampiezza delle "bolle" è riferita alla quantità di popolazione di ciascun gruppo.

Fonte: Censis, 2002

In sintesi, sembra possibile affermare che quella parte di montagna che possiamo dire “ben distinta” dal resto del Paese, o è “ricca e turistica” e raccoglie il 3,4% dei comuni italiani e l’1% della popolazione, oppure è “mediana” (457 comuni) e composta da piccoli centri ad elevato tasso di attività nel terziario tradizionale (506 comuni). Si tratta, nel complesso dei tre gruppi, di circa 3 milioni di abitanti.

Manca da questo computo la montagna povera, senilizzata e senza prospettive delle vallate alpine depresse e dell’Appennino centro meridionale, che pure esiste ma che rientra in gruppi tipologici

indistintamente deboli. Si tratta di territori elevati che sicuramente beneficiano oggi di misure di sostegno al pari di aree con analoghe condizioni socio-economiche. Sono però interventi generici, basati sui concetti di marginalità economica e geografica (il Mezzogiorno dell’Obiettivo 1) o al massimo di ruralità (le aree Leader o Obiettivo 2).

In buona sostanza, gli assi di intervento tradizionali dell’Unione Europea, non hanno previsto, fino a questo momento, misure rivolte alla specificità dei territori montani. Questo, associato alle difficoltà di attuazione di cui ha sofferto la legge nazionale per la montagna risalente al ’94, conduce a denunciare un deficit di sostegno mirato sulla montagna e sui suoi problemi, che non sono mai generici, ma sempre fortemente caratterizzati. Si pensi, solo a titolo di esempio, alla difficoltà di erogare servizi di base (scolastici, di trasporto, di assistenza sanitaria, di raccolta rifiuti) su territori articolati e per popolazioni fortemente distribuite in piccoli nuclei e case sparse. Si pensi, ancora, alla necessità di mantenere quel minimo di residenzialità necessario per il funzionamento delle micro-economie locali, o piuttosto, come corollario, alla crisi di quelle professioni tipicamente montane, dalla cura degli alpeggi, alla regimazione idraulica, agli interventi forestali, fondamentali anche sotto il profilo della manutenzione del territorio.

La montagna debole, la montagna “in bilico”, ha bisogno innanzitutto di riconoscimento. Servono indicatori complessi che individuino quei territori portatori di bisogni speciali piuttosto che di generica assistenza. E all’individuazione devono seguire i programmi di intervento che non possono più avere natura generica. In questo senso alcuni segnali provenienti da Bruxelles finalizzati a definire i contorni della montagna europea, vanno nella giusta direzione.

1.3.1.4 La sussistenza di identità forti ad incidenza ridotta

“Tanta montagna”, dunque, sicuramente in grado di contribuire, nel suo complesso, alla formazione del reddito del Paese con *performance* non dissimili dalla restante parte del territorio, ma forse “troppa montagna” per far emergere le differenze che pure ci sono all’interno di un aggregato così ampio.

Per colmare questa lacuna è stata “fatta girare” una ulteriore *cluster analysis*, questa volta limitata ai comuni montani e parzialmente montani, che ha consentito di ripartire i comuni in base a tipologie omogenee. Ne emerge un quadro caratterizzato da 6 gruppi tipologici distinti (tabella 5 e figura 2 e 3):

- la “montagna come risorsa”, che presenta valori decisamente superiori alla media generale in corrispondenza degli indicatori relativi al turismo (addetti negli alberghi e nei ristoranti, posti letto delle strutture ricettive, giornate di presenza turistica, seconde case ad uso vacanza). A tali caratteri si aggiungono le elevate densità di operatori economici e di unità locali del commercio, e

l'alto livello del reddito disponibile. Dei 177 centri che compongono questo cluster, l'80% è localizzato nell'Italia settentrionale, in particolare lungo l'arco alpino, con una taglia demografica entro i 3.000 abitanti. Questo gruppo, con meno del 3% della popolazione contribuisce al 4,5% del Pil della montagna e presenta il più alto livello pro-capite (23,5 migliaia di euro);

- la "montagna dell'invecchiamento e del declino demografico", dove gli indicatori più significativi e al di sopra delle medie riguardano l'incidenza delle abitazioni non occupate, l'indice di vecchiaia, l'indice di dipendenza, la struttura della popolazione in età attiva, i tassi medi di mortalità e di cancellazioni anagrafiche. Questi caratteri sono confermati dall'esame delle variabili che si presentano molto inferiori alla media, come il rapporto tra residenti e abitazioni occupate e il numero di componenti per famiglia. Elevata appare la quota di contribuenti nella fascia medio - bassa di reddito imponibile. La distribuzione per ripartizione geografica evidenzia come questa caratterizzazione sia maggiormente concentrata nel Nord Ovest (47% dei centri) e nel Meridione (26%), e come sia composta per il 76% da comuni fino a 1.000 abitanti. Il contributo alla formazione del Pil raggiunge in questo caso il 3,6%, con un valore pro-capite pari a 13,2 migliaia di euro, inferiore di circa duemila euro al valore medio. Le attività associative e gli operatori culturali sono inferiori alle rispettive medie degli indici di dotazione;

- la "montagna marginale", che concentra il maggior numero di comuni (1.343) e dove sono decisamente elevati gli indicatori relativi alla quota di contribuenti della fascia bassa e medio - bassa di reddito imponibile, al numero di residenti per abitazione occupata e ai componenti per famiglia, ai valori minimi dei livelli pro-capite di reddito (poco più di 10.000 euro). L'esame evidenzia anche come la struttura per età prevalente sia sbilanciata verso le classi più giovani. Tale carattere si spiega con il fatto che questo gruppo è costituito per l'88% da comuni del Mezzogiorno. In termini di dimensioni demografiche, va segnalato che i comuni più grandi sono tutti parzialmente montani, mentre i più piccoli sono ubicati nelle zone interne. Con il 34% della popolazione residente, il contributo alla formazione del Pil della montagna non va oltre il 22,6%;

- la "montagna urbana e industriale", che è costituita per quasi un quarto da comuni parzialmente montani. Tale tipologia è contraddistinta da valori molto superiori alla media negli indicatori relativi alla struttura industriale (incidenza dei consumi elettrici per usi industriali, addetti nell'industria, dimensioni medie delle unità locali), e rispetto al ruolo di centri attrattori (rapporto tra addetti e residenti, densità di operatori economici per abitante). Accanto a tali caratteri, emergono poi le misure relative alle condizioni socio-economiche della popolazione: il reddito pro-capite, il peso dei contribuenti nelle fasce medio - alte e alte di imponibile, il parco veicoli circolante. A questo gruppo appartengono i comuni di dimensioni maggiori, localizzati prevalentemente nel Centro-Nord del Paese (85%), ma anche la maggior parte dei centri fortemente industrializzati e inclusi in alcuni dei più importanti distretti manifatturieri. Per le connotazioni appena descritte, il contributo alla formazione del Pil della montagna da parte di questo cluster è pari al 50,5%, con un livello pro-capite pari a 20,5 migliaia di euro. Tutti i capoluoghi regionali e provinciali presenti tra i centri classificati come montani rientrano in tale modello, ad eccezione di Reggio Calabria;

- la "montagna dei comuni periurbani", un gruppo composto per l'80% da centri con meno di 3.000 abitanti, in cui il livello pro-capite del reddito imponibile è molto superiore alla media, così come l'incidenza dei contribuenti nella fascia medio - alta ed alta. Per quanto concerne la struttura produttiva, questo raggruppamento evidenzia solo un'elevata quota di addetti artigiani. Si tratta di unità territoriali con elevate dinamiche demografiche di segno positivo indotte anche dai tassi di natalità dell'ultimo triennio, pur con una struttura per età della popolazione attiva che vede

prevalere ancora le classi più mature. Probabilmente si può supporre che in tale insieme siano concentrati i comuni in cui la popolazione aumenta per la disponibilità di alloggi, dal momento che la quota di abitazioni non occupate è sopra la media mentre il rapporto tra addetti e residenti è fortemente negativo. La distribuzione geografica d'altronde mostra come buona parte di tali centri sia ubicata a ridosso delle aree metropolitane in particolare del Centro-Nord, dove è localizzato il 94% di essi. Questa tipologia rappresenta il 15,6% del Pil della montagna e il 18,2% della popolazione, per cui il livello pro-capite è sensibilmente inferiore alla media (13,1 migliaia di euro);

- la "montagna dei piccoli centri rurali", che presenta i valori massimi in corrispondenza agli addetti in agricoltura espressi sia come quota, sia in rapporto agli abitanti. L'80% circa di tali centri registra una popolazione residente inferiore alle 2.000 unità. Poco superiori alla media dei comuni montani sono l'incidenza dei contribuenti nella fascia medio - bassa e il livello del reddito disponibile. Gli indici demografici calcolati rispetto all'età evidenziano il prevalere delle classi mature ed anziane.

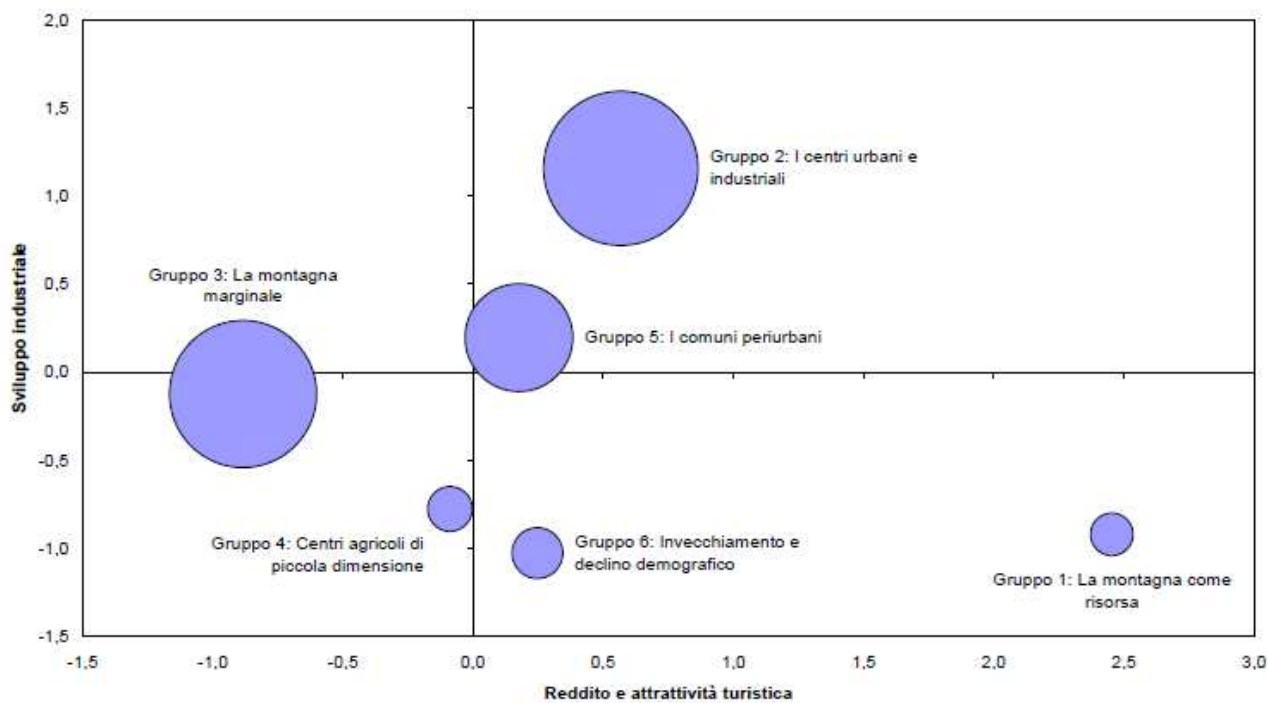
Anche questo gruppo è ubicato in prevalenza nel Nord d'Italia (78%) e presenta una dotazione di strutture sanitarie e assistenziali in media con l'insieme dei comuni montani, mentre inferiori alla stessa sono gli operatori dell'associazionismo e delle attività culturali. Il 3,2% del Pil della montagna proviene da questo insieme, mentre il valore pro-capite si attesta sulla media con 15,4 migliaia di euro. In sintesi, si può descrivere l'immagine di una montagna caratterizzata da due universi contrapposti: ricco e turistico l'uno, senilizzato e spopolato l'altro. Mentre si rappresenta un vuoto stereotipo quando la si utilizza per descrivere la montagna in senso ampio, trova invece perfetta corrispondenza nei primi due gruppi tipologici individuati. A ben vedere si tratta di realtà circoscritte. Parliamo infatti di 177 comuni e poco più di 300.000 abitanti, nel primo caso, e di 556 comuni e circa 450.000 abitanti, nel secondo caso. La restante parte dei comuni montani riproduce in buona sostanza le caratteristiche socio-economiche delle diverse circoscrizioni territoriali del Paese. Il livello di segmentazione che emerge da questa lettura dei dati potrà sicuramente fornire elementi di riflessione ai soggetti politici ed istituzionali chiamati a ripensare le politiche per la montagna.

Tab. 5 – Le caratteristiche delle diverse tipologie di comuni montani

Gruppi	Numero Comuni	Popolazione		Valore aggiunto		Valore aggiunto pro-capite
		(v.a.)	(val. %)	(milioni di euro)	(val. %)	(migliaia di euro)
1: La montagna come risorsa	177	312.026	2,9	7.331	4,4	23,5
2: I centri urbani e industriali	825	4.054.885	37,6	83.302	50,5	20,5
3: La montagna marginale	1.343	3.667.578	34,0	37.261	22,6	10,2
4: I centri agricoli di piccola dimensione	312	342.279	3,2	5.278	3,2	15,4
5: I comuni periurbani	986	1.968.257	18,2	25.785	15,6	13,1
6: Invecchiamento e declino demografico	556	444.906	4,1	5.873	3,6	13,2
Totale	4.199	10.789.930	100,0	164.831	100,0	15,3

Fonte: Censis, 2002.

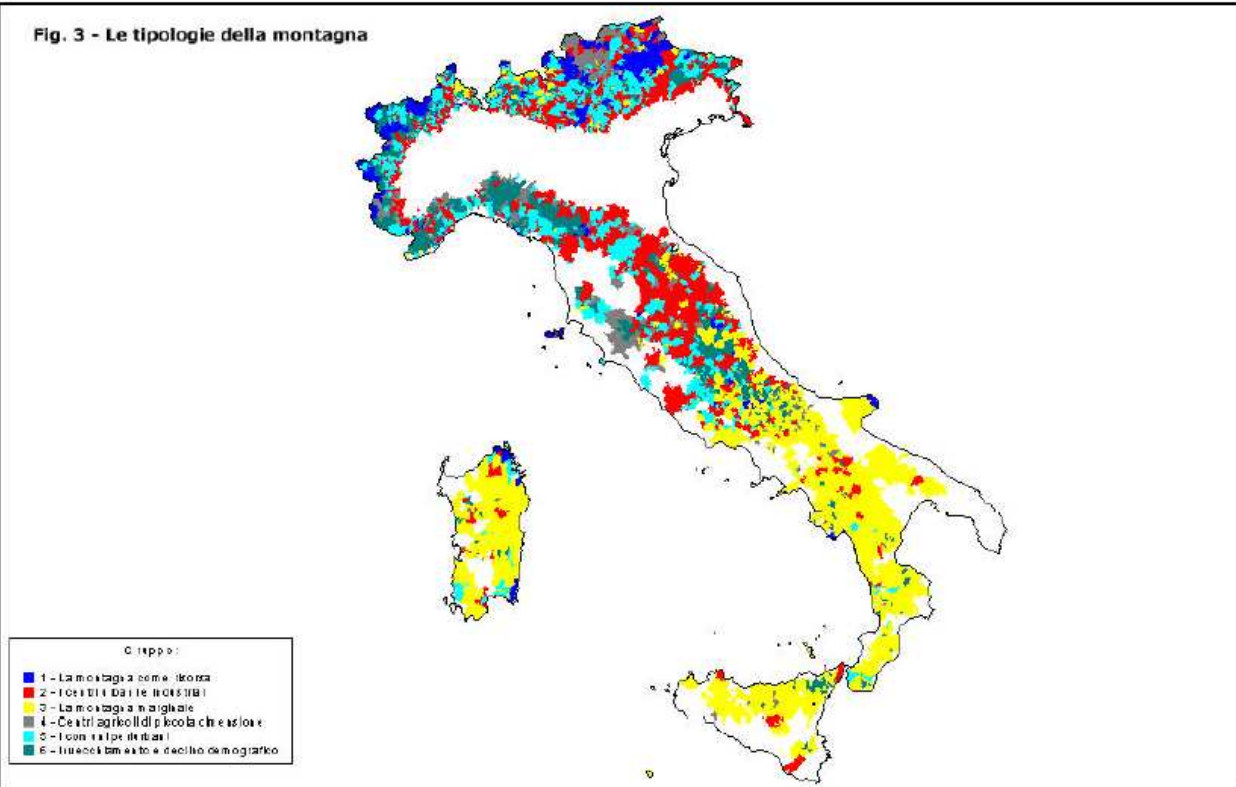
Fig. 2 - Le tipologie di comuni montani secondo le principali dimensioni dello sviluppo (*)



(*) L'ampiezza delle "bolle" è riferita alla quantità di popolazione di ciascun gruppo.

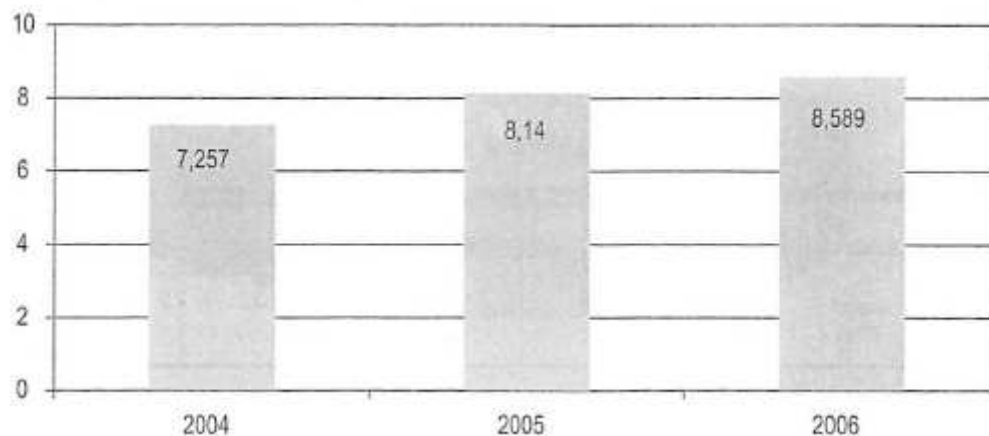
Fonte: Censis, 2002

Fig. 3 - Le tipologie della montagna

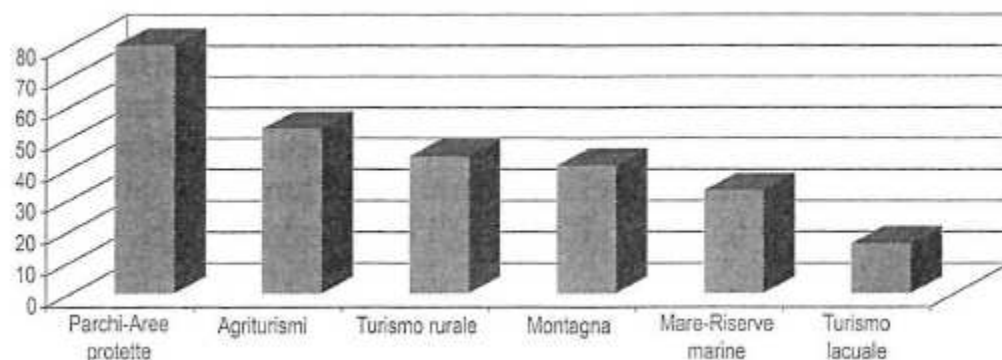


1.3.2 L'eco-turismo

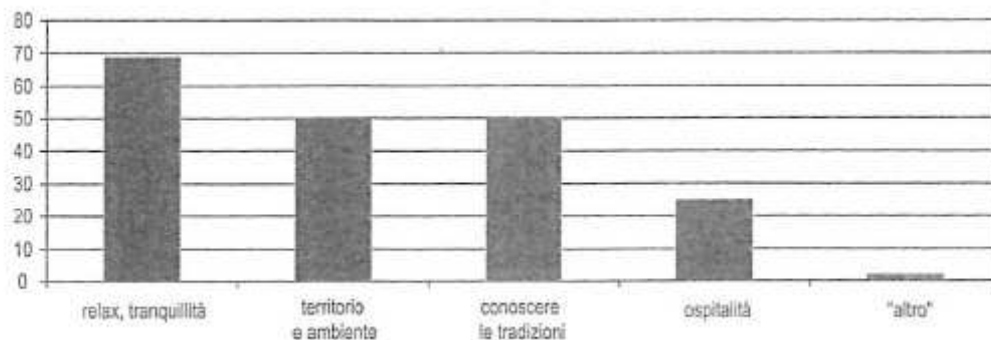
I dati di seguito provengono dal Rapporto Ecotur sul Turismo Natura, a cura dell'Osservatorio Permanente sul Turismo Natura (ed. Il Sole 24ore, 2007).



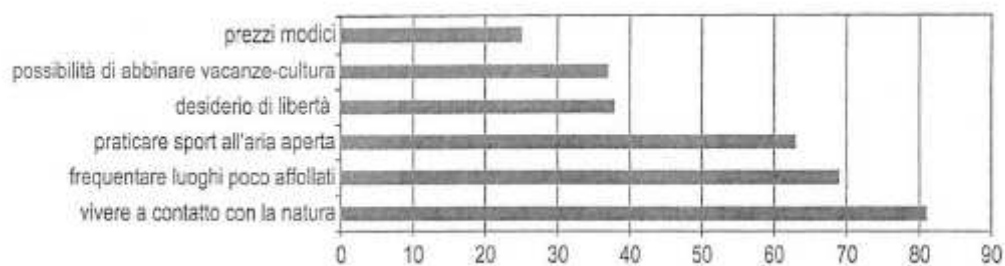
Il fatturato dell'eco-turismo in mld di euro



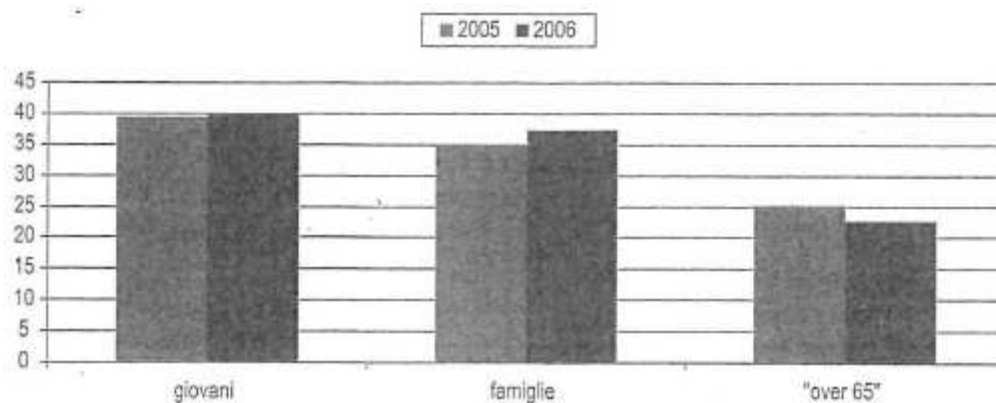
I segmenti più importanti dell'eco-turismo



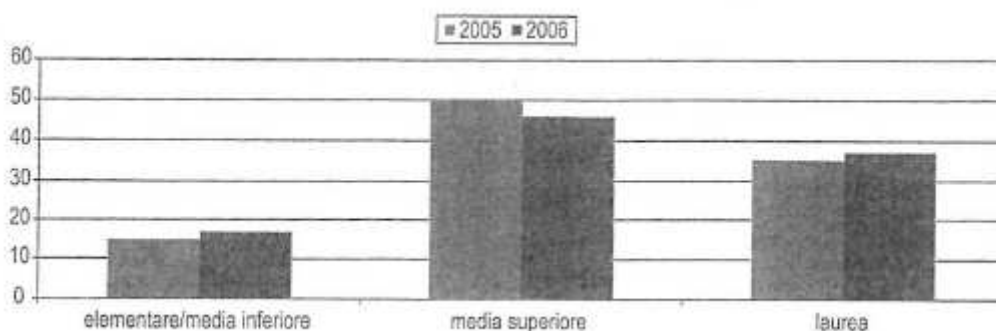
Motivazioni per intraprendere una vacanza eco-turistica



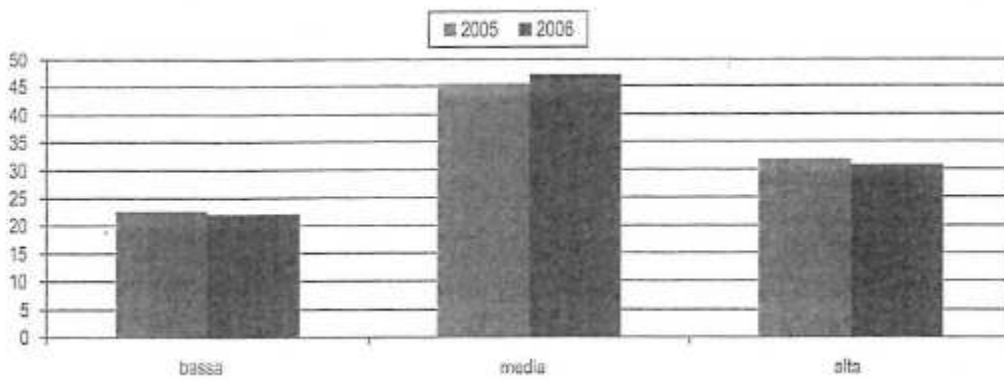
Aspettative di coloro che scelgono l'eco-turismo



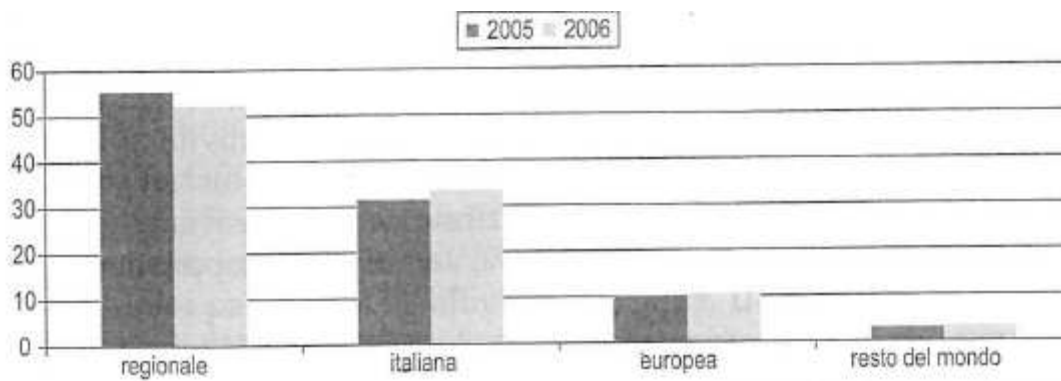
Le tipologie di eco-turisti



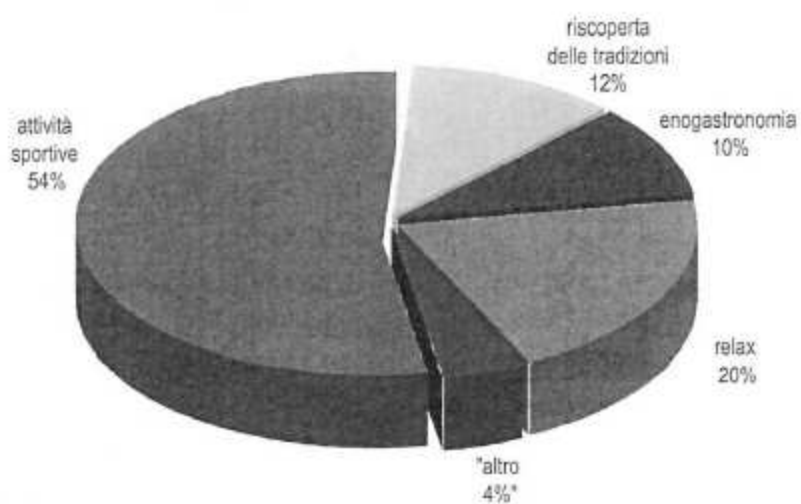
Distribuzione percentuale dei visitatori di aree protette per titolo di studio



Capacità di spesa degli eco-turisti

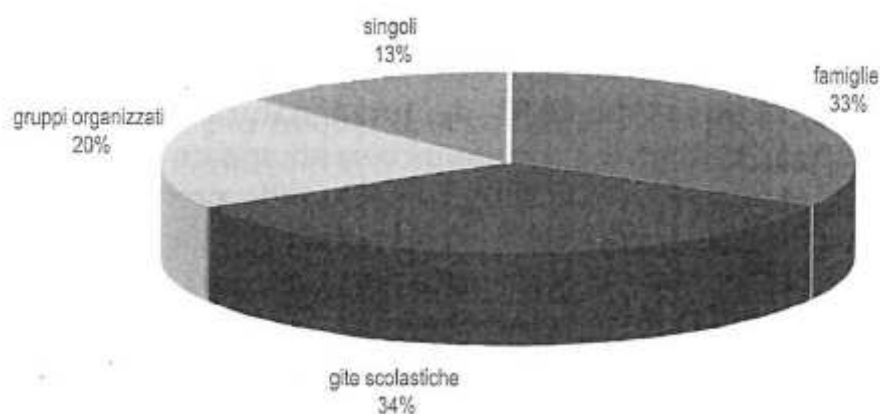


La provenienza degli eco-turisti

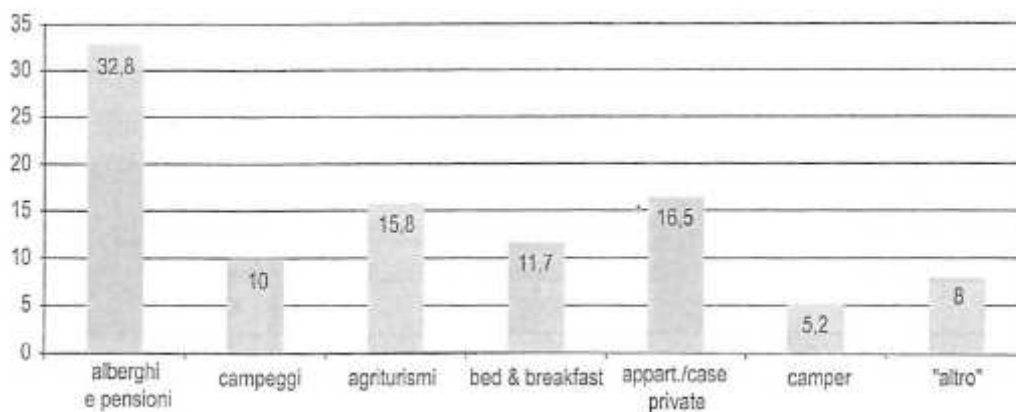


Le attività preferite dagli eco-turisti

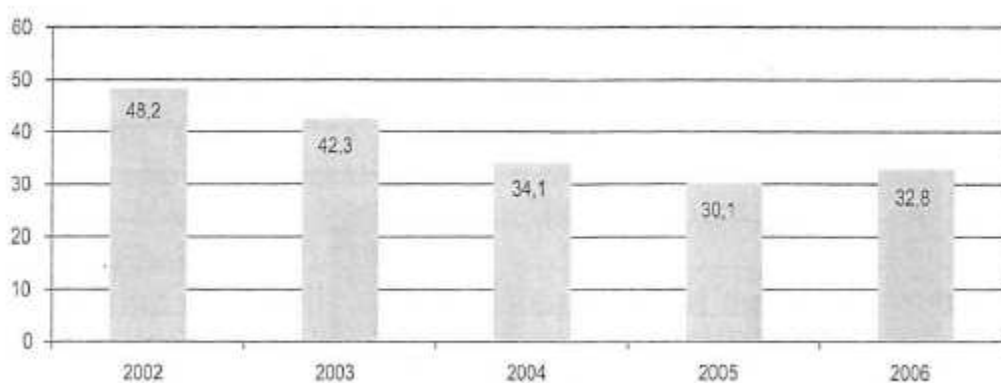
Profilo del turista "verde"	
Eta'	- Giovani/studenti - Famiglie giovani con bambini - Over 55/Retired people
Livello culturale	Medio-alto/laurea
Reddito	Elevato
Residenza	Centri urbani
Particolarita'	Molto attento alle tematiche ambientali ed attratto dalla vacanza attiva/sportiva e da benessere e cura del corpo
Attivita' praticate	Trekking, ciclismo, nordic walking, sci, canoa e kayak, parapendio, birdwatching
Altri interessi	Eventi e manifestazioni, gastronomia/degustazioni, escursioni a siti di interesse culturale
Alloggio	Hotel e resorts, case vacanza



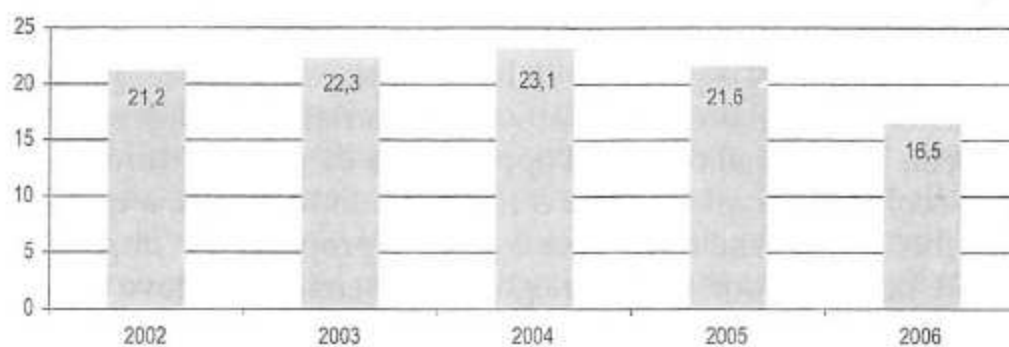
Distribuzione dei frequentatori delle aree protette



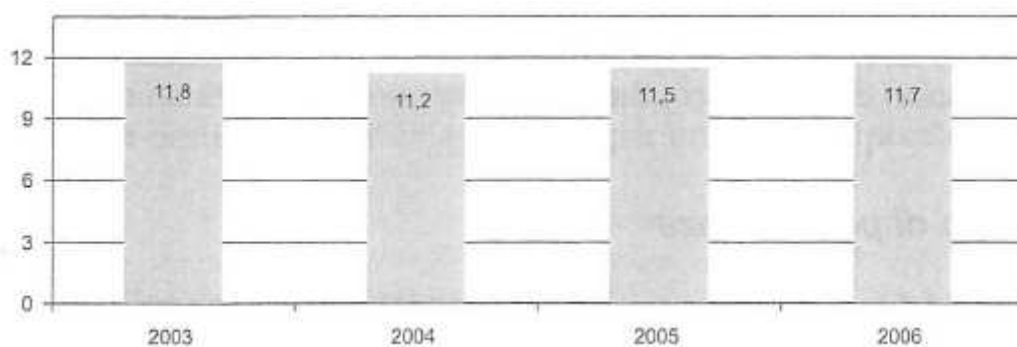
Strutture ricettive utilizzate nell'eco-turismo



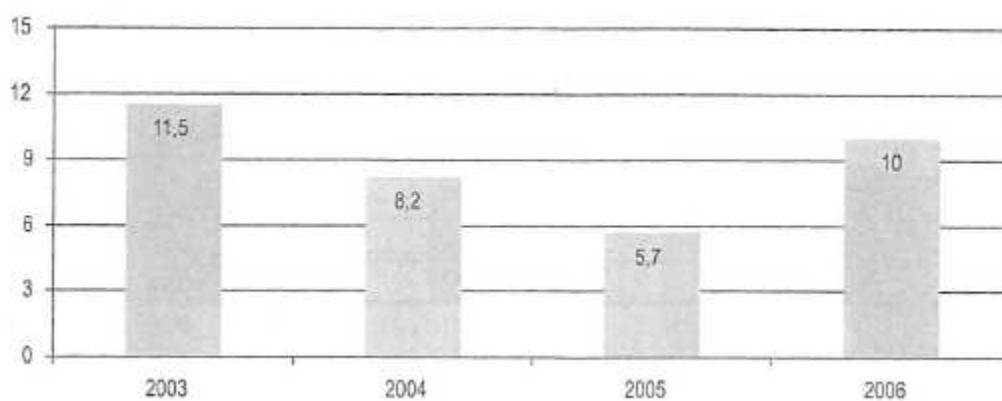
Andamento nel tempo della ricettività alberghiera



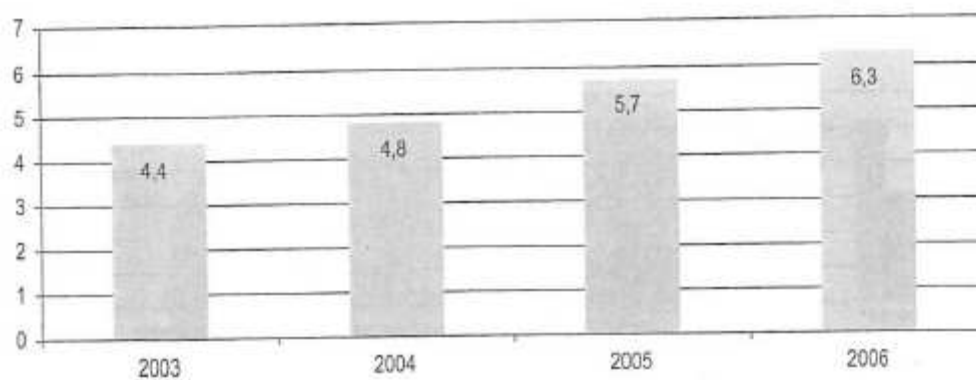
Andamento nel tempo di appartamenti e case private



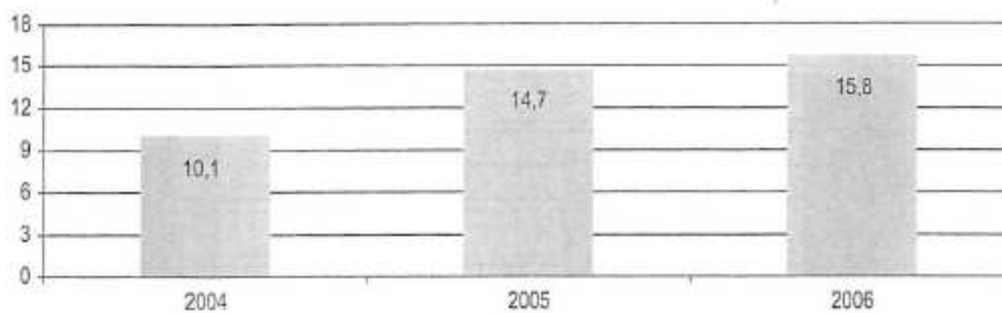
Andamento nel tempo dei bed & breakfast



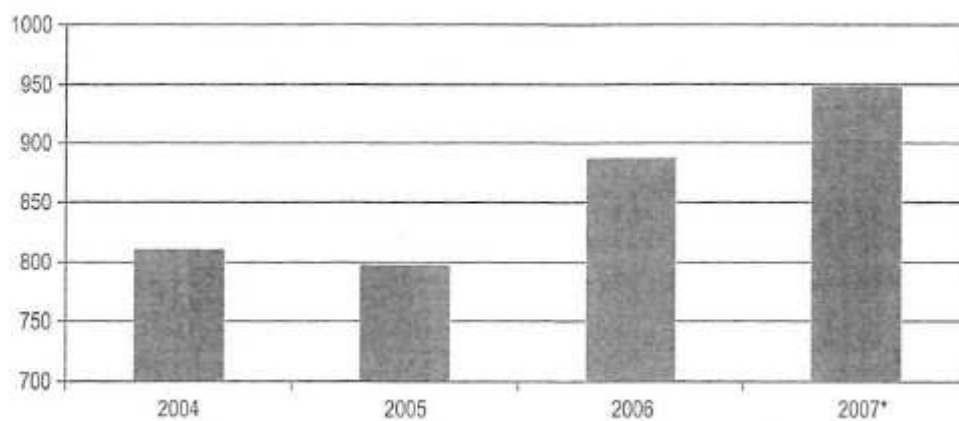
Andamento nel tempo dei campeggi



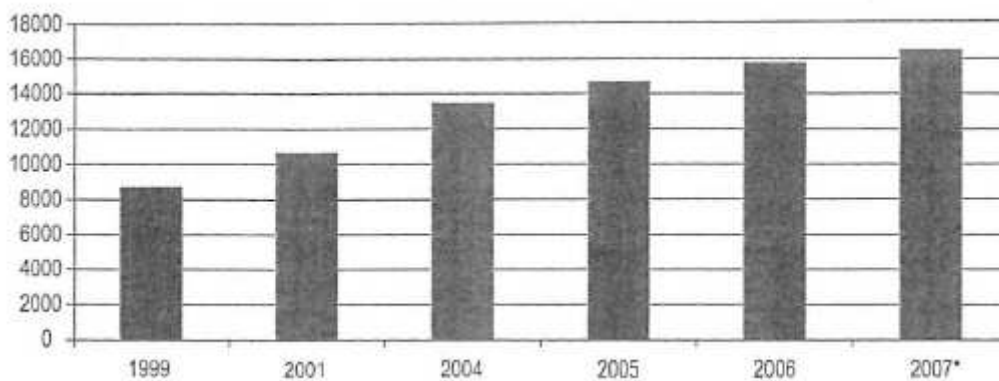
Andamento temporale dei camper



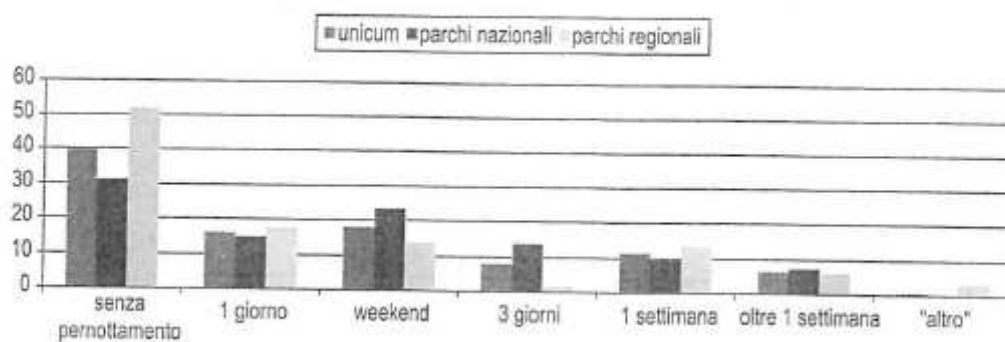
Percentuale di scelta della soluzione dell'agriturismo



Fatturato annuo degli agriturismi in milioni di euro



Esercizi agrituristici in Italia (valore assoluto)



Il tempo di permanenza nei parchi

Tavola 3.1. Capacità degli esercizi ricettivi, per categoria e tipo di esercizio nelle aree dei parchi. Anni 2005- 2006 (valori assoluti e variazioni percentuali)

Categoria e tipo di esercizio	Anno 2005		Anno 2006		Variazioni % 2006/2005	
	Numero	Letti	Numero	Letti	Numero	Letti
Alberghi di 5-4 stelle	796	92.312	846	98.953	6,3	7,2
Alberghi di 3 stelle e residenze turistico alberghiere	4.058	233.385	4.121	236.688	1,6	1,4
Alberghi di 2-1 stella	2.867	79.307	2.767	77.167	-3,5	-2,7
Esercizi Alberghieri	7.721	405.004	7.734	412.808	0,2	1,9
Campeggi e villaggi turistici	650	299.872	662	299.822	1,8	0,0
Alloggi agro-turistici	2.515	27.550	2.753	30.265	9,5	9,9
Bed and breakfast	1.675	9.279	1.984	10.139	18,4	9,3
Altri esercizi ricettivi*	10.303	142.454	10.372	144.642	0,7	1,5
Esercizi Complementari e B&B	15.143	479.155	15.771	484.868	4,1	1,2
TOTALE ESERCIZI RICETTIVI	22.864	884.159	23.505	897.676	2,8	1,5

* La voce altri esercizi comprende: Alloggi in affitto, Ostelli per la gioventù, Case per ferie, Rifugi alpini, Altri esercizi

Tavola 4.1 - Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi nelle aree dei parchi. Arrivi, presenze e permanenza media negli esercizi ricettivi per residenza dei clienti e tipo di esercizio. Anni 2002-2006

Tipo di esercizio	Italiani			Stranieri			Totale		
	Arrivi	Presenze	Perm. media	Arrivi	Presenze	Perm. media	Arrivi	Presenze	Perm. media
Anno 2002									
Esercizi alberghieri	7.419.209	27.891.217	3,76	3.711.842	16.426.285	4,43	11.131.051	44.317.502	3,98
Esercizi complementari	1.868.526	15.532.854	8,31	1.055.693	8.371.261	7,93	2.924.219	23.904.115	8,17
TOTALE ESERCIZI	9.287.735	43.424.071	4,68	4.767.535	24.797.546	5,20	14.055.270	68.221.617	4,85
Anno 2003									
Esercizi alberghieri	7.663.406	28.474.587	3,72	3.611.060	16.150.511	4,47	11.274.466	44.625.098	3,96
Esercizi complementari	2.063.647	16.190.354	7,85	1.020.361	7.995.408	7,84	3.084.008	24.185.762	7,84
TOTALE ESERCIZI	9.727.053	44.664.941	4,59	4.631.421	24.145.919	5,21	14.358.474	68.810.860	4,79
Anno 2004									
Esercizi alberghieri	7.779.065	28.139.726	3,62	3.736.281	15.794.041	4,23	11.515.346	43.933.767	3,82
Esercizi complementari	1.938.145	14.906.347	7,69	1.029.962	7.591.072	7,37	2.968.107	22.497.419	7,58
TOTALE ESERCIZI	9.717.210	43.046.073	4,43	4.766.243	23.385.113	4,91	14.483.453	66.431.186	4,59
Anno 2005									
Esercizi alberghieri	7.922.574	28.441.814	3,59	3.901.399	15.995.645	4,10	11.823.973	44.437.459	3,76
Esercizi complementari	2.035.303	15.331.512	7,53	1.040.249	7.568.877	7,28	3.075.552	22.900.389	7,45
TOTALE ESERCIZI	9.957.877	43.773.326	4,40	4.941.648	23.564.522	4,77	14.899.525	67.337.848	4,52
Anno 2006*									
Esercizi alberghieri	8.182.602	29.419.705	3,60	4.142.910	17.079.289	4,12	12.325.512	46.498.994	3,77
Esercizi complementari	2.008.012	14.854.140	7,40	1.012.577	7.333.862	7,24	3.020.589	22.188.002	7,35
TOTALE ESERCIZI	10.190.614	44.273.845	4,34	5.155.487	24.413.151	4,74	15.346.101	68.686.996	4,48

(*) Dati provvisori

Tavola 4.7 - Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi nelle aree dei parchi. Arrivi, presenze e permanenza media negli esercizi ricettivi per paese di residenza dei clienti stranieri. Anno 2005.

Paesi di residenza	Esercizi alberghieri			Esercizi complementari			Totale esercizi ricettivi		
	Arrivi	Presenze	Perm. media	Arrivi	Presenze	Perm. media	Arrivi	Presenze	Perm. media
UNIONE EUROPEA (UE-25)									
Finlandia	16.775	76.073	4,53	3.022	18.053	5,97	19.797	94.126	4,75
Svezia	51.141	218.139	4,27	12.126	83.499	6,89	63.267	301.638	4,77
Danimarca	36.313	163.332	4,50	22.210	180.720	8,14	58.523	344.052	5,88
Irlanda	33.574	165.761	4,94	5.407	35.829	6,63	38.981	201.590	5,17
Regno Unito	305.495	1.437.532	4,71	49.728	358.275	7,20	355.223	1.795.807	5,06
Paesi Bassi	121.666	525.133	4,32	123.576	1.020.769	8,26	245.242	1.545.902	6,30
Belgio	118.424	573.220	4,84	24.301	184.518	7,59	142.725	757.738	5,31
Lussemburgo	10.031	59.631	5,94	1.115	7.751	6,95	11.146	67.382	6,05
Germania	1.284.135	6.824.748	5,31	446.777	3.268.377	7,32	1.730.912	10.093.125	5,83
Francia	280.713	867.051	3,09	78.049	530.900	6,80	358.762	1.397.951	3,90
Austria	152.761	570.119	3,73	38.877	243.449	6,26	191.638	813.568	4,25
Estonia	3.092	9.549	3,09	459	2.704	5,89	3.551	12.253	3,45
Lettonia	1.646	6.323	3,84	364	2.331	6,40	2.010	8.654	4,31
Lituania	3.699	12.907	3,49	581	3.824	6,58	4.280	16.731	3,91
Polonia	74.266	327.576	4,41	18.414	137.732	7,48	92.680	465.308	5,02
Rep.Ceca	37.074	173.260	4,67	25.669	175.638	6,84	62.743	348.898	5,56
Slovacchia	7.018	38.615	5,50	7.764	58.085	7,48	14.782	96.700	6,54
Ungheria	24.191	107.670	4,45	9.304	58.063	6,24	33.495	165.733	4,95
Slovenia	21.640	81.036	3,74	9.363	56.813	6,07	31.003	137.849	4,45
Spagna	82.890	229.147	2,76	13.392	69.932	5,22	96.282	299.079	3,11
Portogallo	12.405	36.166	2,92	2.447	17.659	7,22	14.852	53.825	3,62
Grecia	18.265	50.782	2,78	1.984	19.083	9,62	20.249	69.865	3,45
Malta	3.039	12.296	4,05	759	7.794	10,27	3.798	20.090	5,29
Cipro	406	932	2,30	70	568	8,11	476	1.500	3,15
TOTALE	2.700.659	12.566.998	4,65	895.758	6.542.366	7,30	3.596.417	19.109.364	5,31
ALTRI PAESI EUROPEI									
Norvegia	26.537	102.335	3,86	6.492	49.589	7,64	33.029	151.924	4,60
Islanda	4.685	22.865	4,88	367	1.928	5,25	5.052	24.793	4,91
Svizzera e Liechtenstein	236.686	946.745	4,00	61.616	438.042	7,11	298.302	1.384.787	4,64
Croazia	19.607	90.071	4,59	4.540	37.062	8,16	24.147	127.133	5,26
Turchia	6.931	22.418	3,23	1.010	7.900	7,82	7.941	30.318	3,82
Russia	43.743	210.049	4,80	2.758	24.337	8,82	46.501	234.386	5,04
Altri Paesi Europei	88.866	308.742	3,47	9.328	104.162	11,17	98.194	412.904	4,20
TOTALE	427.055	1.703.225	3,99	86.111	663.020	7,70	513.166	2.366.245	4,61

Paesi di residenza	Esercizi alberghieri			Esercizi complementari			Totale esercizi ricettivi		
	Arrivi	Presenze	Perm. media	Arrivi	Presenze	Perm. media	Arrivi	Presenze	Perm. media
PAESI EXTRAEUROPEI									
Egitto	2.881	10.541	3,66	180	2.894	16,08	3.061	13.435	4,39
Paesi Africa Mediterranea	10.668	37.574	3,52	641	13.249	20,67	11.309	50.823	4,49
Sud Africa	4.912	19.905	4,05	732	4.291	5,86	5.644	24.196	4,29
Altri Paesi dell'Africa	11.043	33.666	3,05	788	9.540	12,11	11.831	43.206	3,65
Stati Uniti d'America	298.966	682.269	2,28	26.905	160.163	5,95	325.871	842.432	2,59
Canada	39.904	102.052	2,56	6.340	39.701	6,26	46.244	141.753	3,07
Messico	6.125	13.956	2,28	668	1.456	2,18	6.793	15.412	2,27
Venezuela	2.827	7.414	2,62	170	912	5,36	2.997	8.326	2,78
Brasile	20.063	50.231	2,50	1.868	14.452	7,74	21.931	64.683	2,95
Argentina	9.169	29.417	3,21	1.351	13.400	9,92	10.520	42.817	4,07
Altri Paesi America Latina	19.770	46.000	2,33	1.127	6.825	6,06	20.897	52.825	2,53
Israele	20.369	53.789	2,64	2.061	8.675	4,21	22.430	62.464	2,78
Altri Paesi del Medio Oriente	8.802	33.463	3,80	468	4.405	9,41	9.270	37.868	4,09
Cina	63.187	98.382	1,56	518	5.624	10,86	63.705	104.006	1,63
Corea del Sud	33.030	54.650	1,65	863	3.626	4,20	33.893	58.276	1,72
Giappone	109.757	176.071	1,60	1.914	13.191	6,89	111.671	189.262	1,69
India	5.637	12.466	2,21	53	378	7,13	5.690	12.844	2,26
Altri Paesi dell'Asia	33.535	84.657	2,52	846	6.980	8,25	34.381	91.637	2,67
Australia	35.464	85.624	2,41	5.529	21.303	3,85	40.993	106.927	2,61
Nuova Zelanda	7.026	16.196	2,31	1.352	5.028	3,72	8.378	21.224	2,53
Altri Paesi	30.550	77.099	2,52	4.006	27.398	6,84	34.556	104.497	3,02
TOTALE	773.685	1.725.422	2,23	58.380	363.491	6,23	832.065	2.088.913	2,51
TOTALE PAESI ESTERI	3.901.399	15.995.645	4,10	1.040.249	7.568.877	7,28	4.941.648	23.564.522	4,77

Permanenza media in diverse comunità montane e parchi, 2006	
---	--

Comunità montana dell'Appennino Reggiano	4,9
Comunità montana della Garfagnana	3,9
Parco Nazionale delle Cinque Terre	2,5
Comunità Montana dell'Appennino Parma Est	2,4

Fonte dati: Conferenza economica della montagna, Il progetto di sviluppo della montagna reggiana, Settembre 2009

	I trimestre		II trimestre		III trimestre		IV trimestre		media annua	
	italiani	stranieri	italiani	stranieri	italiani	stranieri	italiani	stranieri	italiani	stranieri
nord ovest	2,9	3,7	3,7	3,4	4,6	3,4	3,3	3,2	3,6	3,4
nord est	4,1	4,5	4,9	5,6	5,6	5,6	4,4	5,5	4,8	5,3
centro	2,3	2,9	2,8	3,7	4,3	5,0	2,7	2,3	3,0	3,5
sud e isole	2,4	2,6	3,7	3,6	3,6	3,9	2,4	4,1	3,0	3,6
totale montagna Italia	3,6	4,2	4,5	4,9	5,2	5,0	3,9	4,9	4,3	4,8
totale Italia	3,0	3,5	3,6	4,0	4,4	4,5	3,2	3,9	3,6	4,0
media nord est / centro	3,2	3,7	3,9	4,7	5,0	5,3	3,6	3,9	3,9	4,4

Fonte dati: Rapporto sul turismo montano nelle festività invernali, Osservatorio Nazionale del Turismo, 2008

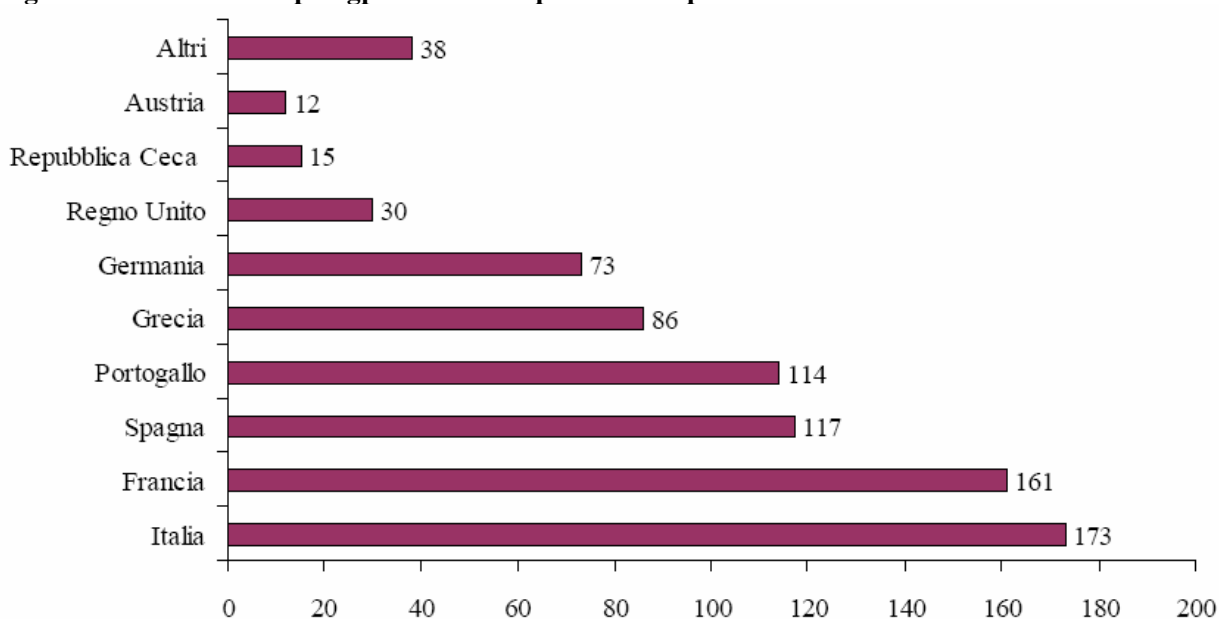
1.3.3 L'agricoltura di qualità

1.3.3.1 Il mercato delle Dop e Igp in Italia nel 2007

I dati di seguito provengono dalla ricerca Ismea – Direzione Mercati e Risk management.

Alla fine di settembre 2008 l'Italia, con 173 prodotti certificati, figura ancora al primo posto nella graduatoria europea dei prodotti Dop e Igp riconosciuti, seguita dalla Francia con 161 e dalla Spagna con 117 (Figura 1). Questi tre paesi, insieme al Portogallo e alla Grecia coprono quasi l'80% del paniere europeo complessivo (circa 820 prodotti). Ciò evidenzia la forte tendenza dei paesi del Mediterraneo a valorizzare il loro notevole patrimonio agroalimentare.

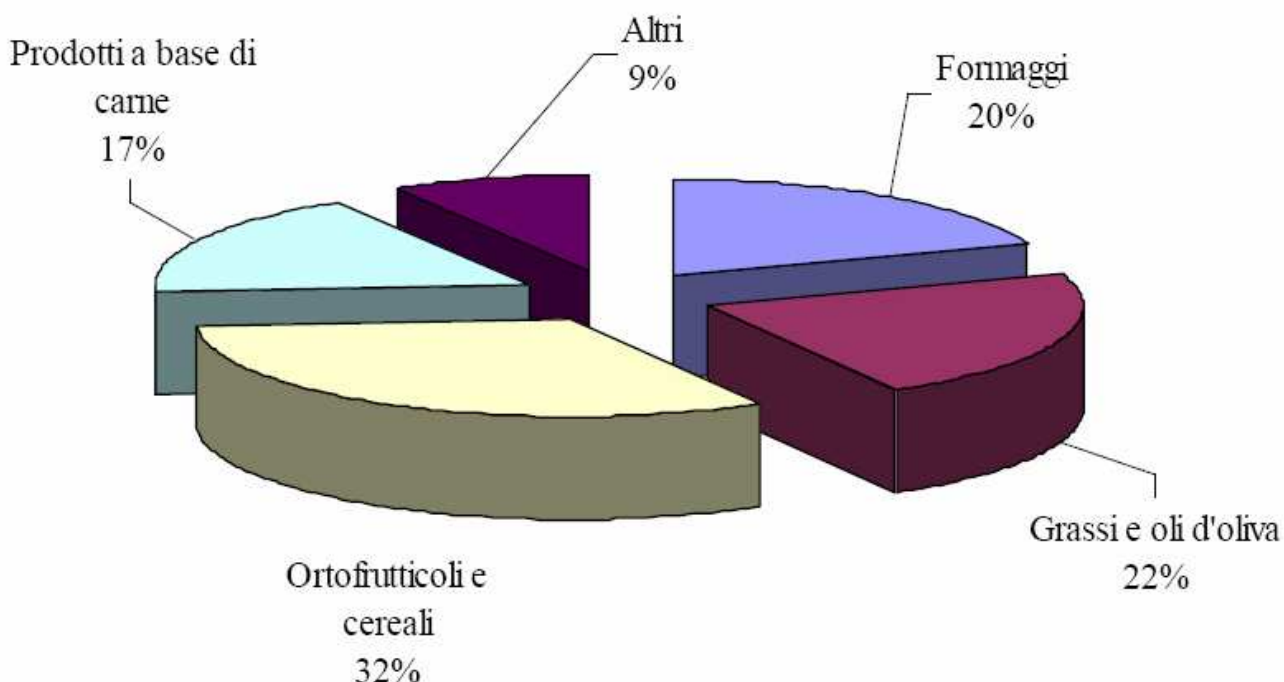
Figura 1 - Numero di Dop e Igp riconosciute per Paese di provenienza



Fonte. Elaborazione Ismea su dati Ue

I 173 prodotti italiani riconosciuti sono composti per più della metà da ortofruttili (32%) e oli extravergini di oliva (22%), mentre i formaggi (20%) e i prodotti a base di carne (17%) rivestono un ruolo meno consistente dal punto di vista del numero di riconoscimenti. Il restante 9% è rappresentato da altri comparti, tra cui le carni fresche, gli aceti balsamici e i prodotti della panetteria (Figura 2).

Figura 2 - Ripartizione* % per comparto merceologico del numero di Dop-Igp in Italia



(aggiornamento a settembre 2008, totale prodotti: 173)

* La classificazione dei riconoscimenti per comparto è stata effettuata rispettando la classificazione prevista dalla normativa comunitaria.

Fonte: Elaborazione Ismea su dati Ue

Sul fronte produttivo ed economico, secondo i dati definitivi dell'Osservatorio Ismea sui prodotti Dop e Igp, nel 2007 si è registrata una nuova crescita sia della produzione certificata che dei fatturati all'azienda e al consumo.

Riguardo alla produzione certificata, tra i principali comparti si registra ancora un forte incremento nell'ambito dell'ortofrutta Dop e Igp (+35%) trainato dalle mele, mentre molto più limitato è risultato l'incremento per i prodotti a base di carne (+2%); in lieve calo risulta invece la produzione di formaggi (-1,5%).

Analizzando l'andamento dei fatturati, emerge una crescita nel 2007 di quasi l'8% per quello stimato alla produzione⁵, che ha oltrepassato il valore di 5 miliardi di euro, mentre quello al

⁵ Il valore comprende sia il fatturato relativo alla produzione destinata al mercato interno, sia quello relativo alla produzione esportata

consumo (riferito però solo al mercato nazionale⁶) ha registrato un incremento del 4%, raggiungendo un giro d'affari di 7,2 miliardi⁷.

Analogamente a quanto visto per la produzione certificata, gli incrementi del valore a livello complessivo sono stati determinati dal forte aumento registrato dagli ortofrutticoli e in misura minore dai prodotti a base di carne e, in questo caso, anche dai formaggi (Tabb. 1 e 2).

Tabella 1 - Trend dei fatturati alla produzione per comparto Dop e Igp in Italia nel periodo 2005-2007

Comparto	2005	2006	2007	Var. % '07/'06
Formaggi	2.847,93	2.842,97	3.053,88	7,4%
Prodotti a base di carne	1.606,42	1.534,10	1.592,88	3,8%
Ortofrutticoli e cereali	184,86	224,23	319,86	42,6%
Oli di oliva	60,92	64,67	60,50	-6,4%
Carne fresca (e frattaglie)	28,99	32,55	32,58	0,1%
Altri comparti	6,41	6,58	10,22	55,3%
Totale	4.735,53	4.705,10	5.069,91	7,8%

(milioni di euro)

Tabella 2 - Trend dei fatturati al consumo relativi al mercato nazionale per comparto Dop e Igp in Italia nel periodo 2005-2007

Comparto	2005	2006	2007	Var. % '07/'06
Formaggi	3.423,08	3.491,91	3.524,33	0,9%
Prodotti a base di carne	2.952,72	2.851,39	2.898,67	1,7%
Ortofrutticoli e cereali	261,75	422,08	617,13	46,2%
Carni fresche	109,46	105,40	112,32	6,6%
Oli di oliva	63,03	57,41	54,28	-5,4%
Altri comparti	11,87	11,57	14,10	21,9%
Totale	6.821,92	6.939,76	7.220,84	4,1%

(milioni di euro)

Se si effettua una distribuzione del fatturato alla produzione delle Dop e Igp tra le regioni in cui ricade la loro area di produzione, si osserva che la regione che accentra la maggior quota di fatturato è l'Emilia Romagna (Tabella 3): con un valore di quasi 2 miliardi di euro (+6,3% sul 2007) essa presenta una quota sul totale Italia di oltre il 38%. Seguono la Lombardia con 1,2 miliardi (+2,7%) e una quota del 24% e il Trentino Alto Adige con 424 milioni (+30% circa) e un peso sul totale dell'8,5%..

⁶ Si è considerato il solo valore al consumo ottenibile dalla vendita di prodotti Dop e Igp sul mercato nazionale e non quello complessivo, non essendo possibile stimare il fatturato al consumo ottenibile sui mercati esteri

⁷ Valorizzando l'intera produzione certificata a prezzi al consumo nazionali, si arriverebbe ad un valore di mercato di 8,9 miliardi di euro

Tabella 3 - Il fatturato alla produzione delle Dop e Igp per regione nel 2007

Regioni	2006	2007	Var. % '07/06	Peso % 2007
Emilia Romagna	1.828,48	1.944,25	6,3%	38,3%
Lombardia	1.177,09	1.209,23	2,7%	23,9%
Trentino Alto Adige	326,22	423,58	29,8%	8,4%
Friuli Venezia Giulia	296,95	317,32	6,9%	6,3%
Campania	286,56	313,29	9,3%	6,2%
Veneto	277,56	290,63	4,7%	5,7%
Sardegna	140,61	190,38	35,4%	3,8%
Piemonte	134,50	143,35	6,6%	2,8%
Toscana	83,41	82,43	-1,2%	1,6%
Lazio	63,90	65,04	1,8%	1,3%
Valle d'Aosta	25,64	20,64	-19,5%	0,4%
Marche	14,57	16,34	12,1%	0,3%
Puglia	12,42	15,15	21,9%	0,3%
Umbria	13,13	12,81	-2,4%	0,3%
Sicilia	6,22	8,37	34,5%	0,2%
Basilicata	4,49	4,42	-1,7%	0,1%
Liguria	4,46	4,10	-8,0%	0,1%
Calabria	3,24	3,75	15,7%	0,1%
Abruzzo	4,16	3,52	-15,6%	0,1%
Molise	1,49	1,31	-12,1%	0,0%
Totale	4.705,10	5.069,91	7,8%	100,0%

(in milioni di euro)

Scendendo nel dettaglio dei singoli comparti Dop-Igp, in quello dei formaggi si è registrato nel complesso lo scorso anno un lieve calo della produzione certificata (-1,5%) a cui si è contrapposto un incremento del 7,4% del fatturato franco azienda a causa di un incremento medio dei prezzi al produttore. Tra i prodotti più importanti, si segnala l'andamento pressoché opposto in termini di produzione certificata e fatturato all'origine dei due grana Dop: nel caso del Padano si registra una diminuzione della produzione certificata del 10% associato a un fatturato franco azienda in crescita di quasi un punto percentuale, mentre per il Reggiano si è verificato un andamento pressoché contrario (Tabella 4).

Tabella 4 - Dinamica delle quantità certificate e del fatturato alla produzione dei formaggi Dop

Denominazione	Quantità			Fatturato franco azienda		
	2006	2007	Var. % '07/06	2006	2007	Var. % '07/06
Grana Padano	169.718,80	152.366,58	-10,2%	980,18	989,16	0,9%
Parmigiano Reggiano	117.382,63	117.335,03	0,0%	893,84	984,77	10,2%
Mozzarella di Bufala Campana	33.077,95	35.425,56	7,1%	314,24	347,17	10,5%
Gorgonzola	44.123,32	44.787,70	1,5%	178,58	186,38	4,4%
Pecorino Romano	24.446,57	33.425,02	36,7%	131,13	182,49	39,2%
Asiago	22.702,29	22.044,23	-2,9%	101,66	108,77	7,0%
Provolone Valpadana	9.620,13	9.634,16	0,1%	43,54	45,92	5,5%
Taleggio	8.766,06	8.815,67	0,6%	45,15	44,76	-0,9%
Totale formaggi Dop	456.819,68	449.857,32	-1,5%	2.842,97	3.053,88	7,4%

(dati in tonn. e milioni di euro, prodotti ordinati in base al fatturato alla produzione 2007)

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati degli OdC, Consorzi di tutela e rete di rilevazione Ismea

Si rileva inoltre il forte incremento sia della produzione che del fatturato all'azienda per il Pecorino Romano (oltre il 30% in entrambi i casi) e della Mozzarella di Bufala Campana (rispettivamente, +7 e +10%). Sul fronte dei fatturati al consumo registrati sul solo mercato nazionale, i formaggi Dop hanno segnato una crescita di circa l'1%, con un andamento per i principali formaggi abbastanza in linea con quello della produzione certificata (Tabella 5).

Tabella 5 - Andamento del fatturato al consumo sul mercato nazionale dei formaggi Dop

Denominazione	2006	2007	Var. % '07/06
Parmigiano Reggiano	1.175,05	1.188,55	1,1%
Grana Padano	1.081,27	984,73	-8,9%
Mozzarella di Bufala Campana	292,85	320,18	9,3%
Gorgonzola	269,89	279,89	3,7%
Asiago	150,11	149,61	-0,3%
Pecorino Romano	53,64	115,79	115,9%
Taleggio	82,84	79,35	-4,2%
Provolone Valpadana	70,30	73,42	4,4%
Totale formaggi Dop	3.491,91	3.524,33	0,9%

(dati in milioni di euro, prodotti ordinati in base al fatturato al consumo 2007)

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati degli OdC, Consorzi di tutela e rete di rilevazione Ismea

L'ortofrutta a denominazione di origine da alcuni anni è trainata dai forti incrementi della produzione certificata di mele provenienti dal Trentino Alto Adige. Ciò si è verificato anche nel 2007, con un aumento complessivo della produzione certificata ortofrutticola del 35% e con un fatturato all'azienda che ha registrato un incremento anche più elevato (+42,6%).

Tali variazioni sono quindi state determinate principalmente dai forti incrementi che si sono riscontrati per la Mela Val di Non e dell'Alto Adige, mentre tra gli altri prodotti si segnala la notevole crescita sia in volume che in valore dell'Arancia Rossa di Sicilia (Tabella 8). Risultano invece in

calo sia la produzione che il fatturato all'azienda per due prodotti campani, il Limone di Sorrento e l'altra mela certificata, quella Annurca Campana.

Tabella 8 - Evoluzione delle quantità certificate e dei fatturato alla produzione degli ortofrutticoli e cereali Dop-Igp

Denominazione	Quantità			Fatturato franco azienda		
	2006	2007	Var. % '07/06	2006	2007	Var. % '07/06
Mela Val di Non	185.678,86	288.709,42	55,5%	130,78	203,34	55,5%
Mela Alto Adige o Sudtiroler Apfel	185.198,61	221.565,03	19,6%	66,60	92,19	38,4%
Limone di Sorrento	2.026,54	1.977,03	-2,4%	3,04	2,97	-2,4%
Pera dell'Emilia Romagna	2.139,26	2.378,99	11,2%	2,57	2,85	11,2%
Arancia Rossa di Sicilia	2.578,36	4.371,93	69,6%	1,24	2,62	112,0%
Melannurca Campana	1.922,75	1.737,37	-9,6%	2,79	2,52	-9,6%
Totale ortofrutta e cereali Dop-Igp	399.000,55	538.688,07	35,0%	224,23	319,86	42,6%

(dati in tonn. e milioni di euro, prodotti ordinati in base al fatturato alla produzione 2007)

Fonte: elaborazione Ismea su dati degli OdC, Consorzi di tutela e rete di rilevazione Ismea

Altrettanto importante è stato l'incremento del comparto nel complesso se si va ad analizzare il fatturato al consumo sul mercato nazionale, con incrementi e tendenze analoghe dei principali prodotti a quelle poco fa messe in evidenza.

Tabella 9 - Andamento del fatturato al consumo sul mercato nazionale degli ortofrutticoli e cereali Dop-Igp

Denominazione	2006	2007	Var. % '07/06
Mela Val di Non	283,32	440,53	55,5%
Mela Alto Adige o Sudtiroler Apfel	96,16	132,94	38,2%
Limone di Sorrento	5,07	4,94	-2,4%
Pera dell'Emilia Romagna	4,02	4,70	17,0%
Arancia Rossa di Sicilia	2,2	4,47	103,0%
Melannurca Campana	4,79	4,33	-9,6%
Totale ortofrutta e cereali Dop-Igp	422,08	617,13	46,2%

(dati in milioni di euro, prodotti ordinati in base al fatturato al consumo 2007)

Fonte: elaborazione Ismea su dati degli OdC, Consorzi di tutela e rete di rilevazione Ismea

Il comparto dei prodotti a base di carne Dop e Igp ha segnato nel 2007 incrementi contenuti sia della produzione certificata (+1,9%) sia del fatturato alla produzione (+3,8%, Tabella 6).

Tabella 6 - Evoluzione delle quantità certificate e del fatturato alla produzione dei prodotti a base di carne Dop Igp

Denominazione	Quantità			Fatturato franco azienda		
	2006	2007	Var. % '07/06	2006	2007	Var. % '07/06
Prosciutto di Parma	93.169,39	94.009,99	0,9%	724,78	744,39	2,7%
Prosciutto di San Daniele	24.455,61	25.799,72	5,5%	273,58	287,86	5,2%
Mortadella Bologna	32.850,20	33.473,51	1,9%	178,34	183,54	2,9%
Bresaola della Valtellina	10.957,09	11.484,57	4,8%	152,80	164,81	7,9%
Speck dell'Alto Adige	9.708,81	9.922,32	2,2%	82,05	83,88	2,2%
Totale prodotti a base di carne Dop-Igp	188.145,05	191.676,61	1,9%	1.534,10	1.592,88	3,8%

(dati in tonn. e milioni di euro, prodotti ordinati in base al fatturato alla produzione 2007)

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati degli OdC, Consorzi di tutela e rete di rilevazione Ismea

Tra i principali prodotti, incrementi più rilevanti e superiori alla media si registrano sia in termini di volumi che di fatturato all'azienda per il Prosciutto San Daniele (più del 5% in entrambi i casi) e la Bresaola della Valtellina (+4,8 e +7,9% rispettivamente). Più contenuti risultano invece gli aumenti per il Parma (+0,9% la produzione certificata, +2,7% il fatturato alla produzione).

Riguardo al fatturato al consumo, sul mercato nazionale si registra una crescita dell'1,7% per l'intero comparto, con incrementi più importanti ancora una volta per il prosciutto San Daniele e la Bresaola della Valtellina, a fronte di un calo registrato in questo caso per lo Speck dell'Alto Adige (-3,4%, Tabella 7).

Tabella 7 - Andamento del fatturato al consumo sul mercato nazionale dei prodotti a base di carne Dop-Igp

Denominazione			Var. %
	2006	2007	'07/06
Prosciutto di Parma	1.493,13	1.506,53	0,9%
Prosciutto di San Daniele	456,49	476,81	4,5%
Mortadella Bologna	204,53	208,62	2,0%
Bresaola della Valtellina	290,00	299,89	3,4%
Speck dell'Alto Adige	147,10	142,16	-3,4%
Totale prodotti a base di carne Dop-Igp	2.851,39	2.898,67	1,7%

(dati in milioni di euro, prodotti ordinati in base al fatturato al consumo 2007)

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati degli OdC, Consorzi di tutela e rete di rilevazione

Il comparto degli oli extravergini a denominazione di origine ha segnato nel 2007 il calo più consistente di tutti gli altri settori sia in termini di produzione certificata che di fatturato franco azienda (rispettivamente, -7% e -6,5%). Tale andamento dipende soprattutto dal forte calo della produzione certificata di olio Toscano (-18%) che si è ripercosso sullo stesso prodotto anche in valore (-8,8%) e che ha influenzato l'intero comparto (Tabella 10). Una flessione, anche se meno importante e associata a volumi produttivi più bassi, ha interessato anche l'olio Riviera Ligure (nell'ordine del -8% sia in termini di volumi che di giro d'affari), mentre per il Terra di Bari ad un incremento della produzione certificata del 9% è corrisposto un calo del 5% del fatturato all'origine.

Per l'Umbria Dop, invece, si registrano incrementi nell'ordine del 2-3% sia in quantità che nel valore all'azienda.

Tabella 10 - Evoluzione delle quantità certificate e del fatturato alla produzione degli oli extravergini Dop-Igp

(dati in tonn. e milioni di euro, prodotti ordinati in base al fatturato alla produzione 2007)

Denominazione	Quantità			Fatturato franco azienda		
	2006	2007	Var. % '07/06	2006	2007	Var. % '07/06
Toscano	3.352,09	2.748,75	-18,0%	36,30	33,12	-8,8%
Terra di Bari	1.249,62	1.361,33	8,9%	5,06	4,80	-5,1%
Umbria	621,14	634,02	2,1%	4,61	4,74	2,9%
Riviera Ligure	458,91	419,71	-8,5%	4,46	4,10	-8,0%
Garda	227,88	225,25	-1,2%	3,08	2,60	-15,3%
Totale oli Dop-Igp	7.781,75	7.237,13	-7,0%	64,67	60,50	-6,4%

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati degli OdC, Consorzi di tutela e rete di rilevazione Ismea

Quanto al fatturato al consumo registrato sul mercato nazionale, il calo complessivo degli oli Dop-Igp è stato più basso di quello alla produzione, ma con una flessione più accentuata per l'olio Toscano (-25,6%), a cui si sono contrapposti degli incrementi dell'8-9% per il Terra di Bari e l'Umbria (Tabella 11).

Tabella 11 - Andamento del fatturato al consumo sul mercato nazionale degli oli extravergini Dop-Igp

Denominazione	2006	2007	Var. % '07/06
Toscano	12,18	9,06	-25,6%
Terra di Bari	7,55	8,23	8,9%
Umbria	4,90	5,29	8,1%
Riviera Ligure	4,75	4,43	-6,8%
Garda	5,59	5,52	-1,3%
Totale oli Dop-Igp	57,41	54,28	-5,4%

(dati in milioni di euro, prodotti ordinati in base al fatturato al consumo 2007)

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati degli OdC, Consorzi di tutela e rete di rilevazione Ismea

Sul fronte della domanda i dati dell'Osservatorio Ismea sui prodotti Dop e Igp evidenziano ancora l'importante ruolo dell'export, a fronte di una domanda domestica in affanno, a causa dei noti problemi di congiuntura economica.

Le esportazioni di Dop e Igp sono aumentate ancora sia nel 2006 che nel 2007, segnando in quest'ultimo anno un incremento dell'11,5% in volume e di oltre il 13% in termini monetari, per un valore che ha oltrepassato la soglia del miliardo di euro (Tabb. 12 e 13).

Tabella 12 - Le quantità totali esportate di prodotti italiani Dop e Igp

Comparto	2005	2006	2007	Var. % '07/06
Ortofrutticoli e cereali	46.064,39	111.989,94	135.866,11	21,3%
Formaggi	85.193,78	101.179,55	103.323,55	2,1%
Prodotti a base di carne	29.264,39	28.538,31	31.098,44	9,0%
Aceti balsamici tradizionali	7.625,39	5.861,27	6.303,81	7,6%
Oli extravergini di oliva	2.850,40	3.052,35	2.880,96	-5,6%
Totale Dop e Igp	170.998,36	250.621,42	279.472,87	11,5%

(in tonn.)

Fonte: elaborazione Ismea su dati dei Consorzi di tutela e degli Organismi di controllo

Tabella 13 - Evoluzione del valore delle esportazioni di alcuni* prodotti italiani Dop e Igp nel 2007

Comparto	Valore			Var. % '07/06
	2005	2006	2007	
Formaggi	569,81	596,34	683,24	14,6%
Prodotti a base di carne	266,39	281,42	307,91	9,4%
Ortofrutticoli e cereali	27,75	25,05	36,73	46,7%
Oli extravergini di oliva	15,04	30,47	28,99	-4,9%
Aceti balsamici tradizionali	-	0,81	1,18	45,0%
Totale Dop e Igp	878,99	934,09	1.058,06	13,3%

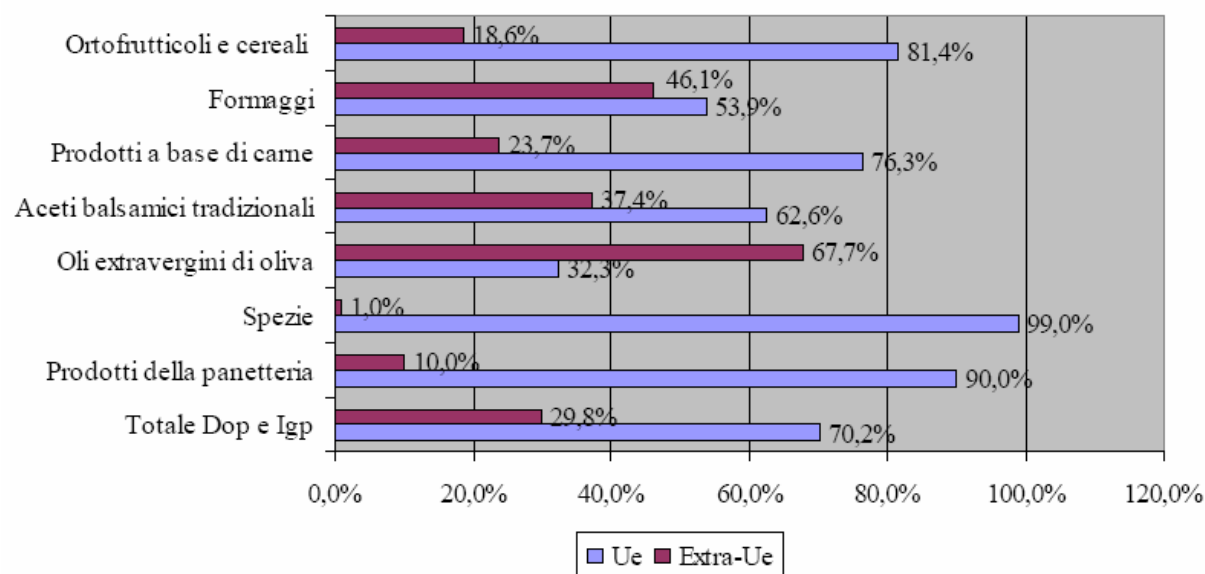
(in tonn. e milioni di euro: la tabella si riferisce ai soli prodotti per i quali è disponibile un valore dell'export che è comunque molto rappresentativo rispetto al totale)

Fonte: elaborazione Ismea su dati dei Consorzi di tutela e degli Organismi di controllo

Scendendo nel dettaglio dei singoli comparti, si osserva ancora il forte incremento registrato nel comparto ortofrutticolo (+21,3% in volume e +47 % circa in valore), mentre per i formaggi ad una crescita piuttosto contenuta delle quantità esportate (+2%) è corrisposto un rilevante aumento per il fatturato alla dogana (+14,6%). Buone performance si rilevano anche per i prodotti a base di carne che registrano sia in quantità che in valore rialzi intorno al 9% e per gli aceti balsamici che, tradizionalmente vocati all'esportazione, segnano crescite importanti soprattutto in valore.

Le uniche performance negative si registrano per gli oli extravergini di oliva che risentono del calo registrato a livello produttivo e segnano una diminuzione delle spedizioni all'estero intorno al 5% sia in quantità che in termini monetari.

In riferimento alle destinazioni dell'export (in quantità) di prodotti Dop e Igp, dai dati dell'Osservatorio Ismea emerge che il 70% delle vendite all'estero passa per i mercati Ue, mentre il restante 30% è destinato a paesi extracomunitari (Figura 3).

Figura 3 - Destinazione dell'export in quantità di prodotti Dop e Igp italiani nel 2007


(in % dei volumi)

Fonte: elaborazione Ismea su dati dei Consorzi di tutela

Tuttavia in comparti come quello ortofrutticolo e dei prodotti a base di carne la percentuale di vendite che raggiunge i mercati della Ue sale rispettivamente all'81,4% e al 76,3%, mentre è ancora più elevata in settori minori come quelli delle spezie e dei prodotti della panetteria. Al contrario una percentuale di export superiore alla media diretta verso i paesi extra-Ue si ha nel caso degli oli (più di 2/3 del venduto), dei formaggi (46%) e degli aceti balsamici tradizionali (37,4%).

Come già accennato, la componente interna della domanda di prodotti Dop e Igp ha accusato negli ultimi anni delle difficoltà dovute alla non favorevole situazione economica del paese. Secondo i dati provenienti dal Panel Ismea/ACNielsen i consumi domestici delle famiglie italiane dei principali prodotti Dop e Igp sono scesi lo scorso anno del 6,3% in volume, mentre sono rimasti stabili in valore. Più favorevole è invece l'andamento nell'anno in corso, in quanto nei primi otto mesi del 2008 sono soltanto in lieve calo in quantità e in aumento del 5,5% in termini monetari

Tabella 14 - Andamento per comparto dei consumi domestici di prodotti Dop-Igp in Italia

	Var.% '07/06	Var.% '08/07*
Formaggi	-2,4%	0,9%
Prodotti a base di carne	-0,7%	-5,3%
Oli extravergini di oliva	-3,9%	25,2%
Frutta fresca IGP	-10,8%	-2,0%
Totale	-6,3%	-0,8%

(in quantità)

* primi otto mesi del 2008 rispetto al pari periodo del 2007

Fonte: Ismea Ac/Nielsen

Tabella 15 - Andamento per comparto dei consumi domestici di prodotti Dop-Igp in Italia

	Var.% 07/06	Var.% '08/07*
Formaggi	0,3%	8,6%
Prodotti a base di carne	1,2%	-3,4%
Oli extravergini di oliva	-0,6%	21,5%
Frutta fresca IGP	-3,8%	6,2%
Totale	0,1%	5,5%

(in valore)

* primi otto mesi del 2008 rispetto al pari periodo del 2007

Fonte: Ismea Ac/Nielsen

Analizzando i singoli comparti, nel 2007 a contribuire alla flessione in quantità sono stati soprattutto quelli della frutta Igp4, in calo di quasi l'11%, e dei formaggi (-2,4%).

In termini di valore i due comparti citati hanno registrato un andamento meno negativo, mentre quello che segna in assoluto l'andamento più favorevole è quello dei prodotti a base di carne (+1,2%, Tabella 15).

Nel corso del 2008 invece si registra una crescita in volume ma soprattutto in valore per i formaggi, mentre l'andamento della frutta Igp è risultato negativo in volume e positivo in valore, a causa dell'aumento dei prezzi medi al consumo. In calo sia in termini fisici che monetari risultano invece gli acquisti di prodotti a base di carne.

In riferimento ai singoli prodotti più consumati ed esaminando i più rilevanti, si osserva che per i due grana Dop il 2007 è stato sostanzialmente negativo, mentre i primi otto mesi del 2008 evidenziano una situazione nettamente più positiva.

Uno scenario opposto si verifica invece per il San Daniele e la Mozzarella di Bufala Campana che registrano andamenti sempre positivi sia in volume che in valore nel 2007 e sempre negativi nel corso del 2008 (Tabella 16).

Le dinamiche non sono invece favorevoli per il Prosciutto di Parma in entrambi i periodi, sia in quantità che in termini monetari.

Tabella 16 - Variazione degli acquisti domestici dei principali prodotti Dop e Igp nel 2007 e 2008

	Quantità		Valore	
	Var. % 07/06	Var. % '08/07 ^o	Var. % 07/06	Var. % '08/07 ^o
Parmigiano Reggiano	-4,3%	0,6%	-2,1%	8,5%
Grana Padano	-1,8%	2,6%	1,7%	10,6%
Crudo di Parma	-6,0%	-5,1%	-3,6%	-3,3%
Crudo di S. Daniele	6,3%	-8,8%	5,9%	-6,8%
Mozzarella di Bufala	4,9%	-10,8%	6,8%	-8,4%
Asiago	-4,6%	3,1%	-1,0%	14,9%
Gorgonzola	15,0%	-2,2%	15,8%	5,3%
Montasio	-7,5%	5,8%	-7,0%	17,6%
Taleggio	-6,1%	2,0%	-2,4%	10,6%
Bresaola della Valtellina	85,7%	-13,1%	83,4%	-9,4%
Speck Alto Adige	13,9%	25,3%	10,7%	28,2%
Quartirolo	-1,6%	-5,0%	-1,0%	2,8%
Olio Dop Puglia*	8,6%	32,7%	9,2%	3,9%
Olio Dop Toscana*	-10,6%	-14,6%	6,6%	-0,8%
Zampone Modena	7,3%	-2,1%	11,7%	-13,2%
Cotechino Modena	-1,1%	0,0%	3,0%	1,5%

^o primi otto mesi del 2008 rispetto al pari periodo del 2007

* Oli Dop e Igp diversi, delle regioni Puglia e Toscana

Fonte: Ismea Ac/Nielsen

L'andamento dei consumi sopra descritto non tiene conto dei consumi extradomestici. Per cercare di quantificare il peso dei canali extradomestici e la loro tendenza nel 2007, si sono analizzati i dati provenienti dalla consueta indagine Ismea sui Consorzi di tutela delle Dop e Igp.

Da tali dati emerge un peso del canale HORECA (hotel, ristoranti e catering) ancora piuttosto basso rispetto al totale dei canali (4,3%), ma che presenta un andamento in volume nel 2007 più favorevole (+1,9%) rispetto all'andamento complessivo dei consumi domestici in quantità visto in

precedenza (-6,3%). Tali numeri evidenziano le notevoli potenzialità che può esprimere il canale extradomestico, se sfruttato al meglio.

Dalla tabella 17 che espone tali tendenze emerge anche un peso dell'HORECA più importante per i comparti degli aceti balsamici e dei prodotti a base di carne, mentre a livello di tendenze spicca nel 2007 la crescita rilevante per gli ortofruitticoli e gli aceti balsamici, anche se in quest'ultimo caso associata a volumi di vendita più contenuti.

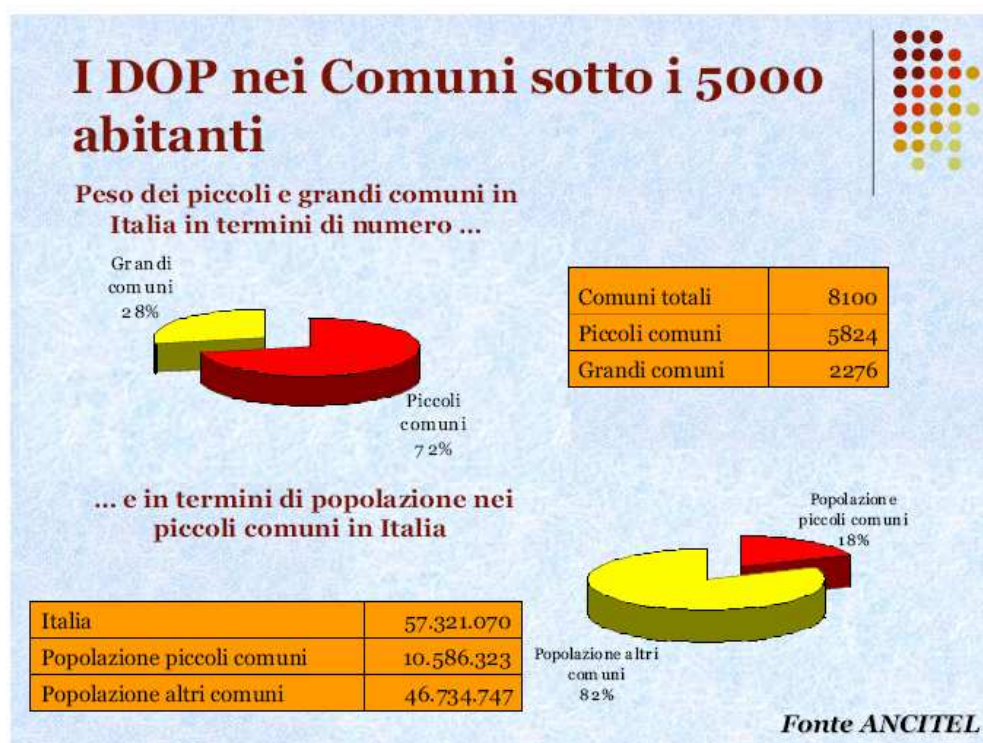
Tabella 17 - Dinamiche e peso del canale HORECA nel comparto delle Dop e Igp in Italia (2007)

	Peso % HORECA	Var. % '07/06 HORECA
Formaggi	6,6%	1,4%
Prodotti a base di carne	11,4%	-0,2%
Ortofrutticoli e cereali	0,4%	16,1%
Aceti balsamici tradizionali	12,1%	21,8%
Oli di oliva	6,8%	-7,0%
Altri comparti	0,5%	-
Totale	4,3%	1,9%

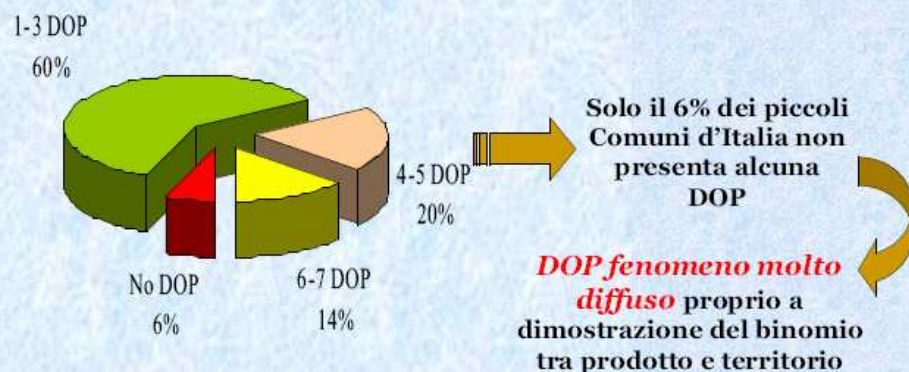
(Percentuali calcolate in base alla distribuzione dei volumi di produzione certificata)

Fonte: Elaborazione Ismea su dati degli Organismi di Controllo e Consorzi di tutela

Dati presi da " L'Italia delle qualità agro-territoriali - Primo rapporto sulle qualità agro-territoriali delle regioni ed il contributo dei piccoli comuni

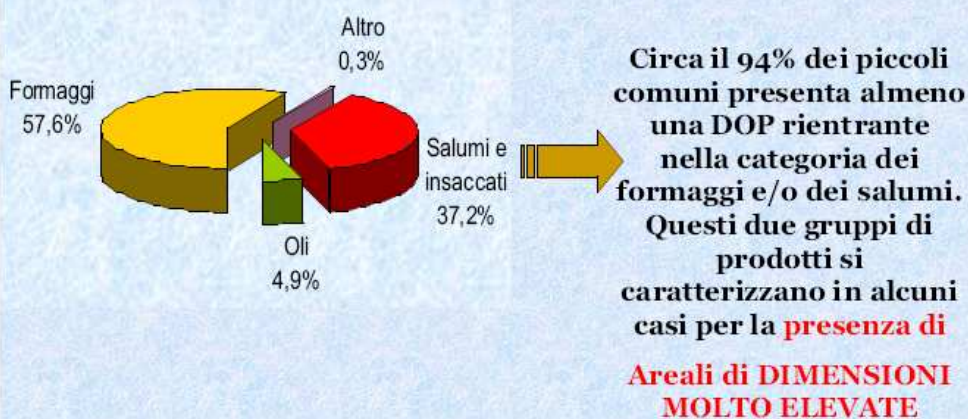


Distribuzione dei piccoli comuni per fasce di DOP



41

Peso delle categorie di prodotti DOP sui piccoli comuni



42

1.3.3.2 Il mercato del biologico in Italia nel 2007

I dati di seguito provengono dalla ricerca SINAB-Sistema d'Informazione Nazionale sull'Agricoltura Biologica.

Dall'analisi completa dei dati forniti al **Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali** dagli **Organismi di Controllo** (OdC) operanti in Italia al 31 dicembre 2007, sulla base delle elaborazioni del **SINAB – Sistema d'Informazione Nazionale sull'Agricoltura Biologica**, risulta che gli **operatori** del settore sono **50.276** di cui: 43.159 produttori; 4.782 preparatori; 2.065 che effettuano sia attività di produzione che di trasformazione; 46 importatori esclusivi 165 importatori che effettuano anche attività di produzione o trasformazione; ed infine 59 operatori che effettuano altre attività, specialmente commerciali.

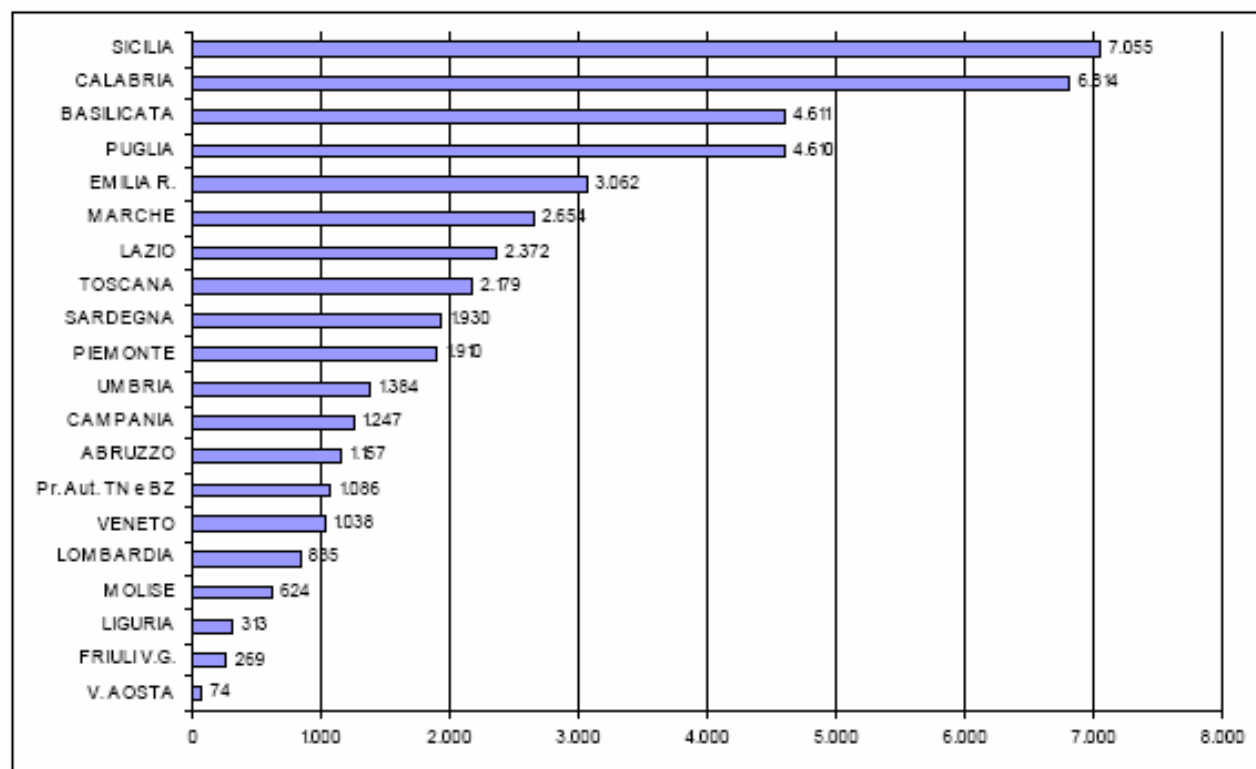
Rispetto ai dati riferiti al 2006 si rileva una riduzione complessiva del numero di operatori di - 1,55%. La distribuzione degli operatori sul territorio nazionale vede, come per gli anni passati, Sicilia e Calabria tra le regioni con maggiore presenza di aziende biologiche.

La **superficie** interessata, in conversione o interamente convertita ad agricoltura biologica, risulta pari a **1.150.253 ettari**, con un incremento del 0,18% rispetto all'anno precedente. I principali orientamenti produttivi interessano foraggi, prati e pascoli, e cereali, che nel loro insieme rappresentano più del 70% della superficie ad agricoltura biologica. Segue, in ordine di importanza, la superficie investita ad olivicoltura. Per le produzioni animali, distinte sulla base delle principali specie allevate, i dati evidenziano un generale incremento del numero di capi.

L'attività di controllo, esercitata dagli OdC, si è concretizzata in un totale 62.067 visite ispettive, con prelievo ed analisi di 5.442 campioni.

Tabella 1 – Numero operatori per tipologia e regione

	Produttori	Preparatori	Importatori	Prod / trasf	Prod / trasf / imp	Altri operatori	TOTALE	Totale al 31/12/06	Var. % 06-07
TOTALE	43.159	4.782	46	2.065	165	59	50.276	51.065	-1,55
SICILIA	6.900	456	1	155	5	7	7.524	8.110	-7,23
CALABRIA	6.680	148	0	134	1	0	6.963	6.811	2,23
PUGLIA	4.408	367	1	202	8	1	4.987	5.664	-11,95
BASILICATA	4.567	68	0	44	0	1	4.680	4.898	-4,45
EMILIA R.	2.890	694	5	172	35	5	3.801	3.898	-2,49
MARCHE	2.568	155	0	86	2	11	2.822	2.700	4,52
LAZIO	2.283	285	3	89	4	10	2.674	2.761	-3,15
TOSCANA	1.895	386	2	284	18	4	2.589	2.865	-9,63
PIEMONTE	1.768	308	7	142	16	3	2.244	2.522	-11,02
SARDEGNA	1.853	124	1	77	4	1	2.060	1.417	45,38
VENETO	926	477	9	112	24	0	1.548	1.526	1,44
UMBRIA	1.202	105	0	182	6	6	1.501	1.517	-1,05
CAMPANIA	1.172	206	0	75	5	2	1.460	1.528	-4,45
LOMBARDIA	756	463	12	79	17	2	1.329	1.337	-0,60
ABRUZZO	1.055	126	0	102	3	4	1.290	1.434	-10,04
Pr. Aut. TN e BZ	1.028	107	1	58	5	0	1.199	946	26,74
MOLISE	602	129	0	22	0	0	753	260	189,62
LIGURIA	283	75	1	30	9	1	399	416	-4,09
FRIULI V.G.	249	95	3	20	3	1	371	378	-1,85
V. AOSTA	74	8	0	0	0	0	82	77	6,49

Grafico 2 – Numero dei PRODUTTORI per regione

Tabella 2 – Superfici e colture in agricoltura biologica

Colture	Ettari				Var. % 06-07
	In conversione	Biologica	Totale 2007	Totale 2006	
TOTALE	246.999	903.254	1.150.253	1.148.162	0,18
Cereali, riso incluso	50.848	190.582	241.430	239.092	0,98
Legumi secchi	847	4.585	5.432	8.422	-35,50
Piante da radice	393	1.522	1.915	2.317	-17,33
Colture industriali	7.332	17.878	25.210	23.362	7,91
Ortaggi freschi, meloni, fragole	5.121	34.682	39.803	39.696	0,27
Foraggio verde da seminativi	52.676	305.933	358.610	297.441	20,57
Altre colture da seminativi	526	2.141	2.668	9.410	-71,65
Prati permanenti (pascoli e prati-pascoli)	53.875	165.563	219.438	261.252	-16,01
Frutta (escl. agrumi, uva, olive) e bacche	10.766	29.455	40.221	45.672	-11,93
Agrumi	6.530	15.532	22.062	19.549	12,85
Uva	9.974	26.710	36.684	37.693	-2,68
Olive	37.655	72.337	109.992	107.233	2,57
Altre colture permanenti	3.338	11.868	15.206	15.387	-1,18
Terreni inutilizzati (a maggese, non utilizzati per le rotazioni)	2.881	8.001	10.882	14.630	-25,62
Terreni a maggese utilizzati per le rotazioni	4.238	16.464	20.702	27.006	-23,34

**Tabella 3 –
 Superfici: dettaglio
 CEREALI (in ettari)**

	In conversione	Biologica	Totale
TOTALE CEREALI	50.848	190.582	241.430
Totale grano	31.587	111.991	143.578
Grano tenero e farro	5.232	19.511	24.742
Grano duro	26.355	92.500	118.856
Orzo	6.344	25.681	32.025
Granturco	1.705	8.430	10.135
Segale	37	938	974
Avena	4.010	17.339	21.349
Triticale	102	790	892
Riso	808	10.785	11.593
Altri cereali	6.255	13.563	19.817

Tabella 4 – Superfici: dettaglio FRUTTA, AGRUMI, VITE e OLIVO (in ettari)

	In conversione	Biologica	Totale
Frutta (escl. agrumi e uva) e bacche	10.766	29.455	40.221
Pomacee	1.175	3.205	4.380
Mele	938	2.071	3.009
Pere	238	1.134	1.371
Drupacee	4.148	11.697	15.844
Pesche	585	1.991	2.576
Albicocche	701	2.108	2.809
Ciliegie	968	1.671	2.638
Prugne	175	564	739
Altra	1.719	5.364	7.083
Frutta in guscio	585	5.051	5.637
Piccoli frutti	117	234	351
Altra frutta (escl. agrumi e uva)	4.740	9.127	13.867
Agrumi	6.530	15.532	22.062
Arance	2.868	8.353	11.221
Limoni	682	2.979	3.661
Pompelmi	50	273	323
Altri	2.930	3.927	6.856
Uva	9.974	26.710	36.684
Olive	37.655	72.337	109.992
Olive da tavola	478	2.322	2.800
Olive da olio	37.177	69.582	106.759

**Tabella 7 –
 ZOOTECNIA**

Animali	Numero di capi		Var. % 06-07
	2007	2006	
Bovini (totale)	244.156	222.725	9,62
Maiali (totale)	26.898	29.736	-9,54
Pecore (totale)	859.980	852.115	0,92
Capre (totale)	93.876	90.591	3,63
Pollame (totale)	1.339.415	1.571.310	-14,76
Equini	8.325	7.026	18,49
Conigli	871	2.343	-62,83
Api (numero di arnie)	112.812	85.489	31,96
Altri animali	1.926	1.834	5,02

1.3.3.3 Il mercato della castagna

Da sempre esistono nel mondo due grandi poli castanicoli: quello europeo (nelle Regioni centro meridionali) e quello asiatico (nella macroarea del Sud-Est). Qualcosa, più come superficie a fustaia che come produzione, è presente in America (essenzialmente Stati Uniti e Cile) e in Oceania (Australia e Nuova Zelanda).

In base ai dati della FAO, la disponibilità mondiale dei frutti del castagno avrebbe raggiunto la massima produzione negli inizi degli anni 80 con una punta massima di 578 mila tonnellate. Successivamente la produzione ha teso nuovamente al ribasso fino a stabilizzarsi secondo i dati degli anni più recenti intorno alle 480 mila tonnellate.

L'area Asiatica rappresenta il 70% dell'offerta mondiale e comprende i tre principali paesi produttori nell'ambito internazionale, nell'ordine: Cina, Turchia, Corea, seguiti a distanza dal Giappone. Gran parte dei raccolti è utilizzata all'interno degli stessi paesi produttori. Tuttavia Cina e Corea alimentano una modesta esportazione verso gli Stati Uniti. E' da far notare l'offerta Turca che nel giro di un ventennio si è sviluppata fino a raggiungere le 90 mila tonnellate, collocandosi al secondo posto nell'ambito mondiale.

La seconda grande area di produzione è quella Europea. Negli anni sessanta forniva il 60% del raccolto mondiale. Dopo la drastica riduzione intervenuta nell'ultimo trentennio la produzione si è stabilizzata sulle 125-125 mila tonnellate. Il declino è risultato particolarmente rilevante in taluni Paesi quali Italia e Francia., nei quali hanno assunto maggiore intensità i diversi problemi connessi alla situazione fitosanitaria, all'esodo delle campagne ect..

La produzione è sostanzialmente ristretta alla zona mediterranea dei Paesi della UE, nella quale oltre all'Italia spiccano la Spagna, il Portogallo, la Francia e la Grecia.

La Spagna produce circa 30 mila tonnellate. L'export si aggira sulle 10 mila tonnellate annue, dirette verso il regno Unito e Brasile.

Il Portogallo è il Terzo produttore Europeo con 18 mila tonnellate. Le esportazioni si aggirano sulle 14 mila tonnellate e sono rivolte verso il Regno Unito, la Francia, Spagna e Italia.

La Francia produce invece circa 14 mila tonnellate ed esporta solo 2 mila tonnellate di prodotto pregiato diretto verso la Germania. La Francia importa molto prodotto, circa 12 mila tonnellate, per soddisfare l'industria dolciaria che produce canditi, puree e creme.

La Grecia produce 13 mila tonnellate annue e l'utilizzazione principale è il mercato del fresco interno.

La castanicoltura italiana ha radici antiche e un futuro non prevedibile. Le radici emergono dalla preistoria, il tronco ha accompagnato la storia dell'uomo per migliaia di anni, i frutti rappresentano la vitalità di una specie che ha ancora qualcosa da offrire per il miglioramento complessivo dell'ambiente e della qualità della vita.

Il castagno è presente nei boschi con tre distinte tipologie (dati ISTAT): il castagneto da frutto (209,3 mila ettari, pari al 3,15 dei boschi in complesso); le altre fustaie (66,5 mila ettari, pari al 1%), i cedui castanili (385 mila ettari, pari al 5,6%).

Le aziende castanicole in Italia sono (dati ISTAT 2002): 66,2 mila aziende con appena 76 mila ettari . I dati del trentennio (1970-2000) evidenziano una forte contrazione , a - 51,3% delle aziende e a -47,5% della superficie coltivata a castagneto. Pertanto, dei 209 mila ettari di castagneto da frutto stimate dalle statistiche forestali , solo 76 mila (pari al 36,6% del totale) risultano coltivati.

Dopo il 2000 si registra un calo di produzione che scende a 569 mila quintali nel 2001, a 551 mila nel 2002 e a soli 486 mila nel 2003. Tale calo è da imputare sia al diminuito vigore vegetativo degli impianti, sia allo sfavorevole andamento climatico e al forte sviluppo di patogeni.

La Campania rappresenta la principale regione castanicola: il 56,3% della produzione nazionale è concentrata in Campania.

Attualmente il consumo fresco riguarda circa i tre quarti dei frutti raccolti. Per il 2003, includendo anche i 124,7 mila quintali di castagne importate, risultano disponibili all'impiego 610,7 mila quintali. Di tale produzione il 73% è destinato al consumo fresco e il restante 27% inoltrato all'industria agroalimentare di trasformazione, all'essiccazione e ad altri impieghi. Nel 2003 e 2004, per quanto l'esportazione si mantenga sopra le 20 mila tonnellate, si registra un calo dovuto alla forte contrazione della produzione raccolta. Comunque le 20,6 mila tonnellate del 2004 rappresentano ottimi risultati commerciali che confermano il primato italiano del commercio internazionale delle castagne italiane.

In Italia sopravvivono centinaia e centinaia di varietà di castagne, un gruppo particolare di varietà è costituito da marroni , che rappresentano il meglio della produzione nazionale ed europea. Oggi in Italia hanno conseguito il riconoscimento europeo di IGP e DOP: due varietà di castagne: la castagna di Montella (Campania) e la castagna del Monte Amiata (Toscana); tre varietà di marroni: Marrone di Castel del Rio, il Marrone del Mugello e il Marrone di San Zenò; una farina di castagne: farina di Neccio della Garfagnana e un miele di castagno: il miele della Lunigiana.

1.3.4 Forestazione e Selvicoltura

I dati di seguito provengono dall' "Annuario dei dati ambientali" APAT 2008

1.3.4.1 Produzione legnosa e non legnosa

Dopo una diminuzione dei prelievi legnosi, che hanno raggiunto il minimo verso la metà anni degli anni '70 (5,8 milioni di m³) si è registrata una certa ripresa, che ha raggiunto il massimo nel 2000 (11,8 milioni di m³). Dal 2000 in poi si segnala un trend negativo, fino agli attuali 8,7 milioni di m³.

I prelievi di legna a fini energetici, che negli anni '70 rappresentavano meno del 50% della produzione legnosa complessiva, rappresentano attualmente quasi il 65%). L'andamento del tasso di prelievo dei prodotti legnosi (rapporto tra prelievi e superficie forestale così come fornita dall'ISTAT) è passata da un indice pari a 1,1 negli anni '70 a 1,7 nel 2000, per poi declinare a 1,2 nel 2005. Per il 2006 non è riportato il tasso di prelievo, in quanto l'ISTAT ha cessato, inter alia, di fornire dati sulla superficie forestale, mentre l'INFC fornisce il dato della superficie forestale riferita al 2005. Riguardo ai prodotti forestali non legnosi, i processi di urbanizzazione e la perdita di tradizioni locali hanno provocato una sensibile diminuzione dei prelievi. Rispetto al 2000, i dati del 2006 evidenziano una flessione dei prelievi di castagne, fragole, lamponi; al contrario, si segnala un aumento nel prelievo di pinoli con guscio e ghiande. La raccolta dei funghi, in declino dal 1970 (7.700 t) fino al 2000 (1.100 t), ha segnalato una importante ripresa nel 2005 (3.500 tonnellate), confermata poi nel 2006 (3.300 t). Nel 2006 si segnala una riduzione della raccolta dei tartufi.

Tabella 1.16: Prelievi di legname da lavoro e di legna per combustibili

Anno	Legname da lavoro	Legna per combustibili	Totale prelievi	Superficie forestale	Tasso di prelievo
	m ³ * 1.000				
1970	3.580	3.362	6.942	6.162	1,1
1975	2.811	3.017	5.828	6.306	0,9
1980	3.906	3.456	7.362	6.354	1,2
1985	3.796	4.393	8.189	6.727	1,2
1990	3.682	3.637	7.319	6.760	1,1
1995	4.473	5.263	9.736	6.821	1,4
2000	4.903	6.898	11.801	6.855	1,7
2004	2.942	6.044	8.986	6.856	1,3
2005	3.017	5.674	8.691	6.859	1,2
2006	3.064	5.656	8.720	**	**

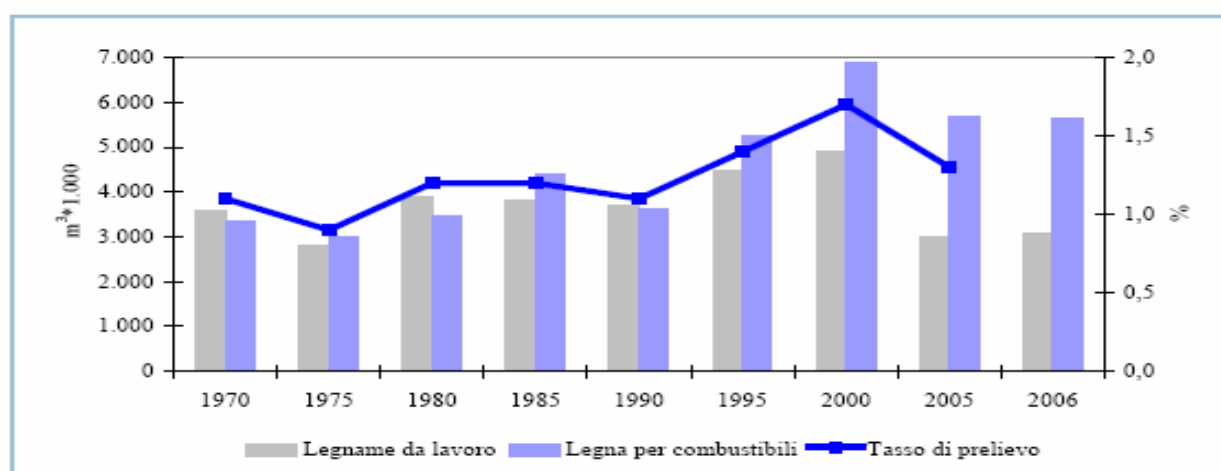
Fonte: Elaborazione ISPRA e Università di Padova su dati ISTAT

Tabella 1.17: Prodotti forestali non legnosi

Anno	Castagne	Pinoli con guscio	Funghi	Tartufi	Mirtilli	Fragole	Lamponi	Ghiande	Sughero e Sugherone
	t*1.000		t				t*1.000		
1970	58,7	3,7	7,7	83,8	346	351,3	203,7	0,5	15,2
1980	63,4	1,6	1,2	71,4	522,8	78	90	13,7	15,4
1990	49,6	1,9	1,8	107,4	73,2	82,2	59,2	4	7,8
2000	63,2	3,3	1,1	97,9	125,8	212,4	64,1	2,7	14,5
2004	66,3	1,8	1,6	66,5	217,7	86,9	58,7	1,5	10,7
2005	57,5	1,3	3,5	100,5	120,6	41	43,1	3,1	11,4
2006	52,6	9,7	3,3	87,1	201,6	41,6	33,4	3,4	10,5

Fonte: ISTAT

La diminuzione del tasso di prelievo registrato dal 2000 al 2005, (mancano i dati riferiti al 2006 per i motivi descritti nel paragrafo “stato e trend”) può essere interpretata come una minor pressione a carico degli ecosistemi forestali. Va precisato però che la ripresa dei prelievi legnosi -qualora questi siano correttamente eseguiti- può essere interpretata in maniera positiva, ossia come ripresa della loro gestione a seguito di un processo di abbandono, con ricadute positive anche sul piano della conservazione (minori rischi di incendi e di mortalità naturale). Altro aspetto positivo è quello relativo alla diminuzione della superficie media delle tagliate, indicatore che può essere ricavato dai dati ISTAT e che fornisce un segnale molto positivo del fatto che le attività di prelievo hanno un impatto progressivamente minore sulle condizioni ambientali degli ecosistemi forestali nazionali.



Fonte: Elaborazione ISPRA e Università di Padova su dati ISTAT

Figura 1.11: Evoluzione dei prelievi di legname (da foresta) e fuori foresta e del tasso di prelievo

1.3.4.2 Certificazione di gestione forestale sostenibile

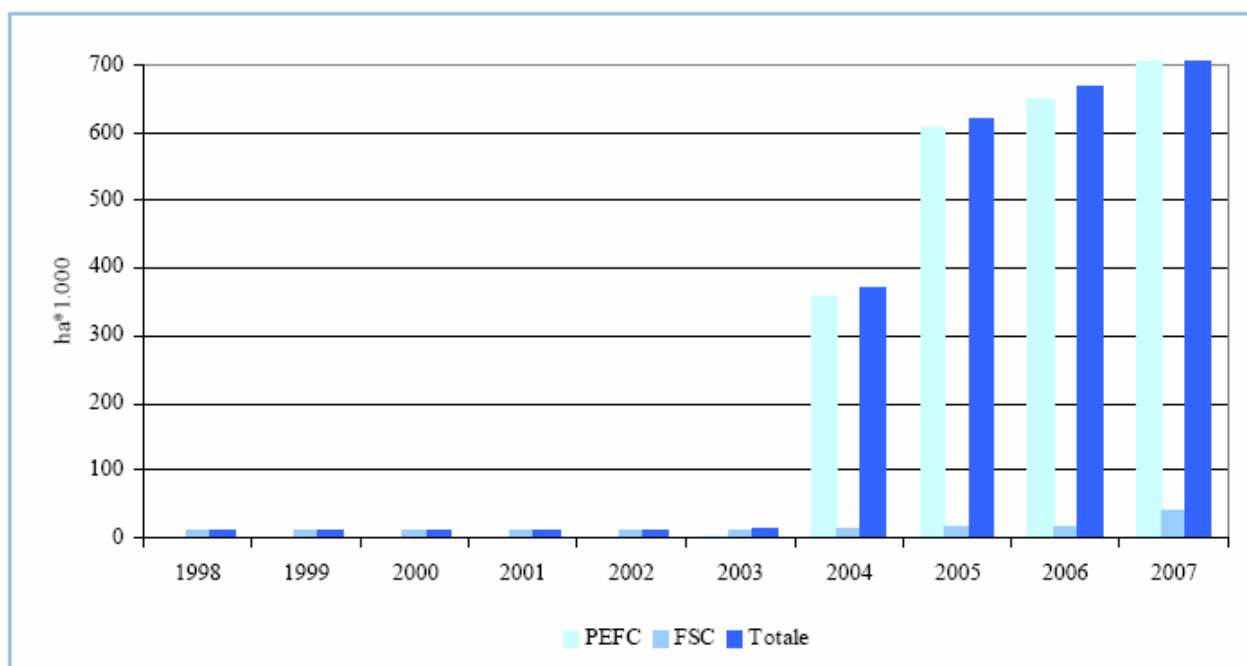
La prima certificazione forestale italiana (e dell'intero arco alpino) è stata ottenuta dalla Magnifica Comunità di Fiemme (Trento) nel 1997, secondo lo schema FSC. Solo dopo diversi anni, nel 2003, si è certificata un'altra realtà, in questo caso con lo schema PEFC, cioè il Consorzio Forestale dell'Amiata (Arcidosso – GR). Dal 2003 in poi si sono avute ulteriori certificazioni: circa 652.330 ha per il PEFC e circa 15.845 ha per l'FSC. Attualmente, circa il 7% della superficie forestale nazionale ha ottenuto questo riconoscimento attraverso la certificazione di uno dei due schemi.

Complessivamente in entrambi gli schemi prevale la certificazione delle proprietà forestali private, ma è in crescita anche la certificazione delle proprietà pubbliche.

Come si può notare la certificazione forestale in Italia ha avuto dal 2003 un andamento costantemente crescente e tale trend è confermato anche dai dati riferiti al 2007. È importante rilevare che, allo stato attuale, la certificazione interessa quasi esclusivamente le regioni del centro nord.

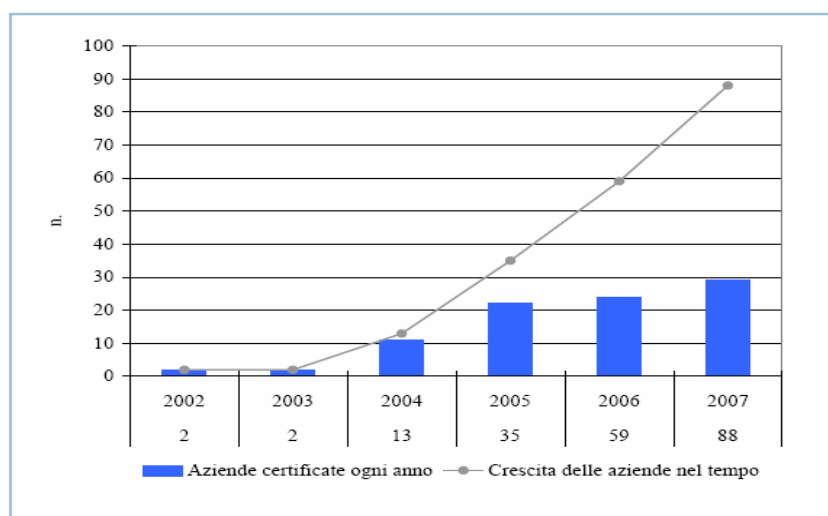
Fanno eccezione la Puglia e il comune di Calvello (Pz), con schema PEFC e il comune di Tempio Pausania (SS) dove, nel 2005, è avvenuta la prima certificazione di una sughereta italiana con

schema FSC. Il trend di crescita delle certificazioni è positivo, inoltre, se è vero che, grazie soprattutto alle certificazioni PEFC, le regioni alpine ospitano una porzione maggioritaria dell'intera superficie forestale certificata nazionale, deve anche essere sottolineato che sono numerose, benché meno estese, le realtà appenniniche già certificate: oltre al già citato Consorzio dell'Amiata (PEFC), devono essere ricordati il bosco di Piegara (PG), la Riserva Naturale di Monte Rumeno (VT) e il Consorzio Forestale Xiloimprese (SV), tutti certificati secondo gli standard FSC. Entrambi gli schemi, infine, seguono con attenzione la certificazione della pioppicoltura. Un primo pioppeto è stato certificato secondo lo schema del FSC nel 2003. Nel 2005, inoltre, il PEFC-Italia ha approvato i propri standard di certificazione per la pioppicoltura e sono già in corso i primi progetti di certificazione in Friuli Venezia Giulia e Piemonte.



Fonte: FSC; PEFC

Figura 1.12: Foreste certificate in Italia: evoluzione della superficie delle foreste certificate GFS in Italia

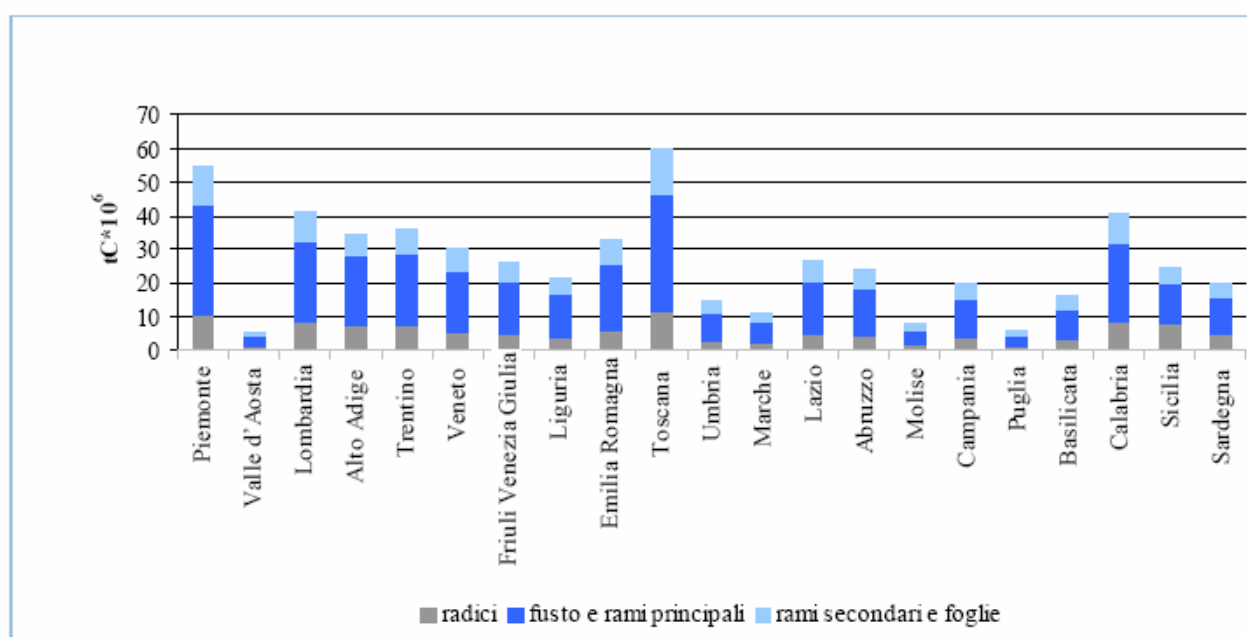


Fonte: PEFC

Figura 1.13: Sviluppo della certificazione PEFC per la catena di custodia

1.3.4.3 Contributo delle foreste nazionali al ciclo del carbonio globale

Gli *stock* di carbonio nelle foreste italiane sono in aumento, segnando un bilancio positivo tra le emissioni e gli assorbimenti di gas serra (*carbon sink*). Ciò è legato da una parte alle politiche di conservazione (con bassi indici di deforestazione) e di tutela delle foreste; dall'altra, a causa di complessi motivi economici e sociali, a una riduzione del volume dei prelievi legnosi (anche se negli ultimi anni, soprattutto a causa degli alti prezzi dell'energia, si è registrata una ripresa dei prelievi di legna a fini energetici). Un *trend* positivo importante si registra su quelle aree precedentemente impiegate per altri usi e convertite poi in foreste (*other lands converted to forests*) per via degli interventi di riforestazione (terreni già in precedenza forestali) e afforestazione (terreni in precedenza non forestali). Maggiore preoccupazione destano le emissioni legate agli incendi e, nel breve-lungo periodo, la riduzione della capacità fissativa delle foreste per effetto dei cambiamenti climatici in corso.



Fonte: Elaborazione ISPRA su dati MiPAAF, ISTAT

Figura 1.15: Stock della biomassa viva nelle foreste italiane - ripartizione per regione (2007)

In tutte le Figure e Tabelle rappresentate i dati sono elaborati da un modello di stima sviluppato dall'ISPRA (già APAT) e denominato CSEM (*Carbon Stock Evaluation Model*). Secondo il modello adottato, che applica le metodologie di stima sviluppate in ambito IPCC e approvate dall'UNFCCC, nel 2007 la quantità di carbonio fissato nelle foreste italiane (*carbon stock*) è stata pari a 1.168 milioni di tonnellate di carbonio (MtC). Di queste, 557 MtC (47,6% del totale) sono stoccate nella biomassa viva, 35 MtC nella necromassa (3,0%) e 576 MtC nel suolo (49,4%). La Figura 1.15 riporta la ripartizione del *carbon stock* della biomassa viva nelle diverse regioni italiane e tra i diversi compartimenti (fusto, rami e foglie, radici). Gli *stock* di carbonio delle foreste del nostro Paese sono ancora in una fase di crescita. Ciò è dovuto essenzialmente all'espansione della superficie forestale nazionale e al fatto che le foreste italiane, essendo state sovrautilizzate nel recente passato, si trovano oggi al di sotto della fase di equilibrio nel lungo periodo e, pertanto, in un processo di espansione di biomassa (e quindi di carbonio). Sempre nel 2007 (Figura 1.16), il *sink* di carbonio per effetto degli accrescimenti nei diversi componenti che costituiscono un ecosistema forestale (biomassa, lettiera e suolo) e delle perdite (dovute ai prelievi legnosi, agli incendi e alle cause naturali), è stato pari a 4,04 MtC (pari a 14,8 Mt di CO₂). Il più basso valore

del *carbon sink* nel 2007 rispetto al periodo considerato dipende essenzialmente dalle forti perdite (3,5 milioni di CO₂ equivalenti di emissioni) legate all'elevato regime di incendi registrato nello stesso anno (quasi 107 mila ettari coinvolti).

1.4 Analisi servizi offerti dal parco

1.4.1 Stato di attuazione del progetto di “Start up”

Nell'Ottobre del 2007 il Consiglio Direttivo del Parco nazionale dell'Appennino toscano-emiliano ha approvato il Piano di Start Up⁸ finalizzato soprattutto ad attivare i progetti e le azioni dell'Ente al di là dell'attività ordinaria che ha caratterizzato gli anni della gestione commissariale, in particolare nelle attività di promozione e marketing territoriale⁹ sia nei confronti di potenziali visitatori, sia nei confronti dei residenti per rafforzarne il senso di appartenenza.

Il Piano di Start Up era ed è, a tutti gli effetti, da considerarsi un documento preparatorio e propedeutico alla stesura ed attuazione del Piano pluriennale economico e sociale per la promozione delle attività compatibili, le cui azioni sono state articolate secondo due strategie, distinte tra loro, ma complementari:

- una serie di interventi, in gran parte strutturali, agiranno sul territorio del Parco (*marketing interno*). Queste azioni saranno mirate ad accrescere la consapevolezza nei residenti delle potenzialità del territorio e ad accogliere i visitatori dando loro gli strumenti per conoscere ed apprezzare il Parco.
- una serie di interventi, essenzialmente di comunicazione, saranno rivolti a promuovere le peculiarità del Parco a livello nazionale ed internazionale (*marketing esterno*), rivolgendosi in particolar modo a target di visitatori ben definiti e capaci di apprezzare le peculiarità del Parco (eco-turismo, turismo enogastronomico, turismo sportivo, turismo scolastico)

Ad un anno e mezzo dalla stesura del Piano di Start Up la maggior parte degli interventi strutturali sono stati finanziati ed in parte sono già attivi i cantieri, mentre questi tutti gli interventi di comunicazione sono stati resi operativi.

⁸ Con il termine START UP si identifica l'operazione e il periodo durante il quale si avvia l'attività di un'impresa o di una organizzazione. La fase di START UP è prevalentemente caratterizzata da processi organizzativi, operazioni di acquisizione delle risorse tecniche, definizione delle gerarchie, ricerca di personale, ma anche definizione della mission e pianificazione delle attività di marketing.

⁹ Con il termine marketing territoriale si intende “l'insieme degli strumenti per le promozioni del prodotto del territorio” attraverso una comunicazione capace di valorizzarne le potenzialità di sviluppo e le caratteristiche socioeconomiche e ambientali e di incentivare l'imprenditorialità locale, nazionale ed estera. Si parla di marketing territoriale nel momento in cui si applicano ai sistemi territoriali alcune strumentazioni del marketing applicato ai sistemi aziendali. Apparentemente, l'obiettivo è quello di costruire il prodotto territorio e di renderlo attraente per residenti, imprese locali (marketing interno), gli investitori esterni e nazionali, nonché cittadini potenziali o semplici turisti (marketing esterno). In realtà il marketing territoriale ha lo scopo di realizzare una pluralità di obiettivi che vanno dal rafforzamento del tessuto economico esistente, allo sviluppo di nuova imprenditorialità, alla diffusione di competenze e innovazione e all'attrazione di potenziali utenti. Per questo motivo si può pensare al Marketing territoriale come a una strategia capace di posizionare il territorio rispetto a un preciso target di domanda, che è in primo luogo interno, ovvero da ricercare nei cittadini e nelle imprese che abitano in quel territorio. Proprio perché prospettiva strategica, il marketing territoriale dovrebbe essere il risultato di una politica di sviluppo locale che “riposiziona” il territorio in base alle preferenze dei cittadini e alle necessità del mercato.

14.1.1 Centri Visita ed Info Point

Attualmente sono attivi tre Centro Visita del Parco nazionale dell'Appennino tosco-emiliano, tutti in convenzione con operatori turistici privati e allestiti/organizzati secondo delle Linee Guida comuni, licenziate dal parco nazionale e coerenti ai paradigmi dell'immagine coordinata.

Questi sono:

- Agriturismo Montagna Verde ad Apella di Licciana Nardi (MS)
- Agriturismo Valle dei Cavalieri a Succiso di Ramiseto (RE)
- Locanda Il Castagno a Ponteccio di Giuncugnano (LU)

Oltre ai Centri Visita il Parco sta realizzando 15 info Point, elementi di arredo-informativo multimediale che saranno posizionati in altrettanti locali pubblici caratterizzati da elevata frequentazione da parte di turisti e residenti. Gli info point avranno

- uno spazio-bacheca libero, attraverso cui distribuire il materiale cartaceo promozionale dei singoli eventi realizzati o patrocinati dal Parco
- una vetrinetta chiusa, dove rivendere i gadget del Parco
- un computer *touch screen* attraverso cui conoscere, attraverso percorsi di lettura, le emergenze e le peculiarità del Parco nazionale in ambito naturalistico, storico, culturale, enogastronomico e sportivo.

14.1.2 Porte del Parco

Il Parco nazionale ha ottenuto il finanziamento sul "POR - FESR 2007-2013 ASSE 4" della Regione Emilia Romagna di 8 Porte del Parco per cui stanno partendo i cantieri. Queste sono:

- La "Porta dell'Appennino" in località Fariolo a Castelnovo ne Monti.
- La "Porta dei Gessi" in località Poiano a Villa Minozzo
- La "Porta dei Cavalieri" in località Gazzolo a Ramiseto
- La "Porta delle due Valli" in località Sparavalle a Busana
- La "Porta Euro- mediterranea" in località "Passo del Cerreto" a Collagna
- La "Porta Acqua e Energia" a Ligonchio
- La "Porta del Cervo" in località Parco Flora di Cervarezza a Busana
- "La "Porta Sports e Natura" in località Febbio a Villa Minozzo

Analogamente sono state candidate sul POR - FESR 2007-2013 Misura 2.2" della Regione Toscana 7 Porte del Parco

- “Porta Francigena”, in località Pieve di Santo Stefano di Sorano (Filattiera)
- “Porta Euro mediterranea”, presso il passo del Cerreto (Fivizzano)
- “Porta della Lunigiana”, in località Serriciolo (Fivizzano)
- “Porta del cielo”, sulla sommità del Monte Giovo (Comano)
- “Porta dei Cavalieri”, presso il passo del Lagastrello (Comano)
- “Porta della Verrucola”, ai piedi della omonima fortezza (San Romano Garfagnana)
- “Porta della Pania” (Villacollemandina)

L'erogazione di questo finanziamento è vincolata al completamento dell'iter di approvazione del Piano del Parco.

1.4.1.3 Sito Internet

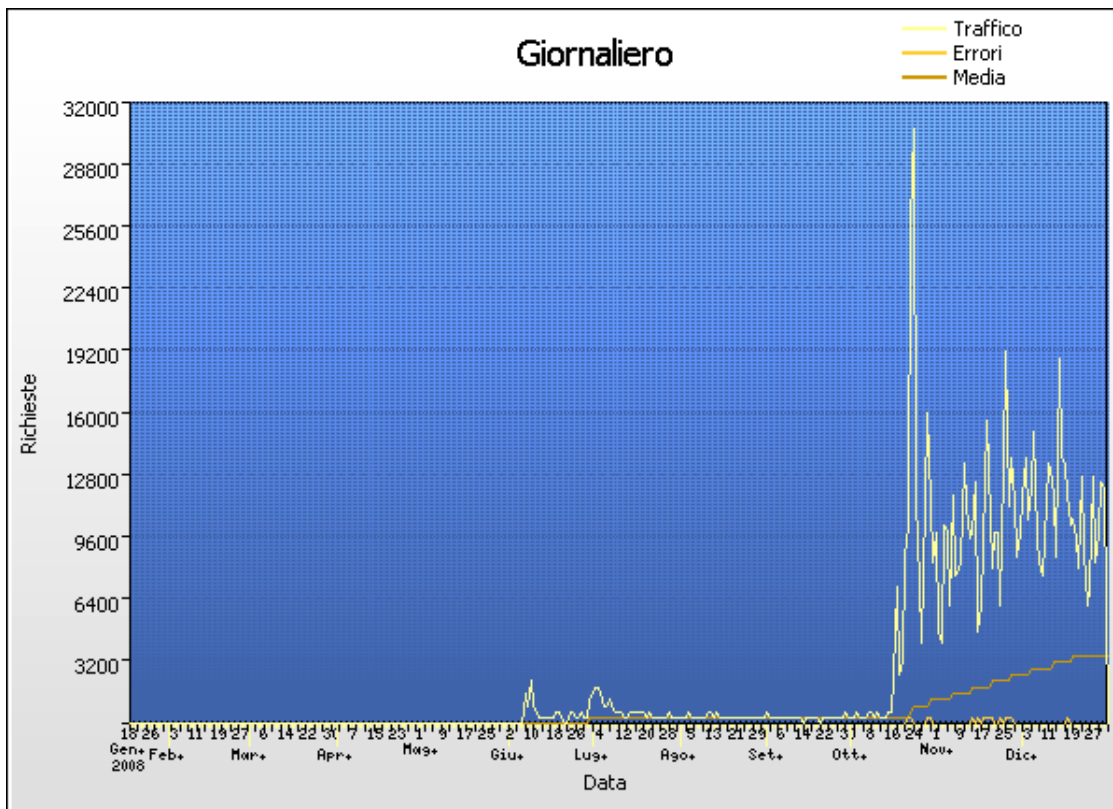
Il nuovo sito internet del Parco nazionale dell'Appennino toско-emiliano, caricato sul dominio www.parcoappennino.it è attivo da Ottobre 2008. I contenuti del sito e l'attenzione suscitata sono cresciuti costantemente ed oggi rappresenta un indispensabile strumento di comunicazione dell'Ente e di promozione del territorio.

Dal confronto dei dati tra il 2008 ed i primi mesi del 2009 emerge chiaramente come il sito stia crescendo in contatti medi giornalieri (da 3500 alla fine del 2008 ai 15000 di fine maggio 2009) sia di tempo passato in consultazione sulle pagine del sito del Parco.

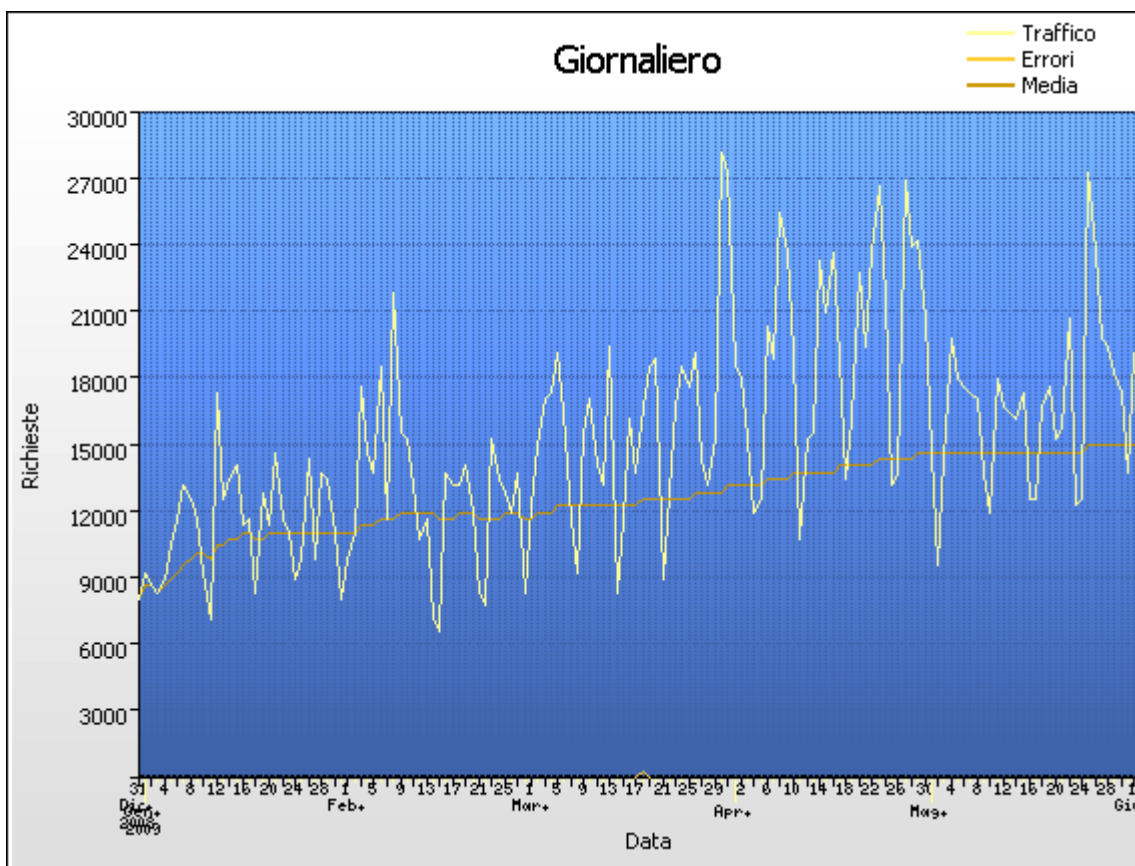
Diminuiscono invece le pagine che hanno riscontrato errori.

	2008	2009 (dal01/01 al 30/5)
Total Hits	900.264	2.469.525
Total Cached Hits	224.694	571.837
Unique Visitors	20.007	26.263
Visitor Sessions	65.953	98.405
Average Visitors Per Hour	2.40	6.82
Files Downloaded	66	60
MB Transferred	10.341,14	27.669,46
Most Popular Search Term(s)	parco	Parco
Pages Containing Errors	15.461	11.676
Invalid Log File Lines	0	0

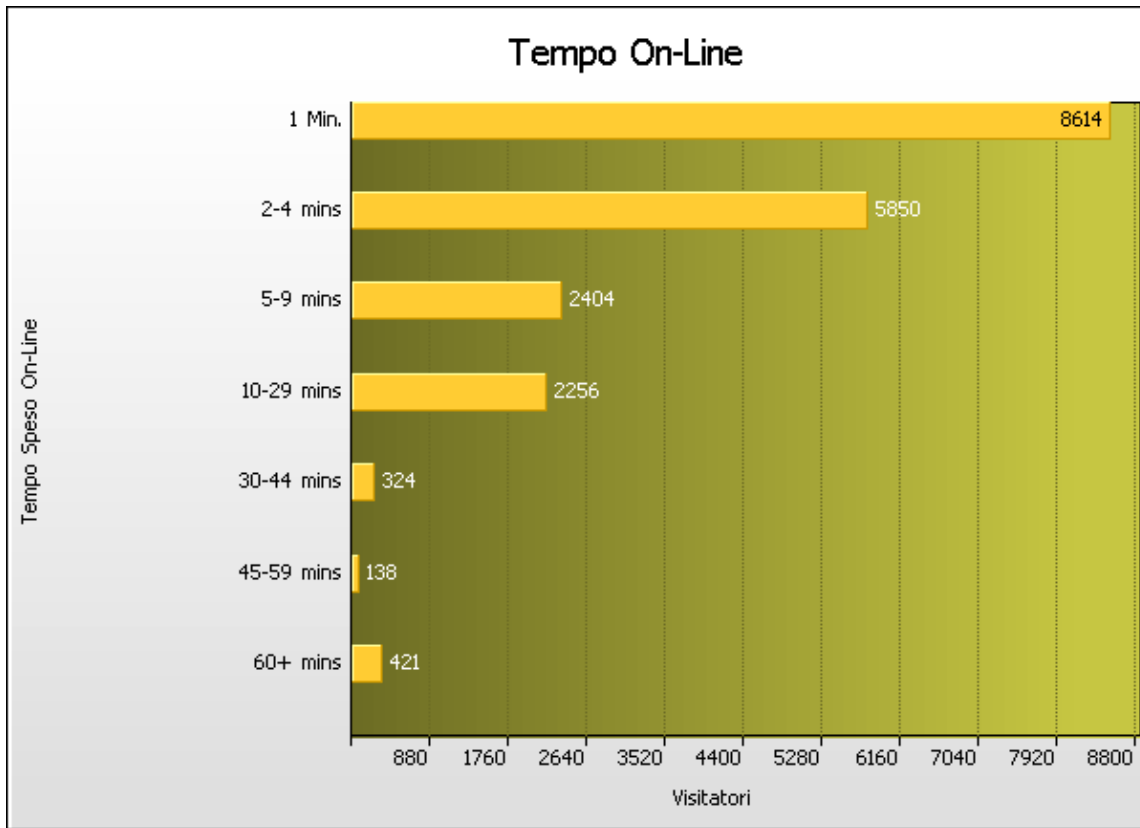
Contatti 2008



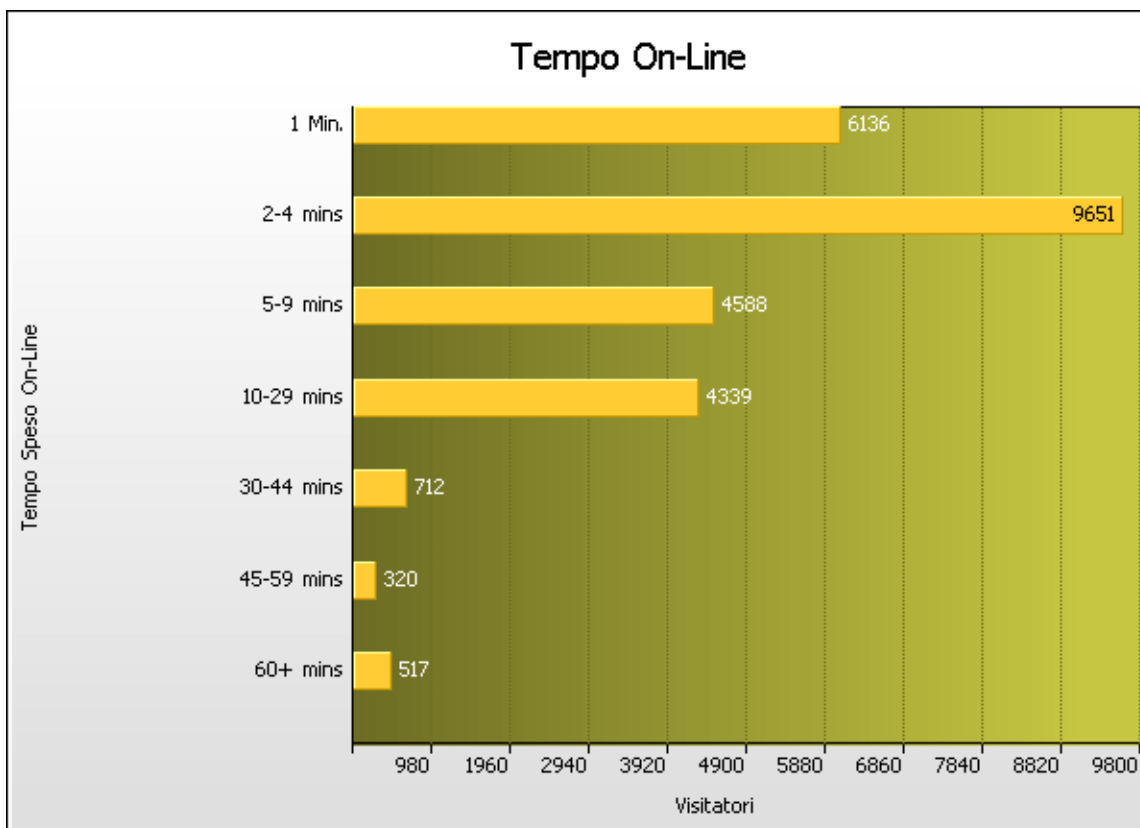
Contatti 2009 (dal 01/01/09 al 30/05/09)



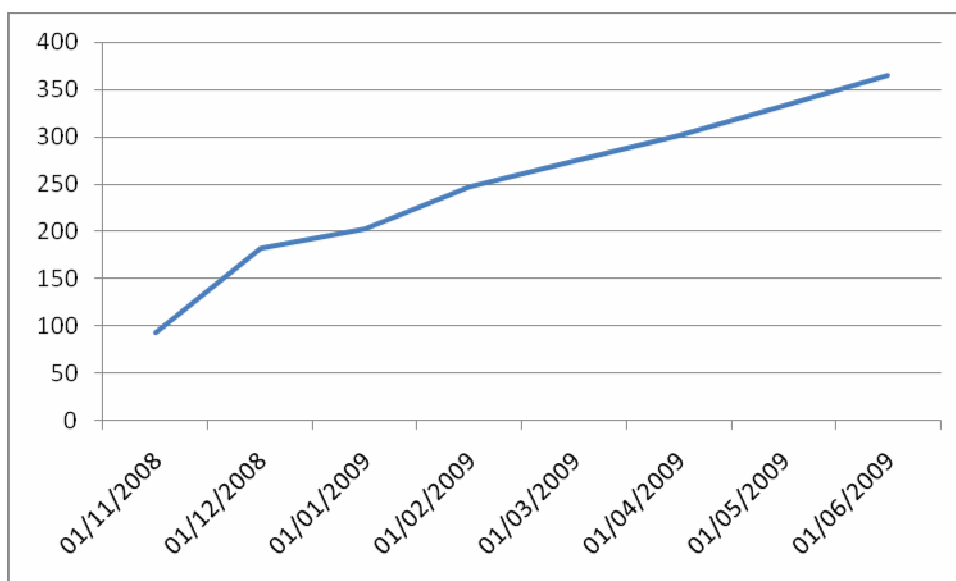
2008



2009 (dal 01/01/09 al 30/05/09)



Dal 1 novembre 2008 il Parco ha attivato anche una newsletter che invia periodicamente ad una mailing list di interessati; anche gli iscritti a questa mailing-list sono costantemente cresciuti.



Le pagine più visitate del sito internet sono quelle della sezione DOVE DORMIRE <http://www.parcoappennino.it/it/sog.php> nel cui ambito il parco nazionale, ad oggi, offre visibilità gratuita a 180 strutture ricettive:

- 58 alberghi
- 44 agriturismo
- 16 B&B
- 15 rifugi
- 11 ostelli
- 11 residence
- 10 case vacanze
- 6 campeggi
- 4 affittacamere
- 3 appartamenti
- 2 locande

Nella sezione DOVE MANGIARE <http://www.parcoappennino.it/it/mangiare.php> inoltre vengono data visibilità gratuita, ad oggi, a 35 esercizi di ristorazione:

- 26 ristoranti
- 5 rifugi
- 1 agriturismo
- 3 altre categorie

Per potenziare la propria presenza sul web e convogliare il maggior numero di visitatori sul proprio sito il Parco nazionale da Dicembre 2008 ad oggi ha attivato anche diversi profili sui principali Social network anche in questo caso ricevendo molti consensi:

- **Facebook**
<http://www.facebook.com/parcoappennino>
1689 *amici*
901 fan della pagina <http://www.facebook.com/parcoappenninotoscoemiliano>
- **Flickr – condivisione di foto e brevi video**
<http://www.flickr.com/photos/parcoappennino/>
Visualizzazioni totali 866
36 contatti
- **Twitter - microblogging**
<http://twitter.com/parcoappennino>
37 aggiornamenti
55 followers
- **Youtube – condivisione video**
<http://www.youtube.com/parcoappennino>
Joined: April 07, 2009
Videos Watched: 35
Subscribers: 2
Channel Views: 74
- **Slideshare – condivisione di presentazioni powerpoint e documenti .doc**
<http://www.slideshare.net/parcoappennino>
1 presentazione caricata vista 29 volte
- **Strumenti per live blogging**
<http://daparcoaparco.tumblr.com/>
<http://parcoappennino.tumblr.com/>
Seguiti da circa 300 persone

1.4.1.4 Guida Verde del TCI

Nell'Agosto 2008 è stata pubblicata dal Touring Club Italiano la Guida d'Italia collana Verde sul Parco nazionale dell'Appennino tosco-emiliano.

Il Parco nazionale anche grazie ai contributi di Provincia di Reggio Emilia, Provincia di Lucca, Provincia di Parma, Provincia di Massa Carrara, PCCIAA di Reggio Emilia, CCIAA di Lucca, CCIAA Massa Carrara, APT Massa Carrara, Unione Appennino e Verde ha acquistato 5.000 copie in italiano e 3.000 in inglese della suddetta Guida. Tali copie (non vendibili) sono state destinate a:

1. Omaggio ad ospiti eccellenti e relatori di convegni nonché per attività di rappresentanza
2. Premi in eventi sportivi organizzati sul territorio
3. Distribuite in workshop di promozione turistica in Italia e all'estero
4. regalate agli operatori turistici del territorio, affinché le mettessero in consultazione dei propri clienti
5. regalate alle biblioteche comunali e scolastiche

Il Parco ha inoltre acquistato altre 700 copie in Italiano e 300 in inglese prezzate (ovvero vendibili), fungendo poi da distributore, rivendendola a vari soggetti del territorio (edicole, rifugi, alberghi, negozi prodotti tipici, centri sportivi....) affinché sul territorio del Parco ed in particolare nei luoghi turistici la guida fosse in vendita e facilmente reperibile dagli interessati. Ad oggi si contano circa 80 punti vendita della Guida nel territorio dei Comuni del Parco.

La guida è in vendita in tutte le principali librerie italiane oltre che on-line sul sito del Touring Club Italiano, sul sito di Parks.it e su altri siti di vendita on-line di libri.

1.4.1.5 Brochure

A Maggio 2009 è stata stampata in 30.000 copie la brochure bilingue (italiano-inglese) di promozione turistica del Parco nazionale. Oltre alla brochure è stata anche realizzata la carta illustrata delle emergenze del Parco che ne costituisce il paginone centrale, tale carta illustrata è stata anche stampata in blocchi di "tovagliette a strappo" (1000 blocchi da 100 fogli l'uno) particolarmente adatte alla distribuzione presso gli operatori turistici.

La brochure è stata presentata in vari contesti e distribuita a:

1. centri visita, sedi e punti operativi del Parco nazionale
2. Principali uffici di informazione turistica delle Province del Parco nazionale
3. Principali operatori turistici del territorio del Parco (prevalentemente distribuita la carta illustrata nei blocchi di "tovagliette a strappo")

La brochure e la carta illustrata verranno inoltre distribuite in tutti gli eventi che il Parco organizzerà e patrocinerà.

1.4.1.6 Carta dei sentieri e dell'escursionismo

Il Parco nazionale ha affidato, tramite specifica gara, l'incarico per la realizzazione stampa e commercializzazione della carta dei sentieri e dell'escursionismo del proprio territorio. La consegna della carta e l'avvio della commercializzazione è prevista per la fine di Luglio 2009.

1.4.1.7 Indicazioni stradali

Sono stati collocati cartelli stradali, secondo le regole urbanistiche vigenti e riportanti il logo del Parco nazionale in prossimità di tutte le principali vie di accesso al territorio del Parco in particolare alle uscite dei caselli autostradali. Le indicazioni sono poi poste lungo tutto il percorso per il crinale appenninico indicando anche varie possibilità di destinazione.

1.4.1.8 Web-cam

Il Parco nazionale dell'Appennino tosko-emiliano non ha ancora installato web-cam di propria proprietà, tuttavia nella pagina ha <http://www.parcoappennino.it/it/webcam.php> ha linkato gratuitamente pagina internet di altri soggetti che illustrano il territorio del Parco ed in particolare i seguenti panorami:

- Castelnovo Né Monti
- Appennino Parmense
- Passo del Cerreto
- Sparavalle
- Pietra Bismantova
- Monte Caio e Valle Cavalieri
- Monte Fuso
- Monte Ventasso
- Monte Cavalbianco
- Monte Prampa
- Monte Cusna
- Monte Sillano
- Monte Castelletto
- Stazione sciistica di Febbio
- Stazione sciistica di Pratospilla
- Stazione sciistica di Cerreto Laghi
- Rifugio Lagdei

1.4.1.9 Aggiornamento cartellonistica

Attualmente è in corso da parte del CTA del CFS alle dipendenze funzionali del Parco nazionale il censimento ed alla georeferenziazione della cartellonistica esistente, sia di quella direttamente correlata al parco nazionale (o ai parchi regionali), sia di quella più in generale di promozione turistica/territoriale/naturalistica- L'obbiettivo del censimento e della georeferenziazione è quello di avere elementi esaustivi per programmare delle attività di bonifica della cartellonistica non più valida, di manutenzione laddove necessaria ed opportuna, di completamento laddove mancante.

1.4.1.10 Gadget

Non sono stati ancora realizzati gadget, ad eccezione della stampa di un segnalibro per recuperare lo sfrido della stampa delle copertine della brochure.

1.4.2 Le potenzialità della marca Parco nazionale dell'Appennino tosco-emiliano

Nell'autunno 2008, il Parco nazionale in collaborazione con il G.A.L. Antico Frignano Appennino Reggiano ha commissionato¹⁰ un'indagine di marketing denominata "Il Gusto del Parco" finalizzata alla valutazione delle potenzialità della *marca* Parco nazionale dell'Appennino tosco-emiliano con particolare attenzione alle relazioni che essa può avere con i principali prodotti agro-alimentari tipici del territorio.

L'indagine di marketing è stata realizzata mediante eventi organizzati negli Ipermercati e Supermercati della grande distribuzione (Conad e Palm) delle aree limitrofe al Parco nazionale dell'Appennino Tosco – Emiliano.

	Calendario Eventi Gdo																				
	Settembre											Ottobre									
	Ven	Sab	Merc	Gio	Ven	Sab	Ven	Sab	Mer	Gio	Ven	Sab	Ven	Sab	Ven	Sab	Ven	Sab	Ven		
	5	6	10	11	12	13	19	20	24	25	26	27	3	4	10	11	17	18	24	25	31
CONAD Le Querce (RE)																					
PAM Fosdinovo (MS)																					
CONAD Campus (PR)																					
PAM via Diaz (LU)																					
CONAD Il Colle (Albinea - RE)																					
PAM via Aurelia (Viareggio -LU)																					

La meccanica promozionale degli eventi è stata studiata per valorizzare la "marca territoriale" Parco Nazionale dell'Appennino Tosco – Emiliano come "contenitore" per veicolare le eccellenze del territorio.

Nello specifico la meccanica ha previsto:

- l'allestimento di uno stand espositivo esclusivamente dedicato alla marca istituzionale Parco Nazionale dell'Appennino Tosco - Emiliano;
- l'animazione dello stand con hostess che hanno attratto e coinvolto i clienti del punto vendita;
- la presenza di un esperto del parco con un ruolo istituzionale;
- la degustazione di prodotti tipici delle aree del parco, in modo particolare Parmigiano Reggiano, Prosciutto Crudo di Parma e Farro della Garfagnana: non si tratta di una promozione di prezzo ma si tratta di una doppia esposizione di referenze già presenti nell'assortimento del punto vendita.



¹⁰ Indagine svolta da "POPConsulting – retail marketing solution" www.popconsulting.com

Le giornate evento sono state studiate per ottimizzare due aspetti cardine della dinamica promozionale:

1. distribuzione del materiale informativo relativo al Parco Nazionale;
2. degustazione dei prodotti tipici del Parco Nazionale (Parmigiano Reggiano, Crudo di Parma e Farro della Garfagnana).

Per conciliare questi due aspetti, i vincoli dei due attori (GDO e Parco Nazionale) e massimizzare gli obiettivi promozionali, la giornata tipo è stata strutturata secondo i seguenti orari*:

- 9.30-11.30 distribuzione del materiale informativo
- 11.30 alle 13.00 - 13.30 degustazione prodotti tipici
- 13.30 – 17.30 distribuzione del materiale informativo
- 17.30 – 19.30 degustazione prodotti tipici

I momenti dedicati alla degustazione dei prodotti tipici sono stati critici per il Successo della promozione, durante i quali:

- una promoter era responsabile della degustazione dei prodotti;
- una promoter era responsabile della distribuzione del materiale informativo;
- la figura istituzionale, rappresentante del Parco Nazionale, doveva:
- coordinare le promoter;
- relazionarsi con i clienti che desideravano avere approfondimenti sul Parco Nazionale;
- analizzare il comportamento dei consumatori che interagivano con la zona evento;
- distribuire i questionari.

1.4.2.1 Il metodo delle interazioni

Per analizzare i comportamenti dei consumatori durante la degustazione dei prodotti tipici è stato utilizzato *il metodo empirico delle interazioni*. Questo strumento consente di valutare i principali comportamenti “dominanti” dei clienti presso la zona evento e standardizzarli in una griglia.

La griglia adottata per questo progetto è la seguente:

1. Passa _ il cliente del punto vendita passa presso la zona evento ma non si ferma
2. Osserva il cliente che passa si sofferma e osserva la _ dinamica promozionale
3. Interagisce con la promoter _ la promoter coinvolge con il consumatore/cliente
4. Chiede Informazioni _ il consumatore/cliente in modo proattivo chiede

approfondimenti sull'iniziativa al personale che presidia l'area evento

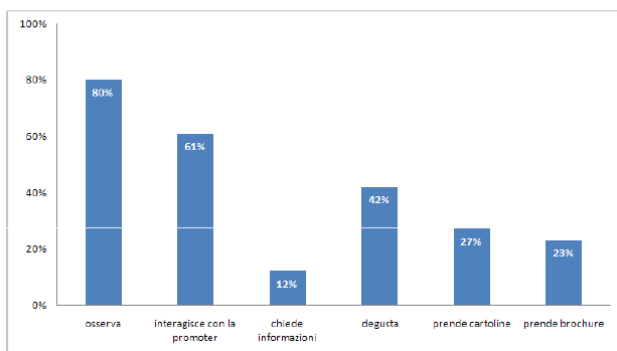
5. Degusta i prodotti tipici

6. Prende le cartoline del parco

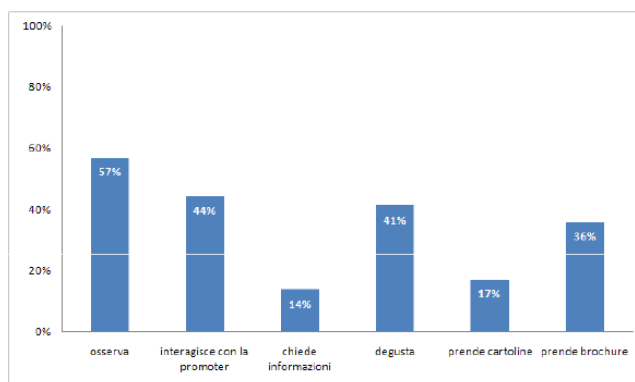
7. Prende la brochure informativa del parco

La base per il calcolo delle % è il numero assoluto di consumatori che passano presso lo stand durante la degustazione perché, cioè tutti coloro che interagiscono visivamente con l'area promozionale durante la degustazione.

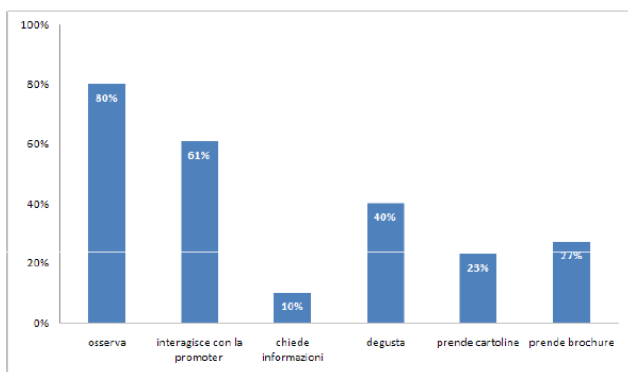
Centro Commerciale Conad "Le Querce"
Reggio Emilia 10-13 Settembre



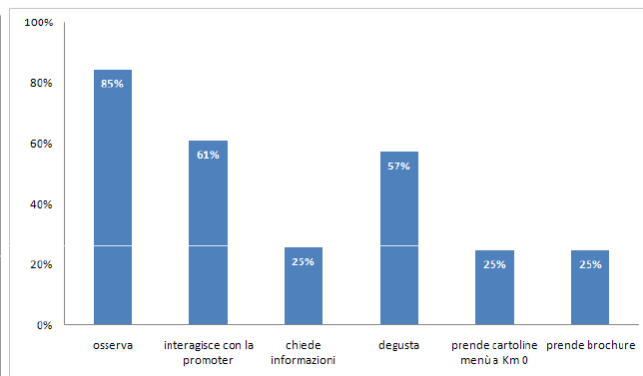
Supermercato Pam "Malaspina"
Fosdinovo (MS) 19/20 Settembre



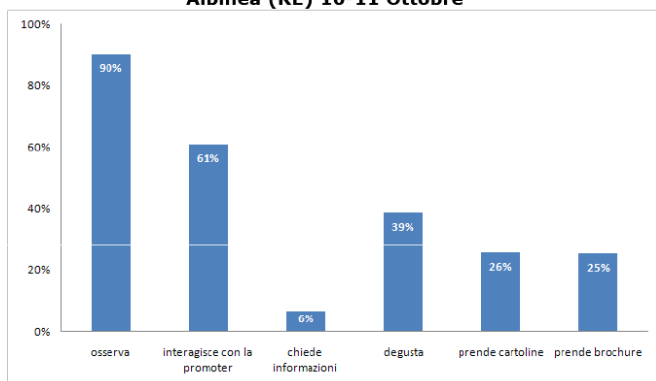
Supermercato Conad "Campus"
Parma 24-27 Settembre



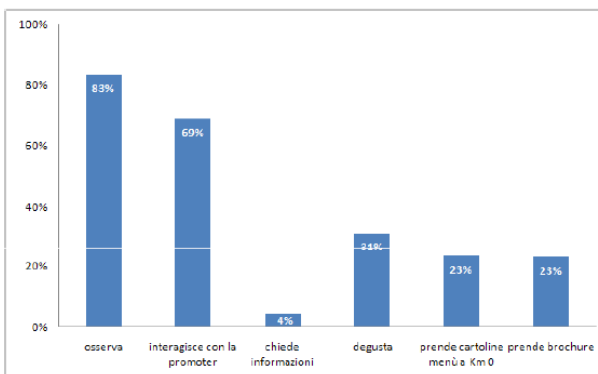
Supermercato Pam "Diaz"
Lucca - 4 Ottobre



**Centro Commerciale Conad "Il Colle"
Albinea (RE) 10-11 Ottobre**



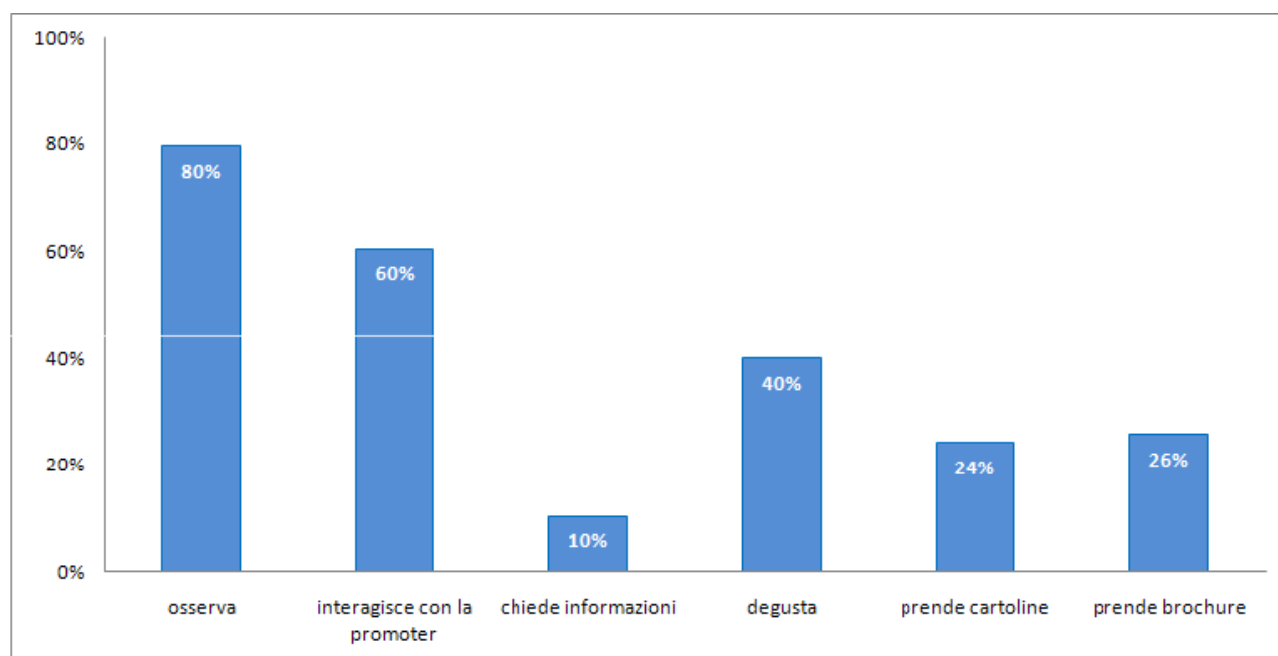
**Supermercato Pam "Aurelia"
Viareggio (LU) 17-18 Ottobre**



Le principali considerazioni che emergono dall'analisi delle interazioni dei consumatori durante la degustazione sono le seguenti

La marca Parco Nazionale e la promozione suscitano forte interesse:

- l'80% delle persone che passano presso la zona evento si sofferma e osservano la dinamica promozionale;
- il 60% dei consumatori che passano presso la zona interagisce con le promoter per degustare e ricevere materiale informativo di approfondimento;
- Il 10% dei consumatori ha un atteggiamento proattivo e chiede informazioni e approfondimenti senza essere prima coinvolto dalle promoter.



Il materiale di comunicazione distribuito è completo e soddisfa le esigenze informative dei clienti nei punti vendita. In modo particolare è stata apprezzata la brochure informativa del Parco Nazionale che ne descrive le eccellenze e fornisce i riferimenti per successivi contatti (sedi, numeri di telefono, indirizzi e sito internet).

Le cartoline con l'elenco dei produttori di prodotti tipici e il calendario autunnale degli eventi sono state percepite come materiale informativo aggiuntivo a corredo di quello fornito dalla brochure.

1.4.2.2 Considerazioni qualitative sulla percezione del Parco Nazionale

Il presidio diretto e attivo dell'area promozionale ci ha consentito di instaurare un confronto con i clienti dei punti vendita.

Questo dialogo diretto con i consumatori ci ha permesso di formulare alcune importanti considerazioni qualitative sulla percezione del Parco Nazionale e sulle aspettative nei confronti dell'Ente.

Queste considerazioni qualitative sono state clusterizzate in quattro ipotetici target di consumatori che hanno interagito con la marca Parco Nazionale durante l'attività promozionale.

I gruppi di consumatori sono stati selezionati in base a due criteri fondamentali per definire le esigenze in modo mirato:

- Età anagrafica
- Conoscenza del territorio

Dall'incrocio delle due variabili possiamo tracciare una mappatura che mette in evidenza quattro cluster significativi :

“Gli esperti”: Sono coloro che conoscono realmente il territorio appenninico e il Parco Nazionale perché:

- sono residenti/villeggianti;
- sono emigrati le cui famiglie sono originarie dell'Appennino;
- lavorano in strutture private o pubbliche che hanno sede nell'Appennino;
- hanno attività produttive di vario genere che hanno sede nell'Appennino;

Questo cluster di consumatori è molto consapevole e informato sui molteplici aspetti relativi al territorio appenninico e al Parco Nazionale. Si aspettano molto dall'Ente Parco e sono realmente interessati alla complessità socioeconomica del territorio e alle molteplici opportunità che può offrire.

Questo specifico cluster di consumatori se coinvolto direttamente dall'Ente Parco Nazionale con queste iniziative è orgoglioso di poter ribadire e rinnovare il legame con il territorio.

Gli esperti si aspettano che:

- il Parco Nazionale allarghi i confini;
- che si realizzi un maggior coordinamento tra i vari soggetti privati e pubblici che operano sul territorio e nel territorio sia del Parco Nazionale sia dell'Appennino;

- il potenziamento del turismo come volano economico, che ad oggi sembra poco strutturato, sporadico/occasionale;
- che L'Ente Parco Nazionale faccia leva in modo deciso per lo sviluppo del territorio su altre due eccellenze:
- La storia. Aspetto quest'ultimo che emerge soprattutto per la provincia di Reggio Emilia ed è legato alla figura di Matilde di Canossa. In più di un'occasione hanno sottolineato come l'Appennino reggiano vanta una storia che i territori appenninici limitrofi non hanno.
- I prodotti tipici. In questo caso sia dal punto di vista della produzione che del consumo e quindi della ristorazione.
- Che queste attività di comunicazione – promozione del territorio verso i potenziali visitatori sottendano la volontà di instaurare una relazione diretta, continuativa e di lungo periodo con i potenziali fruitori del territorio.

“Gli adulti”: A questo cluster appartengono:

- i clienti tra i 30 e 60 anni
- le coppie sposate con figli
- le giovani coppie

Questo cluster di consumatori non conosce il Parco Nazionale e solo superficialmente il territorio appenninico. Ne hanno “sentito parlare”, l'hanno visitato solo sporadicamente e il più delle volte associano il Parco Nazionale all'ormai soppresso Parco regionale del Gigante.

Gli “adulti” sono curiosi di approfondire la conoscenza dell'Ente Parco Nazionale e chiedono frequentemente “chi rappresenta il Parco Nazionale?” “cosa fa il Parco Nazionale?”; i membri di questo cluster vogliono capire che opportunità offre loro territorio, da un punto di vista turistico, sportivo, gastronomico e culturale, legato alla riscoperta delle antiche tradizioni. In modo particolare le coppie sposate associano il Parco Nazionale e il territorio appenninico a un luogo tranquillo e sicuro, dove poter trascorrere momenti/ore/giornate in luoghi salubri e caratterizzati da uno stile di vita “a misura d'uomo”. E' “Gli adulti” un'opportunità per far riscoprire ai propri figli antiche tradizioni e antichi valori. In questo caso il territorio ha forti finalità educative.

“I giovani”: Non conoscono il Parco Nazionale e solo superficialmente l'Appennino. La maggior parte di loro associa questi territori all'idea di svago (staccare dalla realtà quotidiana), relax/riposo e sport per chi ama lo sci e l'escursionismo/trekking. Sono solo apparentemente disinteressati. Infatti se coinvolti dalle promoter si soffermano e cercano di capire che opportunità il territorio offre loro, chiedendoci “...cosa c'è per noi?”, “...cosa possiamo fare la?” “...perché dovremmo andarci?”. Si aspettano che il Parco Nazionale come ente territoriale li coinvolga in modo attivo e fornisca loro delle opportunità adeguate per conoscere e vivere il territorio.

“**Gli anziani**”: Hanno adottato spesso un atteggiamento scettico nei confronti dell’attività promozionale. Pensano di conoscere il territorio del Parco Nazionale “meglio di chi il Parco l’ha costituito”. In realtà molti di loro, se coinvolti sui temi della promozione (in modo particolare sul legame prodotto-territorio), dimostrano di ignorare molte delle eccellenze del territorio stesso.

Di fatto sono interessati quasi esclusivamente alla possibilità di degustare gratuitamente i prodotti e di poterli acquistare ad un prezzo vantaggioso.

Cluster ed Esigenze



1.4.2.3 Analisi dei questionari

I questionari (Questionari distribuiti: 141; Nominativi raccolti: 141; Questionari compilati: 31) sono un’ulteriore strumento d’analisi del target dell’attività promozionale in merito:

- all’indice di gradimento dell’attività promozionale;
- alla conoscenza della marca Parco Nazionale;
- alla conoscenza dei territori del Parco Nazionale;
- alla conoscenza del legame prodotto tipico – territorio;
- alla conoscenza delle attività svolte dal Parco Nazionale;
- l’interesse nei confronti della marca Parco Nazionale.

Il fatto che i nominativi raccolti e il numero di questionari compilati siano in valore assoluto molto bassi rispetto ai contatti sviluppati è legato alle seguenti motivazioni:

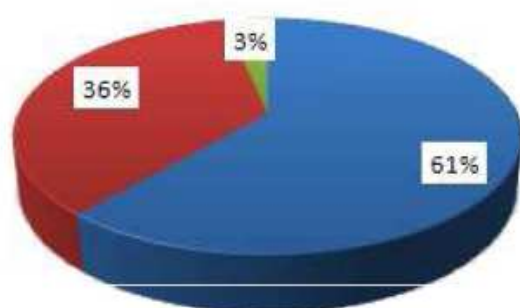
- la distribuzione del questionario era conseguente alla degustazione dei prodotti tipici
- la compilazione non era obbligatoria
- il questionario è molto approfondito e sonda diversi aspetti (num. domande 15): delimitare il campo d'analisi ad un numero minore di variabili avrebbe favorito la compilazione
- i consumatori potevano interagire con la zona evento non solo attraverso il questionario

ma anche:

- ricevendo materiale informativo di vario genere;
- degustando i prodotti tipici;
- relazionandosi con le promoter / esperto del parco.

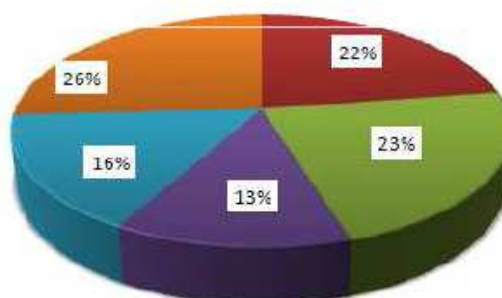
Non si può affermare che i dati raccolti in questa sede con questo strumento siano statisticamente rappresentativi, forniscono tuttavia interessanti indicazioni/linee guida.

Sesso Intervistati



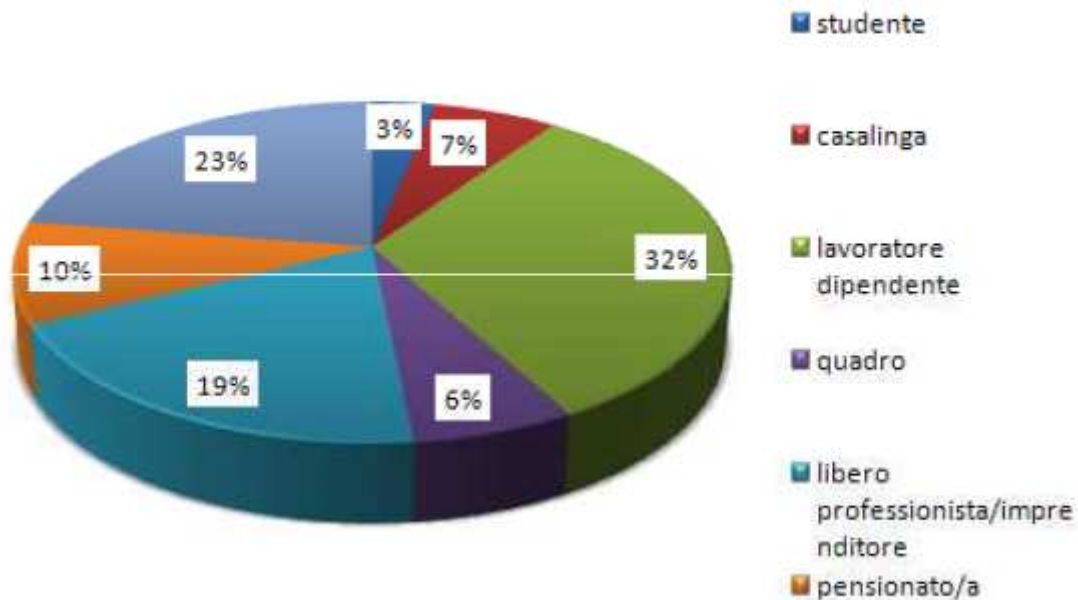
■ Maschio ■ Femmina ■ NR

Età Intervistati

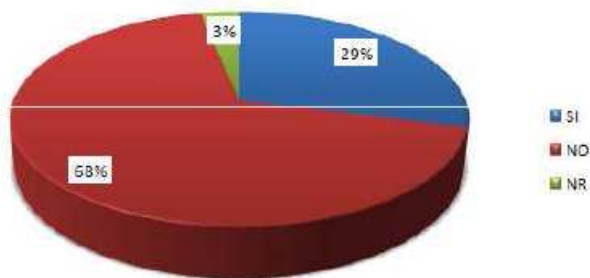


■ <18 ■ 19-35 ■ 36-50 ■ 51-65 ■ >66 ■ NR

Professione Intervistati



Oggi ha acquistato i prodotti tipici in degustazione?

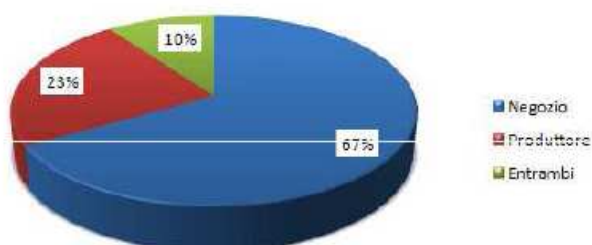


Il 29 % degli intervistati dichiara di acquistare i prodotti in degustazione.



1/3 dei clienti che degusta i prodotti li acquista.

Dove acquista solitamente i prodotti tipici in degustazione?

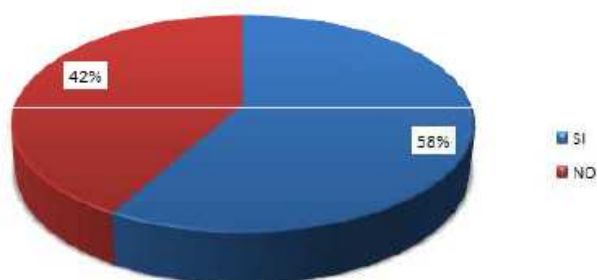


Il 67 % degli intervistati dichiara di acquistare i prodotti in degustazione in negozio *.

Le motivazioni di questa scelta sono due:

1. comodità legata al **risparmio di tempo**
2. nei pdv della grande distribuzione **possono trovare sempre in assortimento i prodotti tipici del Parco Nazionale**

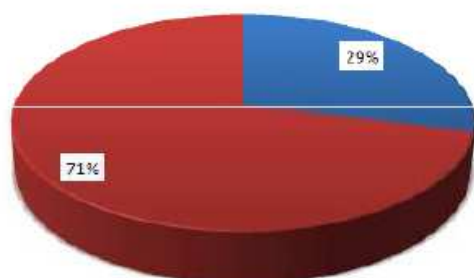
E' a conoscenza del fatto che questi prodotti tipici provengono dal territorio del Parco Nazionale dell'Appennino Tosco - Emiliano?



Il 58 % degli intervistati dichiara di essere a conoscenza del fatto che i prodotti tipici in degustazione sono legati al territorio del Parco Nazionale.

In realtà emerge piuttosto chiaramente durante il dialogo che i consumatori intervistati legano i prodotti tipici in degustazione al territorio appenninico.

Conosce i produttori di prodotti tipici che operano all'interno delle aree del Parco Nazionale dell'Appennino Tosco – Emiliano?

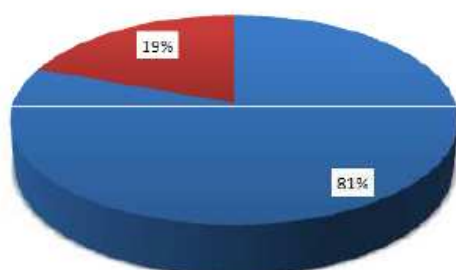


■ SI
■ NO

Il 71 % degli intervistati dichiara di non conoscere i produttori che operano nelle aree del Parco Nazionale.

Questa percentuale può essere interpretata correttamente se letta in funzione della domanda 5: la maggior parte degli intervistati acquista i prodotti tipici in negozio e non direttamente dai produttori.

È interessato a visitare i produttori di prodotti tipici che operano nelle aree del Parco Nazionale dell'Appennino Tosco – Emiliano?

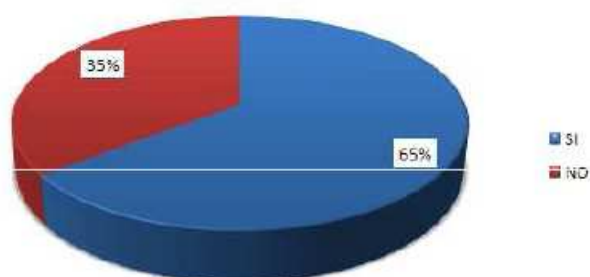


■ SI
■ NO

L'81 % degli intervistati si dimostra interessato a visitare i produttori che operano nelle aree del Parco Nazionale.

Nonostante non conoscano i produttori che operano nelle aree del Parco Nazionale (domanda 7); la maggior parte degli intervistati è attratto dalla possibilità di poterli visitare per approfondire la conoscenza del tessuto produttivo locale.

Conosce i territori del Parco Nazionale dell'Appennino Tosco - Emiliano?



Il 65 % degli intervistati dichiara di conoscere i territori del Parco Nazionale.

Se sì, quali località in particolare?

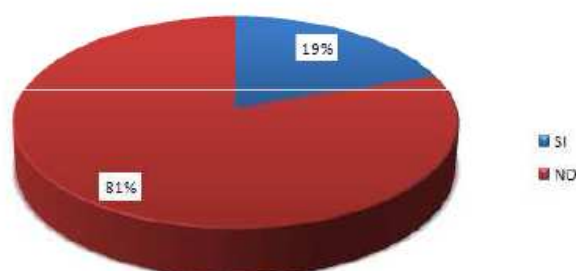
Località spontaneamente citate	Num. di citazioni
Comuni Appenninici della provincia di Reggio Emilia	6
Castelnovo ne Monti	4
Cerreto	4
Lagastrello	3
Cervarezza	2
Febbio	2
Corniglio	2
Cento Laghi	2
Piazza al Serchio	1
Castel Nuovo Garfagnana	1
Busana	1
Villa Minozzo	1
Ligonchio	1
Territori del Crinale Appenninico	1
Pradarena	1
Sillara	1

Il 65 % degli intervistati dichiara di conoscere i territori del Parco Nazionale (domanda 10).

In realtà, molti li conoscono solo superficialmente, come dimostra la questa griglia di citazioni spontanee.

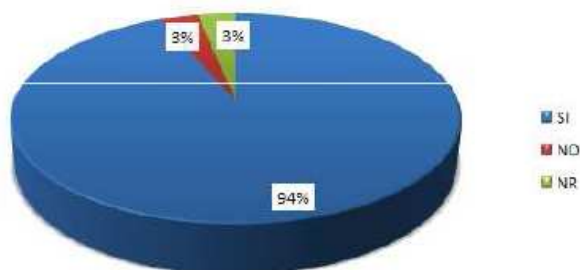
La percentuale del 65% (domanda 10) deve essere necessariamente riletta alla luce di questa considerazione.

Conosce le iniziative e gli eventi che il Parco Nazionale dell'Appennino Tosco - Emiliano organizza nel corso dell'anno?



Il 81 % degli intervistati non conoscere le iniziative e gli eventi che il Parco Nazionale organizza nel corso dell'anno.

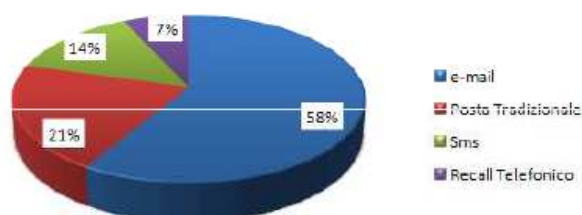
Le piacerebbe ricevere informazioni sulle iniziative che il Parco Nazionale dell'Appennino Tosco - Emiliano organizza durante l'anno?



La quasi totalità degli intervistati (94%) desidera essere informato sulle iniziative che organizza il Parco Nazionale durante l'anno.

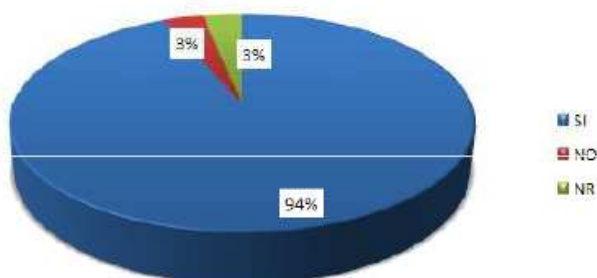
Questa % elevata sottolinea il desiderio dei consumatori di approfondire la conoscenza Parco Nazionale; non solo dei territori, ma anche delle iniziative e dei progetti.

Se sì come: posta tradizionale, posta elettronica, telefono o sms?



La maggior parte dei consumatori intervistati preferisce ricevere informazioni tramite posta (e-mail o posta tradizionale).

Parteciperebbe di nuovo ad iniziative come quella odierna?



La quasi totalità degli intervistati (94%) parteciperebbe nuovamente ad un'iniziativa come quella odierna.

■ SI
■ ND
■ NR

Questo dato sottolinea l'elevato indice di gradimento nei confronti di questa attività promozionale attività promozionale.

Dai questionari compilati emerge che consumatori intervistati:

- non conoscono la neonata marca Parco Nazionale dell'Appennino Tosco Emiliano;
- non conoscono i territori/confini del Parco Nazionale;
- non conoscono le attività e i progetti realizzati dall'Ente Parco;
- conoscono solo superficialmente il tessuto produttivo locale.

Dai questionari compilati emerge:

- che l'attività ha riscosso un elevato gradimento;
- il desiderio di approfondire la conoscenza del Parco Nazionale: territorio, iniziative e progetti,
- il desiderio da parte di consumatori di essere coinvolti in prima persona nelle varie iniziative che realizzerà il Parco Nazionale.

QUINDI

- **forte curiosità e forti aspettative nei confronti dell'Ente Parco Nazionale**
- **percezione sostanzialmente positiva della neonata marca Parco Nazionale dell'Appennino Tosco Emiliano**

1.5 Canali di finanziamento

Si è ritenuto opportuno rinviare a dopo la costruzione della “banca progetti” lo svolgimento dell’analisi dei canali di finanziamento disponibili per il Parco nazionale dell’Appennino tosco-emiliano e più in generale per tutti i soggetti pubblici e privati che possono operare per lo sviluppo economico e sociale compatibile del suo territorio.

I canali di finanziamento disponibili sono infatti per lo più temporalmente suscettibili a significative modifiche nella disponibilità, nelle modalità di accesso e nei obiettivi specifici per cui vengono erogate le risorse.

L’analisi dei possibili canali di finanziamento, così come previsto dal Documento di Indirizzo alla stesura del PPES approvato, è prevalentemente funzionale alla definizione delle priorità per i progetti inseriti nella “banca progetti” del piano. È perciò necessario effettuare tale analisi quando la banca progetti sarà definita, attribuendo le priorità ai progetti anche sulla base dei possibili canali di finanziamento realmente attivi in quella fase o per cui è prevedibile una imminente attivazione.

I canali di finanziamenti che verranno valutati saranno sia quelli pubblici di scala locale (province, regioni) che nazionale (ministeriali) ed europei, sia quelli privati (fondazioni, CCIAA, sponsorizzazioni private).

1.6 Riferimenti e link

AREA LUNIGIANA

- Provincia Massa Carrara:
 - o Quaderni per il governo del territorio, “La Variante al P.T.C. Di Massa-Carrara di adeguamento e conformità al P.I.T.”
 - o Quaderni per il governo del territorio, “Verso il nuovo P.T.C. – Rapporto di monitoraggio sullo stato del governo del territorio provinciale”
 - o www.provincia.ms.it
 - o Servizio Turistico della Provincia di Massa Carrara
- GAL Lunigiana:
 - o Estratto Analisi SWOT da SISL in fase di elaborazione
 - o Estratto Temi e misure da SISL in fase di elaborazione
- CCIAA Massa Carrara:
 - o Bando Regione Toscana per l’assegnazione dei finanziamenti relativi alla “Rete Toscana Commercio Qualità”
 - o Rapporto Economia 2008
- CM Lunigiana:
 - o Annuario Statistico 2008
 - o Annuario Statistico 2002
 - o Piano Pluriennale sviluppo socio-economico (2 volumi)

AREA APPENNINO REGGIANO

- Studio Confecooperative Reggio Emilia “Riconoscere la montagna”
- Programma di Sviluppo Rurale per la Regione Emilia Romagna 2007-2013, Gruppo di Azione Locale Antico Frignano e Appennino Reggiano
- Il Progetto di Sviluppo della Montagna Reggiana, Conferenza Economica della Montagna, 2008

AREA PARMA EST

- CM Appennino Parma Est:
 - o Accordo quadro per la costituzione del distretto turistico-ambientale Parma Est (2007)
 - o Intesa per il territorio montano di Parma (gennaio 2005)
 - o Attività 2008: Obiettivo 2 Fondo Speciale per la Montagna
 - o Guida ai servizi della comunità montana Appennino Parma Est
 - o Comunità Montana Appennino Parma Est – 5 anni con noi... (2004)
 - o Destinazione Appennino Parma Est
 - o CD Distretto Turistico Parma Est

- Programma di sviluppo locale per la Regione Emilia Romagna 2007-2013 – Asse 4, Attuazione dell'Approccio Leader – Piano di Azione Locale
- Provincia Parma:
 - CD PTCP Provincia Parma
 - CD PSL Provincia Parma
 - CD Obiettivo 2 Parma
 - Archivio Statistico delle Imprese Attive (ASIA), Provincia di Parma (2006)
 - Servizio Turismo della Provincia di Parma
 - Programma di valorizzazione e promozione dei territori nella Provincia di Parma (2009)

AREA GARFAGNANA

- www.provincia.lucca.it
- Strategia Integrata di Sviluppo Locale, "Miglioramento della qualità della vita nelle zone rurali"
- Dati e tendenze nella provincia di Lucca, Servizio Turismo Provincia di Lucca, 2003

DATI GENERALI

- www.demo.istat.it
- 14° Censimento Generale della Popolazione e delle Abitazioni, ISTAT
- 5° Censimento dell'Agricoltura, ISTAT
- www.regione.toscana.it, banche dati
- www.agriturismi.regione.toscana.it
- Annuario dei dati ambientali" APAT 2008
- ricerca SINAB-Sistema d'Informazione Nazionale sull'Agricoltura Biologica 2007
- "Il mercato delle DOP e IGP in Italia nel 2007 - Ricerca Ismea – Direzione Mercati e Risk management.
- Rapporto Ecotur sul Turismo Natura, a cura dell'Osservatorio Permanente sul Turismo Natura (ed. Il Sole 24ore, 2007).
- Il valore della Montagna in Italia – rapporto UNCEM CENSIS

2. STRATEGIE E OBIETTIVI

2.1 Strategie

Il PPES ha come finalità prioritaria **attuare il vantaggio competitivo** offerto ai territori del Parco nazionale dell'Appennino tosco emiliano dall'art 7 della Legge 394/91¹¹.

Tale articolo prevede che **ai progetti pubblici e privati che fanno parte del banca progetti di tale Piano e che sono realizzati all'interno del perimetro del Parco, venga data la priorità nelle graduatorie (nazionali, regionali e provinciali) per la valutazione delle candidature a bandi di finanziamento.**

Nell'ambito delle strategie generali, che prefigurano un modello di sviluppo economico locale fondato sulla conservazione del patrimonio naturale e culturale, il PPES del Parco nazionale dell'Appennino tosco-emiliano definisce un quadro di obiettivi ed interventi efficaci per conseguire alcune strategie specifiche per garantire lo sviluppo socioeconomico del territorio del Parco in tempi utili. Queste strategie specifiche sono:

- **Favorire, soprattutto con investimenti dirette sulle risorse umane, l'incremento e la qualificazione delle attività socio-economiche compatibili**, consci del fatto che la tutela e la conservazione in questo contesto sono messe a rischio soprattutto dall'abbandono del territorio e dalla scarsa qualità che caratterizza molte delle attività realizzate;

¹¹ **Art. 7 L.394/91 (modificato dalla legge n. 426/98) Misure di incentivazione**

1. Ai comuni ed alle province il cui territorio è compreso, in tutto o in parte, entro i confini di un parco nazionale, e a quelli il cui territorio è compreso, in tutto o in parte, entro i confini di un parco naturale regionale è, nell'ordine, attribuita priorità nella concessione di finanziamenti statali e regionali richiesti per la realizzazione, sul territorio compreso entro i confini del parco stesso, dei seguenti interventi, impianti ed opere previsti nel piano per il parco di cui, rispettivamente agli articoli 12 e 25:

a) restauro dei centri storici ed edifici di particolare valore storico e culturale;

b) recupero dei nuclei abitati rurali;

c) opere igieniche ed idropotabili e di risanamento dell'acqua, dell'aria e del suolo;

d) opere di conservazione e di restauro ambientale del territorio, ivi comprese le attività agricole e forestali;

e) attività culturali nei campi di interesse del parco;

f) agriturismo;

g) attività sportive compatibili;

h) strutture per la utilizzazione di fonti energetiche a basso impatto ambientale quali il metano e altri gas combustibili nonché interventi volti a favorire l'uso di energie rinnovabili.

2. Il medesimo ordine di priorità di cui al comma 1 è attribuito ai privati, singoli o associati, che intendano realizzare iniziative produttive o di servizio compatibili con le finalità istitutive del parco nazionale o naturale regionale.

- **Supportare l’innovazione, la ricerca e lo sviluppo di attività e funzioni socio-economiche** nell’ambito dei nuovi settori della a soft-economy a scapito del sostegno assistenziale di attività e settori in decadenza;
- **Sollecitare il tessuto socio-economico a ri-acquisire competitività**, favorendo alleanze territoriali e imprenditoriali volte a sviluppare, soprattutto, funzioni finalizzate ad utilizzare e rendere produttive le molte strutture già presenti sul territorio;
- **integrare le politiche di sviluppo economico tradizionali con le opportunità offerte dai nuovi mezzi di comunicazione e i paradigmi dell’ era della soft-economy**, in particolare nei settori del comparto agro-silvo-pastorale,;
- **valorizzare “l’essere Parco nazionale”, sollecitando e supportando tutti gli settori socio-economici del territorio a beneficiare dei vantaggi competitivi offerti dalla marca Parco nazionale;**
- **qualificare il sistema dei servizi di base** (alla persona ed alle famiglie), in particolare quelli che offrono occasioni di socialità e di approfondimento culturale;
- **realizzare un sistema integrato di fruizione turistica** del Parco basato sulla valorizzazione dei borghi montani e loro interconnessione.

Queste strategie risultano trasversali e spesso fortemente integrate nel quadro degli obiettivi generali di sviluppo socioeconomico sostenibile individuati per il parco nazionale dell’Appennino tosco-emiliano. È infatti evidente, ad esempio, come lo sviluppo di innovative forme di valorizzazione e promo commercializzazione delle produzioni agroalimentari tipiche e di qualità può rappresentare un ulteriore punto di forza per la costruzione di un modello eco-turistico attraente, così come entrambi possano essere possibili solo se il territorio sarà presidiato, vissuto attraente ed idoneo alla residenzialità di nuove famiglie ed imprese.

2.2 Obiettivi generali

Gli obiettivi generali del PPES del Parco nazionale dell'Appennino tosco-emiliano sono frutto di una interpretazione critica e della interpolazione dei dati emersi nell'abito delle analisi fatte nel precedente capitolo ed in particolare da:

- i contenuti del “Documento programmatico per lo sviluppo sociale ed economico” approvato nel 1999 dal Comitato Istituzionale di Coordinamento;
- l'analisi socio-economica dei Comuni del territorio del Parco nazionale;
- il confronto con gli Amministratori locali, i soggetti responsabili della pianificazione socioeconomica a livello provinciale, i rappresentanti delle categorie socio-economiche operanti sul territorio;
- un percorso di partecipazione che ha coinvolto i cittadini (residenti e non) ed in generale i portatori di interesse rispetto alle potenzialità e le criticità per lo sviluppo socio-economico del territorio del Parco;
- la conoscenza delle dinamiche economiche e sociali dei territori montani italiani;
- le valutazioni sullo stato dell'arte italiano ed europeo del settore eco-turistico, del settore delle produzioni agroalimentari tipiche e di qualità e del settore della forestazione e della selvicoltura;
- la conoscenza dei “servizi” già svolti dal Parco nazionale per il territorio e la valutazione di quelli potenzialmente realizzabili;
- la valutazione delle potenzialità della “marca” Parco nazionale dell'Appennino tosco-emiliano.

Un primo obiettivo generale trasversale a tutti gli altri è **garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali**, capitale fisso dello sviluppo socio economico del territorio e che rappresentano il principale motivo dell'elevazione di questo territorio al rango di Parco nazionale. Rispetto a queste “risorse” territoriali il mandato del Parco non si limita infatti a garantirne la massima tutela e la conservazione per le generazioni future, il Parco deve anche riuscire a farne emergere il pregio ed il valore, spesso sconosciuti anche dai residenti, ponendoli, con le dovute attenzioni, al centro delle dinamiche di sviluppo economico e sociale sostenibile del territorio.

Dalle analisi socio-economiche svolte, emerge chiaramente come l'obiettivo principale del PPES del Parco nazionale dell'Appennino tosco-emiliano sia perseguire un modello economico e sociale sostenibile capace di **rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale**. Se non si riuscirà a perseguire tale obiettivo, verranno meno le forze e le risorse necessarie a sviluppare tutti gli altri obiettivi ed interventi di sviluppo, così come verrà a mancare il presidio del territorio che in molti casi è anche strettamente correlato alla tutela della biodiversità ed alla conservazione delle emergenze naturalistiche che fanno sì che questa porzione di Appennino tosco-emiliano sia stato eletto a rango di Parco nazionale. Da qui la necessità per il PPES di identificare azioni e progetti volti a

costruire un sistema socio- economico (o una rete di sistemi), che favorisca la permanenza sul territorio delle generazioni più giovani e sappia attrarre nuove imprese e famiglie da altri territori. Un sistema in cui produzioni, servizi e consumi sono caratterizzati da elevata qualità, da un carattere fortemente innovativo e si trovano prevalentemente all'interno dei confini dei Comuni del Parco e nelle aree immediatamente adiacenti dei Parchi di mare e di Appennino. Al centro del sistema socio economico del Parco l'identità agro-silvo-pastorale e la tutela dell'ambiente devono essere tematiche trasversali, capaci di orientare tutte le forme di sviluppo e non essere relegate a settori specifici o caratterizzate da sole azioni di mantenimento e assistenza.

Un altro obiettivo generale molto importante è quello di **migliorare le connessioni tra i vari territori del Parco e tra questi e "l'esterno"**. Una migliore connettività del territorio è funzionale sia allo sviluppo di iniziative economiche (soprattutto nell'ambito del turismo) ma anche ad "lenire la percezione di lontananza" che in molti casi, in particolare dai territori di crinale e nei piccoli borghi, è causa della migrazione da parte di giovani e famiglie,.

Di estremo rilievo appare l'obiettivo generale volto a **favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale** che per il territorio del Parco nazionale non rappresenta solo un comparto economico molto importante (il secondo dopo il commercio come numero di occupati) ma soprattutto è storicamente e radicalmente correlato con la manutenzione del territorio e con il suo valore paesaggistico e naturalistico. Un abbandono delle pratiche tradizionali agro-silvo-pastorali comporterebbero quindi anche una perdita in termini di presidio del territorio e anche di diversità paesaggistica e biologica. Tuttavia i modelli attuali di conduzione delle imprese agro-silvo-pastorali non sembrano essere in grado di offrire rosee prospettive in questo territorio e necessitano di una innovazione capace di rilanciare il comparto ed offrire un reddito soddisfacente agli operatori.

Obiettivo generale del PPES è anche **contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo**, capace di valorizzare e mettere a sistema le eccellenze e le potenzialità dei territori del Parco nazionale. Il turismo naturalistico e sostenibile in tutte le sue accezioni può offrire una vera occasione di sviluppo capace di produrre risultati in termini economici e sociali durante tutto l'anno poiché non correlato ad una unica stagionalità o tematica.

Coerentemente alla propria missione generale di tutela ambientale e facendo seguito alle potenzialità ed alle vocazioni storiche del proprio territorio il Parco dovrà anche **favorire lo sviluppo sostenibile di filiere energia rinnovabile e dell'efficienza energetica** cercando di dare impulso alle imprese e professionisti locali operanti in questo settore, stimolandoli a qualificarsi e a creare nuove imprese specializzate.

Sarà inoltre necessario garantire uno sviluppo sociale del territorio coerente e propedeutico al raggiungimento degli ambiziosi obiettivi di sviluppo economico sostenibile, il Parco deve anche perseguire obiettivi capaci di **offrire occasioni di socialità, di crescita culturale** sia attraverso il mantenimento delle tradizioni sia aumentando le occasioni di relazione con l' "esterno", valorizzando, in particolare, le numerose esperienze di volontariato di coesione sociale e di solidarietà.

In fine, ma assolutamente non meno importante degli obiettivi precedenti, il Parco dovrà saper **innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione ed integrazione tra i territori**, favorendo l'attuazione del PPES nel suo complesso agendo come una "Agenzia per lo sviluppo sostenibile" (la cui istituzione era già prevista nel documento del '99), ovvero offrendo al territorio elementi di innovazione, ricerca e sviluppo, progetti pilota, spin-off imprenditoriali,

ricercando finanziamenti favorendo forme di interconnessioni e scambi e la creazione di reti e collaborazioni.

2.3 Obiettivi specifici

Nel perseguire sviluppo economico e sociale sostenibile del Parco nazionale Appennino tosco-emiliano, la dimensione critica non è quella strategica, di lungo periodo (già ben delineata da molti strumenti di programmazione territoriale tra cui in primis il Piano per il Parco), ma quella tattica, di breve periodo (2010-2014). Pertanto, ciascun obiettivo generale è stato declinato in alcuni obiettivi specifici di sviluppo, raggiungibili in tempi relativamente brevi attraverso le risorse organizzative e finanziarie disponibili, non solo nel bilancio del Parco, ma attingendo anche alla concertazione territoriale e ai canali di finanziamento disponibili a livello nazionale e comunitario. Per ciascun obiettivo specifico verrà definito un set di *target* di riferimento (capitolo 5 – Strumenti di attuazione e monitoraggio) da raggiungere nell’arco temporale di validità del Piano ed ai quali sarà correlata la valutazione sull’efficacia stessa del Piano.

Nel capitolo successivo, dedicato alla “Banca progetti” del Piano, per ciascun obiettivo specifico verranno dettagliati gli interventi attraverso il Parco e gli attori territoriali potranno nei prossimi anni cercare di perseguire le finalità del PPES.

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

L’obiettivo generale “Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali” può essere dettagliato in 3 obiettivi specifici:

- a. Tutelare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco garantendone una corretta e sostenibile fruizione odierna e la conservazione per le generazioni future.
- b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.
- c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

Il valore delle emergenze ambientali, paesaggistiche, naturali, storiche e culturali del Parco dovrà essere conosciuto e riconosciuto innanzitutto dalla popolazione residente rispetto alla quali il Parco può (deve) stimolare la creazione di un diffuso e comune orgoglio territoriale e senso di identità basato non su campanilismi o aspetti folcloristici, ma sul concreto valore (quanto meno di livello nazionale) che questo territorio può vantare nell’ambito ambientale, paesaggistico e storico.

Dovrà quindi favorire, a partire dai più giovani, lo sviluppo di una “cittadinanza del Parco”, basata sulla conoscenza del territorio (di tutto il territorio del Parco non solo del proprio), sulla capacità di

riconoscerne il valore e sulla volontà e l'orgoglio di valorizzarlo e promuoverlo nei confronti di turisti e visitatori.

Le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco dovranno essere oggetto di continuativi studi finalizzati allo sviluppo della loro conoscenza, finalizzata sia alle azioni che ne consentano la tutela rispetto alla fruizione odierna, sia la conservazione per le fruizioni future. Inoltre il Parco dovrà attivare azioni finalizzate alla valorizzazione, anche al di fuori del proprio territorio, di queste emergenze e delle conoscenze su di esse sviluppate.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

Per soddisfare l'obiettivo generale di rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale, sarà necessario operare sia sul piano delle opportunità economiche occupazionali sia sul fronte del miglioramento ed ampliamento dei servizi di base e dei servizi alla famiglia, nonché favorire le opportunità di aggregazione sociale di offerta culturale e ricreativa a cui è dedicato un ulteriore obiettivo generale del PPES. Si dovranno quindi perseguire contemporaneamente ed urgentemente 3 obiettivi specifici:

- a. Comprendere e valorizzare il ruolo sociale e culturale dei *cittadini affettivi* facilitandone la semiresidenza.
- b. Facilitare la nascita di nuove imprese (preferibilmente composte da giovani, donne, e/o da soggetti diversamente abili) e lo sviluppo/innovazione di quelle esistenti nei settori turismo, commercio, servizi alla persona ed alle famiglie.
- c. Facilitare flussi migratori di famiglie interessate a sviluppare attività nel settore agro-silvo-pastorali nelle porzioni più alte del territorio e secondo le tecniche tradizionali ed estensive.
- d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.
- e. Creare le condizioni e favorire l'insediamento di persone provenienti per lo più da ambiti metropolitani in cerca di “un maggior qualità della vita” ed in grado di mettere a disposizione del territorio risorse economiche ed esperienze professionali qualificate.

I *cittadini affettivi*, ovvero i proprietari di immobili nei borghi del Parco, spesso originari degli stessi, che non vi risiedono ma ne sono periodici frequentatori nei fine settimana e nelle festività, rappresentano un importante capitale in termini di socialità ed apertura culturale per il territorio del

Parco. I cittadini affettivi, che spesso dimostrano apprezzamento e valorizzazione del territorio investendo risorse significative nella ristrutturazione di immobili e nell'avvio di iniziative imprenditoriali, rappresentano un significativo elemento di contatto sociale e apertura verso l'esterno per chi vive continuativamente sul territorio. Tali forme di semiresidenzialità devono essere favorite ed incentivate sia in termini di numeri complessivi sia in termini di periodi trascorsi sul territorio.

Per “trattenere” sul territorio i giovani nati nei Comuni del Parco (e possibilmente di attrarne da altri territori) sarà necessario creare le condizioni affinché, per loro siano possibili nuove opportunità di occupazione compatibili con gli alti livelli formativi che la maggior parte di loro raggiunge e le aspettative professionali a cui ambiscono. Queste nuove opportunità occupazionali rivolte prevalentemente ai giovani residenti andranno stimulate in settori complementari ma diversi da quelli tradizionali dell'agricoltura e della forestazione ed in particolare innovando e sviluppando il settore turistico (ricettività e servizi), il settore del commercio (soprattutto delle produzioni agroalimentari tipiche), il settore dei servizi alla persona ed alla famiglia.

I settori economici tradizionali, meno attraenti per i giovani con elevati livelli di istruzione, potranno comunque essere occasione per attrarre nuovi residenti nei territori del Parco facendo leva sull'immigrazione da paesi in cui le pratiche tradizionali ed estensive agro-silvo-pastorali sono ancora diffuse e ben conosciute. Sarà però importante che questi flussi migratori non siano caratterizzati, come spesso accade oggi, da manodopera occasionale, precaria e solo maschile, che poco incide in termini di ripopolazione del territorio e spesso determina problematiche sociali, ma da intere famiglie che abbiano intenzione di radicarsi sul territorio in maniera duratura.

Un altro potenziale flusso migratorio da favorire è quello che riguarda persone provenienti per lo più da ambiti metropolitani in cerca di “un maggior qualità della vita”. La “fuga dalla città” per lo più da parte di manager ed imprenditori a metà del loro percorso professionale e umano, è infatti una dinamica molto diffusa ed in grado di apportare ai territori che li accolgono non solo “presenze” ma anche risorse economiche ed esperienze professionali qualificate. Per favorire questi flussi sarà necessario creare le condizioni idonee sia per chi non intende cambiare la propria professione ma cerca soluzioni per poterla svolgere a distanza, sia per chi invece intende cambiare anche la propria occupazione ed è intenzionato ad investire in nuove imprese che consentano un maggiore contatto con la natura.

In termini generali, comunque, per garantire una scelta duratura di residenza sul territorio, soprattutto da parte di giovani e famiglie, sarà necessario offrire un tessuto sociale vivo e stimolante, che offra occasioni di crescita culturale e svago, oltre a servizi alla persona ed alla famiglia tali da facilitare e qualificare la “vita di tutti i giorni” in questi Comuni.

2.3.3 Migliorare le connessioni tra i vari territori del Parco e tra questi e “l'esterno”

Nell'era della comunicazione e dell'accesso deve essere data a tutte le imprese ed i residenti la possibilità di fruire di collegamenti ad internet sufficientemente veloci da poter consentire il telelavoro e di accedere a servizi di pubblica utilità, di tele-comunicazione, finanziari, di e-commerce, di approfondimento culturale-ludico-ricreativo. L'assenza di internet, in particolar nei

borghi di crinale, allunga le distanze impedendo di beneficiare di “servizi a distanza” proprio quei cittadini per cui sarebbero maggiormente utili oltre ad essere una grave barriera alla creazione di nuove imprese e allo sviluppo di quelle esistenti. Per i piccoli borghi, in particolare, sarebbe necessario implementare servizi specifici di collegamento collettivo con i capoluoghi che li rendano vivibili anche per chi non è in grado o non è interessato ad utilizzare l’auto privata.

Deve inoltre essere migliorato (o creato), soprattutto in un ottica di sviluppo turistico il collegamento con gli aeroporti e le stazioni circostanti, dai quali è difficile (se non spesso impossibile) raggiungere con forme di mobilità collettiva il crinale ed il Parco. Dovranno anche essere quindi valorizzate le linee ferroviarie locali esistenti che attraversano o lambiscono i Comuni del Parco (Aulla-Lucca e Parma-Aulla) migliorando i collegamenti tra le molte piccole stazioni ed il crinale.

Sono anche praticamente assenti collegamenti collettivi con le principali città (Reggio Emilia, Parma, Massa) e distretti turistici limitrofi (Versilia, Cinque Terre) per i quali l’Appennino potrebbe divenire una sorta di “giardino pubblico” o “palestra a cielo aperto” dove trascorrere brevi periodi di relax. Anche dove il servizio pubblico offre servizi collettivi verso il crinale essi sono estremamente frammentati (per ambito provinciale), non coordinati e mancano i collegamenti tra le valli parallele, rendendo praticamente impossibile una fruizione turistica del parco se non con l’auto privata.

Dovranno quindi essere perseguiti i seguenti obiettivi specifici:

- a. Favorire la possibilità per tutto il territorio di connessioni veloci e stabili ad Internet.
- b. Migliorare i collegamenti del crinale con aeroporti e stazioni ferroviarie limitrofe
- c. Sviluppare formule innovative di servizi di trasporto collettivo fruibili dagli abitanti dei piccoli borghi
- d. Favorire il coordinamento e le connessioni tra servizi mobilità pubblica di diversi territori e tratte anche di collegamento tra le valli parallele;
- e. Favorire collegamenti di mobilità collettiva con principali città limitrofe ed distretti turistici limitrofi.
- f. Valorizzare le linee ferroviarie Aulla-Lucca, Parma-Aulla e le connessioni tra le stazioni ed il crinale del Parco

2.3.4 Favorire l’innovazione del settore agro-silvo-pastorale

Per raggiungere l’obiettivo generale dell’innovazione del settore agro-silvo-pastorale dovrà, innanzitutto, essere favorita la trasformazione delle aziende agricole verso la multifunzionalità non solo in termini turistici (agriturismo e servi al turista), ma anche verso funzioni di manutenzione del territorio, di produzione energetica rinnovabile, di lavorazione e commercializzazione diretta delle produzioni. La multifunzione consente infatti di far emergere, soprattutto attraverso le eccellenze agroalimentari, lo stretto rapporto *agricoltura-territorio-parco*. Il Parco potrà e dovrà trovare

adeguate forme per valorizzare questo rapporto simbiotico, che costituisce uno degli elementi che lo distinguono da molte delle altre aree protette italiane, promuovendo le produzioni agroalimentari tipiche e di qualità ed il loro apporto in termini di tutela della biodiversità e del paesaggio. In particolare quindi dovranno essere sostenute le aziende agricole che si impegnano nel recupero e nel mantenimento di produzioni che consentono la tutela dei paesaggi più significativi del Parco e di forme di biodiversità coltivata/allevata a rischio di scomparsa (ad esempio i castagneti, i prati pascolo di alta quota, il cavallo del Ventasso...). Per qualificare sempre di più la produzione del comparto agro-silvo-pastorale operante nel territorio del Parco nazionale, sarà inoltre necessario sostenere l'ottenimento di marchi di qualità e tracciabilità dei prodotti, la ricerca ed il recupero di produzioni tradizionali di qualità abbandonate. In fine il Parco dovrà supportare le aziende ad avvantaggiarsi del valore in termini di marketing della Marca Parco nazionale, contribuendo a creare una strategia di marketing territoriale diffusa.

Dovranno essere quindi perseguiti i seguenti obiettivi specifici:

- a. Valorizzare e promuovere le produzioni agroalimentari tipiche e di qualità ed il rapporto con territorio e biodiversità parco.
- b. Stimolare le aziende agricole alla multifunzione: energia, manutenzione territorio, turismo (ricettività e servizi), lavorazione/commercializzazione diretta prodotti.
- c. Favorire recupero produzioni tradizionali di qualità abbandonate.
- d. Favorire ottenimento marchi di qualità e tracciabilità dei prodotti.
- e. Favorire le aziende agricole che si impegnano nel recupero e sviluppo di produzioni che consentono mantenimento di biodiversità coltivata/allevata nel Parco.
- f. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

Per il conseguimento dell'obiettivo generale dello sviluppo di un distretto di eco-turismo sarà necessario perseguire i seguenti obiettivi specifici:

- a. Promuovere la qualificazione degli operatori turistici e la creazione di nuove strutture ricettive e di servizio in grado di essere interessanti per i molteplici profili dell'eco-turista.
- b. Realizzare iniziative di carattere pedagogico e scientifico in grado di attrarre turismo scolastico (di ogni ordine e grado) e promuovere percorsi di educazione ambientale, approfondimento e ricerca scientifica che prevedano il soggiorno e la relazione con il territorio.
- c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla

- valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.
- d. Stimolare la riconversione e l'innovazione delle stazioni per lo sci alpino.
 - e. Favorire lo sviluppo di forme di turismo di comunità, specialmente nei piccoli borghi di crinale, facilitando anche la costruzione di un circuito turistico e di azioni di collaborazione tra le diverse realtà.
 - f. Favorire la creazione di relazioni dirette tra caccia, pesca, raccolta dei funghi e prodotti del sottobosco ed il settore turistico.
 - g. Favorire la valorizzazione di alcuni sentieri polifunzionali che consentano di creare un collegamento tra i borghi e le principali emergenze naturalistiche e culturali del territorio del parco.
 - h. Favorire lo sviluppo di attività e servizi che permettano, facilitino ed stimolino la fruizione del Parco da parte di persone diversamente abili.
 - i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.
 - j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;
 - k. Favorire sinergie e collaborazioni con i “Parchi di Mare e di Appennino” per lo sviluppo di un distretto turistico integrato;
 - l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

Lo sviluppo di un distretto di eco-turismo, nella sua moderna e più ampia accezione permetterà di declinare l'offerta turistica in molteplici proposte che avranno come filo conduttore le eccellenze territoriali naturalistiche, ma saranno arricchite dalla pratica di sport, dalla degustazione dei prodotti tipici e dalla conoscenza della ruralità, da percorsi storici/religiosi, dalla cultura e del folclore locale. Sarà importante favorire anche il passaggio della caccia, della pesca, della raccolta dei funghi e dei prodotti del sottobosco da attività per lo più ricreative che prelevano risorse dal territorio ad occasioni di turismo (ovvero il soggiorno) capaci di lasciare risorse sul territorio.

Un'attenzione particolare dovrà essere rivolta alle stazioni di sci alpino presenti sul territorio, per lo più in crisi sia economica che di opportunità di sviluppo se non si saprà stimolarne una riconversione ed innovazione dei servizi offerti ed un maggior rapporto con il tessuto imprenditoriale e sociale del territorio. Gli “impianti”, spesso economicamente insostenibili e non in grado di competere in termini di qualità e accessibilità con quelli di altri comprensori, non potranno più essere il fulcro dell'offerta turistica di questi distretti, ma divenire uno dei servizi possibili. Si dovrà quindi concretizzare il difficile ma necessario passaggio, culturale ed imprenditoriale, da stazioni sciistiche a località turistiche invernali, capaci però anche di essere attive ed attraenti

anche nelle altre stagioni, eventualmente utilizzando anche l'impiantistica a supporto di nuove attività sportive e ricreative.

Per ottenere la strutturazione di un distretto turistico moderno ed efficace sarà necessario innanzitutto favorire una qualificazione ed una innovazione dell'offerta turistica attuale, sostenendo la formazione degli operatori esistenti, la nascita di nuove strutture (che consentano soprattutto una diversificazione dell'offerta) e facilitando connessioni, scambi e reti tra gli operatori e tra i territori che dovranno concretizzarsi in pacchetti commercializzabili i cui contenuti dovranno essere costantemente presidiati, aggiornati e perfezionati.

All'interno di una offerta turistica complessa e strutturata a cui deve tendere il territorio del Parco, una nicchia significativa dovrà essere occupata dal "turismo di comunità" che consente di formulare offerte turistiche innovative ed interessanti ed allo stesso tempo di animare e dare impulso economico e sociale ai piccoli borghi del crinale. Questa tipologia di turismo è già attiva con successo in alcuni borghi dell'Appennino reggiano, il cui modello può essere esteso a tutto il territorio del Parco, creando anche un coordinamento tra queste esperienze che sappia sia proporsi come un unico circuito di esperienza, sia cooperare mettendo in rete risorse e opportunità.

La sentieristica, che nel territorio del Parco deve divenire il principale cardine di collegamento tra i borghi e le principali emergenze naturalistiche. Tra le molte tratte possibili sarà però necessario effettuare (almeno in una prima fase) una radicale selezione che consenta di concentrare l'attenzione (e le risorse) sui percorsi più attraenti ed interessanti per i turisti e che hanno le caratteristiche di polifunzionalità (trekking, equitazione, bicicletta, nordic walking, ciaspole...)

Così come già sta avvenendo con alcuni progetti sperimentali, l'offerta di "educazione ambientale" che il Parco propone alle scuole dovrà sempre divenire occasione di turismo e base per la replica di modelli e pacchetti proponibili anche al settore turistico non scolastico. Il Parco nazionale, così come già ha fatto, dovrà anche favorire lo sviluppo di turismo scientifico correlato allo studio ed all'approfondimento delle principali emergenze naturalistiche tutelate.

Nello stimolare lo sviluppo di un distretto turistico il Parco nazionale non dovrà dimenticare di favorire attività e servizi che permettano, facilitino ed incentivino la fruizione del territorio da parte di persone diversamente abili. Questa importante nicchia di cittadini, infatti, non solo a diritto a beneficiare, il più possibile, delle peculiarità naturalistiche, storiche e culturali del Parco nazionale dell'Appennino toско-emiliano ma rappresenta anche una fascia di turismo specializzato numericamente significativa, economicamente rilevante e che necessita di professionalità specializzate e di alto livello.

A supporto di tale distretto il parco potrà e dovrà sviluppare una adeguata azione di promozione a livello nazionale ed internazionale e contribuire allo sviluppo di una efficace rete di informazione turistica in grado di accogliere ed orientare i visitatori.

Un ulteriore valore aggiunto che il Parco nazionale potrà mettere a disposizione dello sviluppo turistico sostenibile del proprio territorio sono le relazioni con i così detti "Parchi di Mare e di Appennino" ed in particolare con il Parco delle Cinque Terre assieme ai quali è possibile costruire pacchetti eco-turistici di elevato valore, attraenti per il mercato mondiale del turismo, che mettono in relazione le aree protette con le città d'arte limitrofe (Lucca, Parma, Pisa), con le eccellenze agroalimentari (Parmigiano Reggiano, Prosciutto di Parma, Lardo di Colonnata) e dell'ingegno

umano (Cave di marmo di Carrara, museo della Ferrari di Maranello), con i segni della storia (castelli malatestiani e matildici) e le suggestioni artistiche (le terre di Verdi e di Puccini).

In fine il Parco dovrà supportare le aziende ad avvantaggiarsi del valore in termini di marketing della Marca Parco nazionale, contribuendo a creare una strategia di marketing territoriale diffusa.

2.3.6 Favorire lo sviluppo sostenibile di filiere energia rinnovabile e dell'efficienza energetica

Per favorire lo sviluppo sostenibile di filiere energia rinnovabile e dell'efficienza energetica, il Parco, come ha già fatto, dovrà promuovere e favorire la diffusione tra cittadini ed imprese residenti nei comuni del Parco, in forma singola o aggregata, di interventi volti alla produzione di energia rinnovabile ed alla efficienza energetica degli edifici.

Contemporaneamente il Parco dovrà affiancare e stimolare i Comuni nella valutazione delle possibilità offerte dal territorio di installare nuovi impianti per la produzione di energie rinnovabili compatibili con le esigenze di tutela del Parco e le normative vigenti. In particolare si ritiene opportuno studiare le potenzialità e la fattibilità di impianti mini-idroelettrici, eolici, piccole centrali termiche a biomassa, campi fotovoltaici.

Dovranno essere quindi perseguiti i seguenti obiettivi specifici:

- a. Favorire la diffusione tra cittadini ed imprese residenti nei comuni del Parco, in forma singola o aggregata, di interventi volti alla produzione di energia rinnovabile ed alla efficienza energetica degli edifici;
- b. Favorire lo sviluppo di centrali per la produzione di energia rinnovabile, in particolare mini-idroelettrico, piccole centrali a biomassa ed eolico, se ambientalmente compatibili con le esigenze di tutela del Parco.

2.3.7 Offrire occasioni di socialità e crescita culturale

Con particolare agli ambiti della tutela dell'ambiente e della biodiversità, della ricerca scientifica, della cultura, della formazione, della conoscenza e della fruizione del territorio montano, dell'innovazione nell'ambito agro-silvo-pastorale e delle energie rinnovabili, il Parco dovrà costruire rapporti con soggetti pubblici e privati, di valore nazionale ed internazionale, e facilitare la loro presenza sul territorio, sia di carattere occasionale con finalità prevalentemente divulgative/formative, sia stabili per sviluppare, con il Parco e con le comunità e le imprese locali, modelli di applicazione delle proprie competenze.

Il Parco dovrà inoltre sviluppare, direttamente e più in generale favorire sul territorio dei Comuni del Parco ed in particolare nei piccoli borghi e sul crinale, occasioni di socialità, di crescita culturale sia attraverso il consolidamento dell'identità territoriale e delle tradizioni, sia aumentando le

occasioni di relazione con l’ “esterno”, valorizzando, in particolare, le numerose esperienze di volontariato di coesione sociale e favorendo innanzitutto la conoscenza e lo scambio reciproca tra i diversi “versanti” del Parco.

Il Parco dovrà inoltre, per evitare eccessivo isolamento e chiusura del territorio, favorire lo sviluppo di relazioni con l’ “esterno” a partire dai territori limitrofi (le città capoluogo di provincia ed i territori dei Parchi di Mare e di Appennino) fino alle nazione più lontane, innanzitutto rinsaldando e valorizzando i legami con le comunità emigrate dall’Appennino tosco-emiliano ed i loro discendenti con i quali sarà possibile non solo condividere valori, affetti e ricordi, ma anche strutturare nuovi rapporti e legami grazie agli efficaci e semplici strumenti di comunicazione oggi a disposizione.

Dovranno quindi essere perseguiti i seguenti obiettivi specifici:

- a. Stimolare occasioni di crescita culturale, socialità consolidamento dell’identità territoriale e delle tradizioni, favorendo innanzitutto la conoscenza e lo scambio reciproca tra i diversi “versanti” del Parco e valorizzando, in particolare, le numerose esperienze di volontariato di coesione sociale e di solidarietà.
- b. Favorire la costruzione di relazioni tra il territorio e le comunità del Parco ed il “mondo esterno”.
- c. Costruzione relazioni con soggetti pubblici e privati, di valore nazionale ed internazionale, e facilitare la loro presenza fattiva sul territorio.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

Il Parco dovrà, come previsto dalle linee guida toscane per l’attuazione del PPES, dovrà prevedere tra le proprie funzioni quelle di “Agenzia per lo sviluppo sostenibile”, la cui istituzione era già prevista nel documento del ’99. Al di là delle denominazioni scelte il Parco dovrà offrire al territorio elementi di innovazione, ricerca e sviluppo, sia sperimentando in forma diretta progetti pilota, sia sostenendo la realizzazione di spin-off imprenditoriali sia aggiornando, orientando il tessuto socio-economico locale nell’ottenimento di finanziamenti (derivanti dalla Unione Europea, dal Governo e dagli Enti locali) sostenendone le capacità di progetto attraverso l’animazione, la formazione, l’assistenza tecnica e la propensione a fare sistema. Il parco dovrà inoltre favorire ed incentivare tutte le forme di interconnessioni e scambi tra i territorio del parco, con l’obiettivo di favorire la replica di buone pratiche e la creazione di reti e collaborazioni. In particolare il

- a. Effettuare ricerca e sviluppo nell’ambito delle opportunità offerte al territorio dai paradigmi della soft-economy e della green-economy.
- b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l’avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.
- c. Favorire interconnessioni tra le realtà socio-economiche dei territori, scambi di buone pratiche e instaurazione di alleanze territoriali ed imprenditoriali, anche

attraverso protocolli di intesa con associazioni di categoria e organizzazioni socio-economiche del territorio

- d. Monitorare le opportunità per il tessuto socio-economico locale di attrarre finanziamenti atti all'attuazione degli obiettivi del PPES ed assistere i soggetti pubblici e privati nella redazione delle candidature

3. BANCA PROGETTI

3.0 Premessa

In questo capitolo del PPES del Parco nazionale dell'Appennino tosco-emiliano non si effettuerà solamente l'elenco di progettualità (la "banca progetti" per l'appunto) che il Parco nazionale sta realizzando, ha in programma, o desidera realizzare prossimamente per attuare gli obiettivi precedentemente esplicitati e contribuire a far tendere verso lo sviluppo socio-economico sostenibile il proprio territorio. La "banca progetti" si intende anche come una fonte di possibile ispirazione per soggetti terzi, in primis gli Enti Locali, ma anche soggetti privati e imprenditoriali, per attivare azioni coerenti e complementari a quelli che il Parco attuerà.

L'ambizione principale della banca progetti sta proprio in questa possibile azione di sensibilizzazione e stimolo nei confronti dei soggetti socio-economici operanti sul territorio affinché attuino buone pratiche verso la direzione dello sviluppo sostenibile, affiancando nuove risorse a quelle, esigue, che il parco può mettere in campo e che, da sole, risulterebbero inadeguate ed insufficienti.

Per questo motivo questo capitolo si struttura due parti:

- la prima, di carattere generale, individua e segnala per i diversi ambiti di competenza del PPES delle buone pratiche generiche (ma facilmente contestualizzabili) che, se attuate correttamente, possono contribuire ad attuare uno sviluppo socio-economico sostenibile nel territorio del Parco;
- la seconda è invece la banca progetti vera e propria, un elenco di interventi puntuali e localizzati che il Parco, con risorse proprie o grazie a contributi e finanziamenti derivanti da terzi, sta sostenendo ed intende implementare o vuole realizzare ex-novo. La banca progetti è composta da schede sufficientemente dettagliate e chiare per far comprendere le finalità e le potenzialità dei progetti descritti, allo stesso tempo, le schede progetto sono sintetiche ed operative per consentirne una rapida interpretazione (ed adattabilità ad eventuali candidature per canali di finanziamento) e stimolare suggestioni capaci anche di infondere a terzi (pubblici o privati) interesse alla realizzazione di questi progetti o di altri ad essi analoghi e/o complementari.

La banca progetti del PPES diventa così non una appendice al piano ma uno strumento per irrobustire l'attività di pianificazione, per animare l'attenzione delle istituzioni pubbliche e degli operatori privati verso le fonti finanziarie, per sperimentare nuove modalità di concorso fra fonti e soggetti diversi.

3.1 Buone pratiche di sviluppo economico e sociale sostenibile nel Parco nazionale dell'Appennino toscano-emiliano

Relativamente a ciascun obiettivo generale del PPES ed ai correlati obiettivi specifici, verranno illustrate una serie di buone pratiche dovrebbero essere attuate dal Parco, a anche dagli altri soggetti economici e sociali, pubblici e privati, operanti sul territorio, ogni qualvolta se ne presenti l'occasione. Si tratta quindi di iniziative per cui manca la specifica del dove e quando, perciò troppo generici per esse inseriti nella Banca Progetti, ma tuttavia elementi importanti per lo sviluppo del territorio e quindi meritevoli di essere citati nel PPES almeno a titolo di orientamento e sensibilizzazione.

3.1.1. Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

Per ottenere tale obiettivo sarà significativamente rilevante promuovere su tutto il territorio l'implementazione di sistemi di gestione ambientale certificati (**Regolamento EMAS 2 e norma ISO 14001**) sia per le Pubbliche Amministrazioni (seguendo l'esperienza del Comune di Castelnuovo ne' Monti che è già registrato EMAS) che per le aziende. L'implementazione di un sistema di gestione ambientale obbliga infatti le organizzazioni ad una attenta e precisa valutazione degli impatti che le proprie attività hanno su risorse ambientale, paesaggistiche, naturali e anche storico-culturali, impegnandoli non solo al rigoroso rispetto normativo, ma anche in un ciclo virtuoso di continue azioni migliorative che determinano Così un elemento di garanzia la tutela e la conservazione per le generazioni future dei beni tutelati dal parco nazionale. Per ottenere un adeguato riscontro in termini di diffusione di questi sistemi di gestione, non sarà sufficiente prevedere adeguata formazione e strumenti di sensibilizzazione atti a far emergere anche i vantaggi ottenibili in termini economici e di competitività, ma prevedere un adeguato sistema di sostegno ed incentivazione alle organizzazioni li vorranno implementare.

Un'altra azione rilevante sarà garantire prima la realizzazione, poi, la piena attuazione dei **Piani di Gestione** (quando saranno definitivamente completati) delle aree **SIC e ZPS** di competenza del Parco nazionale e delle norme di salvaguardia in essi contenuti. In queste aree sono infatti raccolte molte delle peculiarità naturalistiche e paesaggistiche più fragili e allo stesso tempo più importanti non solo per la tutela degli ecosistemi, ma anche per le strategie di sviluppo economico e sociale territoriale. Sarà per tanto fondamentale creare consapevolezza, condivisione e partecipazione nel tessuto socio-economico circostante SIC e ZPS , non solo sul loro valore ecologico e sulle norme da rispettare, ma anche sulle opportunità che tali aree possono offrire in termini di sviluppo sostenibile ed innovativo. Se SIC e ZPS, ed il valore ambientale che essi tutelano, riescono ad essere percepiti come il capitale fisso dello sviluppo socio-economico sostenibile di un territorio, saranno in primo luogo gli attori socio-economici locali ad averne a cuore la loro conservazione e la tutela.

Relativamente ai beni culturali che testimoniano, anche, la valenza storica del territorio, sarebbe opportuno favorire le situazioni in cui, per gli elementi di maggior pregio e distintività, si possa giungere a garantirne il recupero funzionale, destinandole ad adeguate funzioni pubbliche che

sappiano garantirne presidio e frequentazione. Relativamente agli elementi di minor pregio, ma non per questo non degni di cura e conservazione, dovrebbero essere messe in atto delle strategie di incentivazione del recupero da parte di privati secondo rigidi e precisi disciplinari.

Il Parco e tutti i soggetti socio-economici territoriali dovranno inoltre mettere in atto costantemente le azioni concrete tese a far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco. Saranno valutati positivamente tutti i momenti di approfondimento scientifico, divulgazione e diffusione pubblica di tali valori (conferenze, seminari, corsi di formazione, mostre..) così come la realizzazione, specialmente se inserite all'interno di una più ampia e comune strategia di comunicazione, di strumenti per veicolarli massivamente (siti internet, video, pubblicazioni...).

Sarà altresì importante creare una rete di competenze diffusa sul territorio in grado di accompagnare e orientare anche i visitatori ed i turisti alla conoscenza, apprezzamento e valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici e storici del territorio. Ciò si potrà realizzare sia attraverso la formazione di guide/accompagnatori specializzate, sia inserendo e specificando queste tematiche nell'ambito della formazione professionale rivolta sul territorio agli operatori turistici e, più in generale, a tutti coloro che possono entrare in contatto con turisti e visitatori. Oltre a ciò sarà anche opportuno allestire le aree di maggior pregio con supporti al turista (cartine, guide, segnaletica, ...). La conoscenza e l'apprezzamento delle valenze territoriali non dovrà essere rivolto solo ai turisti, ma anche (e prioritariamente) ai residenti, al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune, cercando di colmare le lacune conoscitive di territori limitrofi ma storicamente "lontani" divisi da valli e crinale. Per far ciò sarà necessario intervenire sia a livello di programmi didattici delle scuole di ogni ordine e grado site nei Comuni del Parco o prevalentemente frequentate dai ragazzi residenti nei Comuni del Parco, sia a livello di relazioni istituzionali tra i Comuni e gli operatori socio-economici, favorendo scambi, incontri, collaborazioni che permettano la conoscenza diretta e reciproca delle peculiarità di, ciascun area del Parco.

3.1.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

La prospettiva della Green economy è un'opportunità storica per l'appennino tosko-emiliano, per ricollocarsi da “risorsa passiva” a fattore strategico di innovazione e competitività. L'Appennino tosko-emiliano dispone più di altri territori di risorse naturali e beni comuni materiali e immateriali – aria, acqua, suolo, sole, vento, boschi, paesaggio, prodotti tipici, insediamenti storici, multi stagionalità, etc. – che definiscono una potenzialità concreta e una vocazione “naturale” all'economia verde e sostenibile.

Tuttavia, queste opportunità rischiano di essere vanificate a causa della mancanza di condizioni quadro fondamentali per metterle a frutto: in questo territorio la cultura d'impresa è difficilmente orientata all'innovazione, manca la piena e diffusa disponibilità delle migliori tecnologie della comunicazione e dell'informazione (fibra ottica), così come una “governance” unitaria fondata su coesione e concertazione capace di selezionare le risorse pubbliche in funzioni di progetti capaci

di futuro e competitività. Soprattutto però appaiono, per cogliere i benefici offerti dai paradigmi della green economy, scarse le risorse umane capaci e motivate, o meglio, spesso, quelle presenti emigrano in altri territori alla ricerca di competitività e soddisfazioni.

Rallentare il flusso migratorio, non è per tanto un obiettivo solo di carattere sociale, ma anche, e soprattutto, *condizione sine qua non* per garantire uno sviluppo economico sostenibile al territorio.

Per invertire il trend di abbandono del territorio ed invecchiamento dei residenti, sarà necessario innanzitutto creare le condizioni affinché torni ad essere competitivo, favorendo e sostenendo le esigenze di chi desidera realizzare innovazione imprenditoriale, ed in secondo luogo la soddisfazione dei residenti o politiche di sostegno generalizzate.

La presenza sul territorio è strettamente correlata alla capacità di offrire **occupazione che sia attraente**, soprattutto con le aspettative professionali dei giovani nati in questo territorio. Sarà per tanto importante far sì che sempre più i percorsi formativi degli istituti scolastici siano adeguati non solo con le opportunità occupazionali che il territorio oggi offre, ma capaci anche di interpretare e assecondare le aspirazioni professionali dei giovani in virtù delle potenzialità economiche ancora inespresse. Per favorire il collegamento tra il tessuto economico tradizionale e le opportunità di innovazione offerte dalle competenze e dalle aspettative dei giovani residenti è importante favorire la creazione di un rapporto di collaborazione tra aziende e studenti universitari, affinché questi possano, attraverso tirocini o tesi di laurea, elaborare *business-plan* per nuove iniziative imprenditoriali.

Sarà inoltre necessario sia promuovere corsi di formazione professionale/aggiornamento imprenditoriale sulle tematiche connesse alle possibilità di sviluppo socio-economico sostenibile nel Parco, sia favorire l'imprenditoria in settori innovativi rispetto al tessuto economico tradizionale (turismo, ICT¹², commercio, servizi alla persona ed alle famiglie) attraverso percorsi di accompagnamento e formazione (*business angel* e spin-off imprenditoriali), sostegno allo start-up, accesso facilitato al credito.

Oltre all'aspetto occupazionale è altrettanto importante per frenare il flusso migratorio garantire, specie nei borghi dell'alto crinale, elementi di socialità ed un comodo accesso ai servizi di base. Sarà necessario stimolare e facilitare la nascita (o il consolidamento) nei borghi di associazioni e cooperative sociali aventi la funzione di gestire e dare risposta alle esigenze dei residenti fornendo loro servizi collettivi in più ambiti (mobilità, energia, assistenza sociale, sostegno alle famiglie...). Nei borghi sarà necessario anche sostenere la realizzazione (o il consolidamento) delle attività commerciali, con particolare attenzione a quelle con valenza ricreativa/sociale e quelle che forniscono generi di prima necessità e di "empori polifunzionali"

¹² La tecnologia dell'informazione e della comunicazione, information and communication technology, in sigla ICT, è l'insieme delle tecnologie che consentono di elaborare e comunicare l'informazione attraverso mezzi digitali. Il fine ultimo dell'ICT è la manipolazione dei dati tramite conversione, immagazzinamento, protezione, trasmissione e recupero sicuro delle informazioni. L'ICT può essere considerata anche come risorsa essenziale delle organizzazioni, all'interno delle quali diventa sempre più importante riuscire a gestire in maniera rapida, efficace ed efficiente il volume crescente di informazioni. Proprio per questo motivo l'ICT va considerata come arma strategica in grado di mettere a disposizione dati e informazioni qualitativamente migliori nell'ambito dell'organizzazione, e grazie alla diffusione della tecnologia e dell'interconnettività, può aiutare le organizzazioni a ridefinire i propri rapporti con clienti, fornitori e altre organizzazioni attraverso il cosiddetto IT Service Management (ITSM).

informatizzati in grado di offrire ai residenti nei borghi una serie di "servizi a distanza" nei rapporti con le pubbliche amministrazioni, la sanità, le poste, etc .

Altrettanto importante è comprendere e valorizzare il ruolo sociale e culturale dei cittadini affettivi facilitandone la semiresidenza. Questa pratica è già oggi molto diffusa, ma grazie alla (lento) infrastrutturazione telematica che sta interessando anche il crinale appenninico potrà svilupparsi ancora di più aumentando significativamente sia il numero di persone che trascorrono periodicamente dei periodi nei borghi del Parco, sia il numero stesso dei giorni trascorsi. Queste presenze non solo contribuiscono fattivamente al mantenimento di economie in borghi che possono contare pochi residenti ufficiali, ma, soprattutto, ne sono spesso anima sociale e culturale nonché un importante elemento di contatto e relazione con altri territori. Tutte le azioni tese a riconoscere il ruolo e facilitare la presenza dei cittadini affettivi devono essere considerate positivamente, come ad esempio la possibilità di estendere loro , alle stesse condizioni, alcuni dei servizi pubblici offerti ai residenti.

3.1.3. Migliorare le connessioni tra i vari territori del Parco e tra questi e "l'esterno"

Nell'epoca dell'accesso e delle ICT le connessioni e le relazioni "viaggiano" principalmente attraverso la rete web, per questo la scarsa copertura del territorio del Parco con **connessioni veloci e stabili ad Internet** rappresenta un grosso limite sia allo sviluppo economico sostenibile sia vivibilità dei borghi e alle relazioni sociali. Sarà molto importante quindi favorire, a tutti i livelli, le installazioni di ripetitori (secondo le norme ovviamente) che consentano l'aumento della copertura internet veloce via cavo o wi-fi o la copertura cellulare per l'utilizzo delle internet-key. In attesa che la copertura sia diffusa sarà opportuno sopperire facilitando la realizzare una rete di internet-point presso esercizi pubblici che possano essere fruibili sia da residenti che da turisti.

Molto importanti dovranno essere considerate tutte le azioni che riguardano la valorizzare delle **linee ferroviarie Aulla-Lucca, Parma-Aulla** e le connessioni tra le loro stazioni ed il crinale del Parco. In particolare sarebbe necessario realizzare dei collegamenti di mobilità collettivi (anche con navette) con un calendario prestabilito adeguatamente promosso tra le stazioni delle linee ferroviarie Aulla-Lucca e Aulla - Parma ed alcune delle località di maggior pregio site sul crinale del territorio del Parco. Queste due linee ferroviarie sono (in parte) già oggi anche occasione di collegamento turistico organizzato con altri territori (ad esempio l'iniziativa garfagnina del Treno dei Sapori), sarà opportuno favorirne lo sviluppo e la replica visto che lo snodo di Aulla consente un contatto ferroviario sia con le Cinque Terre. La Liguria e la Francia, che con Parma e la Pianura Padana che con Livorno e la fascia tirrenica.

Anche i collegamenti tradizionali con i principali nodi di mobilità collettiva devono essere migliorati in particolare stringendo accordi con le aziende di trasporto pubblico affinché il crinale (i principali paesi ed i passi) siano direttamente collegati con le principali stazioni ferroviarie (Reggio-Emilia, Parma, Modena, Sassuolo, Aulla, Lucca) e con i principali aeroporti limitrofi al Parco (Parma, Bologna, Firenze, Pisa, Genova). Azioni di promozione alla visita del parco possono essere svolte nelle principali agenzie di autonoleggio, presso gli aeroporti, segnalando ed incoraggiando la possibilità di prelevare l'auto in uno e rilasciarla in un altro.

In trasposto pubblico nel territorio del Parco è decisamente sottodimensionato rispetto alle

potenzialità turistiche esistenti, basti pensare che la domenica ed i giorni festivi le corse sono ridotte rispetto ai giorni feriali, così come durante l'estate rispetto all'inverno. Oltre ad un complessivo potenziamento è auspicabile una azione di coordinamento e connessione tra servizi mobilità pubblica di diversi territori in particolare prevedendo un migliore e più efficace sincronia delle corse in coincidenza dei passi ed una promozione comune della possibilità di percorrere tragitti sovra provinciali collegando più linee. Sarà inoltre importante, non, solo a fine turistico, anche creare delle tratte di collegamento pubblico a chiamata tra le valli parallele a supporto prevalentemente dei turisti, attualmente inesistenti o molto deboli.

3.1.4. Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale

L'agricoltura nel Parco nazionale è detentrica di produzioni di eccellenza (ad esempio Parmigiano Reggiano e Prosciutto di Parma), di elevati know-how di processi produttivi fondati sulla naturalità, un grande capitale di paesaggio. Ciò definisce un valore che va oltre il prezzo commerciale standard dei prodotti. La “diversità” dell'agricoltura d'Appennino (maggiori costi) può essere remunerata in modo non assistenziale solo con la capacità di commerciare in modo sinergico prodotto e territorio. Dopo 50 anni di progresso nel segno della concentrazione e della meccanizzazione, le imprese agricole d'Appennino hanno il loro futuro nella distintività e nei servizi complementari. Le politiche pubbliche (PSR in primis) devono sostenere prioritariamente la creazione di nuovi modelli di imprenditore e d'impresa, singoli e associati (latterie). La nuova impresa agricola può sviluppare al proprio interno, o a latere, servizi turistici, commerciali, ambientali e culturali. Deve assumere e farsi remunerare azioni di tutela idrogeologica, azioni di conservazione e ricostruzione del paesaggio, auto-produzione di energia rinnovabile. Potrà - in questa prospettiva – impiegare nuove risorse umane, giovani ad alta qualificazione e ricorrere a finanziamenti e sostegni anche oltre il ristretto ambito dell'agricoltura e della forestazione.

Nel territorio del Parco le produzioni agroalimentari tipiche e di qualità (in particolare quelle riconosciute con marchi territoriali) hanno un rapporto stretto e spesso indissolubile con l'ambiente e la biodiversità. Promuovere lo sviluppo di queste produzioni, secondo disciplinari e tecniche tradizionali può essere considerata di per se una buona pratica di sviluppo economico sostenibile ed è per tanto da sostenere con una serie articolata di azioni e interventi. Vista l'importanza di sottolineare il **rapporto tra territorio e produzioni agricole** è opportuno favorire azioni, sia formative che di sostegno economico, che aumentino il numero di produzioni per cui esistono disciplinari di qualità (DOC, IGP, DOP,...) e produttori che ottengono marchi di qualità e tracciabilità dei propri prodotti. Una particolare attenzione dovrà essere data anche allo sviluppo delle culture biologiche ed allo loro certificazione, sia perché il territorio è particolarmente adatto a tali produzioni, sia estremamente coerente ai valori di tutela del Parco, ma soprattutto perché questo mercato è in continua e costante crescita da molti anni.

Tuttavia la valorizzazione delle produzioni tipiche e di qualità non è sufficiente a garantire la prosperità del settore rurale del territorio del Parco, le aziende agricole devono essere stimolate ad andare verso a **multifunzione**, non solo per ottenere una diversificazione (e si spera un incremento) del reddito, ma anche per infrastrutturare il territorio di una rete di servizi che solo il tessuto agricolo può fornire coerentemente ai valori di sviluppo del Parco. Le aziende agricole dovranno essere incentivate alla produzione di energia rinnovabile, a realizzare interventi di manutenzione del territorio, allo sviluppo di imprenditoria turistica (ricettività e servizi), alla

lavorazione/commercializzazione diretta prodotti. Sarà inoltre molto importante favorire il rapporto tra aziende agricole e commercianti locali per la distribuzione diretta delle loro produzioni, questo, non solo nell'ottica della filiera corta per ridurre i costi ambientali del trasporto, ma anche (e soprattutto) per far sì che il territorio in tutte le sue forme di accoglienza turistica (ristoranti, alberghi, commercio) sappia valorizzare e mettere al centro della propria offerta le produzioni agroalimentari locali. A tutti i livelli dovranno essere sostenuti, possibilmente inquadrandoli all'interno di un'unica strategia di comunicazione, eventi e mercati per la valorizzazione delle produzioni, l'incontro con i turisti e la **filiera corta** (intendendo con corta anche le piazze delle principali città limitrofe al Parco).

Sarà altresì importante favorire ricerche scientifiche e sperimentazioni per favorire anche il recupero produzioni tradizionali di qualità abbandonate rispetto alle quali vi sarebbe oggi l'opportunità di posizionarle sul mercato a nicchie specializzate di consumatori.

Altro aspetto molto importante e da sostenere è il mantenimento della cosiddetta "**biodiversità coltivata/allevata nel Parco**" ovvero di quelle razze zootecniche e produzioni agricole endemiche del territorio del Parco che sono a rischio di estinzione (Cavallo del Ventasso, cipolla di Treschietto....). Per evitare una grave perdita di biodiversità dovranno essere adottate forme di sostegno alle aziende agricole che si impegnano nel recupero e sviluppo di tali produzioni e che ne trovino anche adeguata valorizzazione in termini di utilizzo o di commercializzazione.

In termini generali, infine, le aziende agricole dovranno essere aiutate a "sfruttare" il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing. Per realizzare tale obiettivo sarà necessario sia agire sulla leva della formazione, ma anche offrendo strumenti ed occasioni concrete come ad esempio creando stand in fiere ed eventi che raccolgano sotto il nome del Parco espositori di prodotti agroalimentari del territorio o offrendo loro spazio sugli strumenti di comunicazione del Parco.

3.1.5. Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

Attualmente il turismo nel Parco nazionale dell'Appennino toscano-emiliano appare, salvo poche eccezioni, decisamente al di sotto delle potenzialità perché ancora a metà del guado tra la vecchia villeggiatura – ormai estinta – e i “nuovi turismi”: il turismo della natura, dell'escursionismo estivo e invernale, dei prodotti (funghi, castagne), dei sapori e colori d'autunno, dell'enogastronomia, del cicloturismo, dell'ippoturismo, del motociclismo e degli sport in genere, della caccia e della pesca, della cultura, della riabilitazione, dei weekend per famiglie. Turismi che si affacciano spontaneamente sul territorio e dimostrano potenzialità di crescita, pure nel contesto di un'offerta e di strutture ancora prevalentemente orientate a un'idea generica ed obsoleta del turismo e talora al semplice autoconsumo (folklore e non impresa) dei valori del territorio.

Il turismo, e più specificatamente l'eco-turismo, rappresenta con tutte le sue componenti e sfaccettature, la principale opportunità innovativa per lo sviluppo socio-economico del territorio del Parco. Si può infatti asserire che in termini generali, fino ad oggi, il turismo ha caratterizzato lo sviluppo economico del Parco solo marginalmente e ha caratterizzato in modo significativo solo alcune località ed alcuni periodi dell'anno. Per il territorio del Parco nazionale la parola turismo non è nuova, ma, per dire la verità, questa porzione di Appennino ha goduto davvero del turismo

quando era "villeggiatura", cioè fino a 30/40 anni fa. Poi il modello è invecchiato e si è pressoché spento e parallelamente non ne è nato davvero uno nuovo. Ciò che è rimasto della villeggiatura principalmente è il turismo di ritorno, il "turismo delle radici" il ritorno di emigrati e le loro famiglie nella parte centrale della stagione estiva ed in parte nelle giornate festive, ma neppure questa opportunità sin ora è stata sfruttata adeguatamente, è stata vissuta in modo passivo, non comprendendo che proprio nel contatto con intere generazioni di emigrati dall'Appennino c'è oggi una grande potenzialità turistica, favorita dalla rete internet. Gli emigrati possono essere protagonisti di un "turismo delle radici" che può avere target importanti ed esclusivi, in ambito nazionale e anche internazionale.

Poiché è evidente che questo territorio non è storicamente vocato al turismo, il distretto turistico va costruito ex-novo ed il parco è l'occasione per farlo mettendo a sistema le emergenze ed i punti di forza di tutti i territori, innovando il modello, rendendolo davvero multi - stagionale e costruendo alleanze sia all'interno del proprio territorio i sia con soggetti "turisticamente maturi" ad esso limitrofi. Per il territorio del Parco è un "salto culturale" pensare al turismo come importante occasione di sviluppo socio-economico, poiché rispetto a quello agro-silvo-pastorale, storicamente predominante, è un comparto giovane, che nella maggior parte dei casi nasce e cresce parallelamente al Parco (nell'ultima decade dello scorso secolo) e che, tutt'oggi, è ancora economia marginale.

Per consentire che questo settore faccia un salto di qualità complessivo e sappia essere competitivo nel mercato dell'ecoturismo sarà necessario stimolare e sostenere importanti "rivoluzioni": sottendere ad una gestione unitaria del turismo ed attivare alleanze, organizzare una specifica strategia di marketing territoriale, sperimentare prodotti innovativi ed eccellenti, qualificare gli operatori e le strutture.

3.1.5.1. Gestione unitaria del turismo e attivare alleanze

Dovranno essere valutata positivamente tutte le azioni che tenderanno a garantire una gestione unitaria delle politiche turistiche dei territori del Parco e di quelli ad esso limitrofi e propedeutici, superando divisioni provinciali e regionali con l'obiettivo di creare un unico distretto competitivo. Le azioni da coordinare a livello di distretto saranno molteplici dalla promozione alla gestione dei punti informativi, dalla commercializzazione dell'offerta alla stesura degli itinerari/pacchetti. In tutte queste attività dovrà prevalere su campanilismi e protagonismi una sola logica, quella della soddisfazione del turista, ovvero l'unica in grado di garantire a medio termine una diffusa e soddisfacente distribuzione su tutto il territorio dei benefici indotti dal turismo.

La gestione unitaria fin'ora realizzata è stata limitata ad alcuni servizi di informazione e programmi di comunicazione e animazione. E' maturo il tempo per fare un deciso passo avanti.

Le risorse pubbliche disponibili che si riducono drasticamente devono indurre a una reazione, più concertazione, più collaborazione, più decisione nell'identificare un pacchetto di progetti capaci di trascinare il turismo dell'Appennino da quello che è ora, a un sistema turistico competitivo e moderno.

Le risorse del Parco, delle Comunità Montana, dei Comuni, del Parco, delle Provincia, delle Camera di Commercio possono essere concentrate e investite attorno a un progetto unitario, così come unitario può essere anche l'impegno delle risorse umane di cui dispongono le pubbliche

amministrazioni. Serve perciò un preciso accordo di programma. Oggetto dell'accordo deve essere una gestione unificata del turismo nel Parco, che non sia semplicemente la messa in campo di uno strumento operativo comune ai vari enti, Comune deve essere anche il programma, che deve essere articolato attorno alle azioni più importanti e innovative. Quelle che hanno scala e risonanza non solo locale ne singolo comune o borgo dove si svolge. E quelle che indicano nuovi prodotti e nuove occasioni di vero turismo.

Estremamente importante sarà anche favorire, a tutti i livelli, il perseguimento di azioni sinergiche e collaborazioni con i "Parchi di Mare e di Appennino" per lo sviluppo di una offerta turistica integrata, creando un bacino di interesse più ampio ed interessante per un vasto pubblico. Dovranno essere sostenute la realizzazione di strumenti di promozione comuni, soprattutto però dovrà essere favorita la costruzione e la commercializzazione da parte di tour-operator specializzati di pacchetti turistici comuni ai parchi di Mare di Appennino.

3.1.5.2- Il Parco al centro di un progetto di marketing territoriale turistico

Il Parco Nazionale può svolgere un'importante azione diretta per dotare il territorio di una serie di efficaci strumenti ed interventi tali da farne emergere i valori di eccellenza, a partire da quelli naturalistici, paesaggistici, storici e culturali, in una strategia di marketing territoriale finalizzata prevalentemente ad attrarre l'attenzione e l'interesse di turisti e visitatori.

Questa strategia, per lo più attuata mediante le azioni che hanno caratterizzato il Piano di Start Up del Parco Nazionale, si articola in due tipologie di interventi, distinti tra loro, ma complementari:

- una serie di interventi, in gran parte strutturali, sul territorio del Parco (marketing interno), che mirano ad accrescere la consapevolezza nei residenti sulle potenzialità turistiche e, allo stesso tempo, accogliere i visitatori dando loro gli strumenti per conoscere ed apprezzare il Parco (porte del Parco, Centri visita, Info-point, arredo urbano,...).
- una serie di interventi, essenzialmente di comunicazione, saranno rivolti a promuovere le peculiarità del Parco a livello nazionale ed internazionale (marketing esterno), rivolgendosi in particolar modo a target di visitatori ben definiti e capaci di apprezzare le peculiarità del Parco (sito internet, social network, guida TCI, Carta dei sentieri, brochure, Merchandising ...).

Nell'ambito di questa strategia di marketing territoriale, tutte le attività della Parco Nazionale dovranno sottendere al perseguimento di chiari e comuni obiettivi:

- **Valorizzare l'essere Parco Nazionale.** Lo status di Parco Nazionale è per un territorio, di per se, un importantissimo elemento di promozione e valorizzazione per la visibilità che ne risulta a livello nazionale ed internazionale, ma soprattutto per l'aspettativa di bellezza e benessere che tale denominazione evoca nella maggior parte delle persone.
- **Coinvolgere e dare consapevolezza al territorio.** Non sarà sufficiente, però, una operazione di arredo urbano affinché i visitatori possano cogliere a pieno il valore aggiunto per cui questo territorio è ritenuto di pregio e tutelato. È fondamentale che delle virtù e delle potenzialità del Parco (ma anche dei vantaggi e dei doveri) siano innanzitutto consapevoli

i residenti, affinché possano trasmettere entusiasmo e interesse ai propri ospiti e nutrire ancor di più una attitudine a valorizzare al giusto livello il paesaggio, l'arredo, i borghi e in generale i beni culturali e ambientali di cui quotidianamente fruiscono. Le azioni di marketing territoriale dovranno sempre tenere in considerazione questo aspetto, cercando di creare e rafforzare la consapevolezza (in particolar modo sul versante emiliano dove appare più debole) delle straordinarie potenzialità del Parco e dei suoi territori in termini ambientali, turistici, produttivi e culturali.

- **Offrire un'immagine unitaria del Parco.** Per quanto il territorio del Parco Nazionale dell'Appennino tosco-emiliano sia costellato di confini (amministrativi, culturali, climatici, paesaggistici...) è necessario che l'attività di marketing territoriale sappia offrire all'esterno un'immagine unitaria del territorio del Parco, superando le delimitazioni amministrative delle due Regioni e delle quattro Province, non per omologarne le diversità - che anzi costituiscono la ricchezza del Parco - ma per metterle in rete in maniera efficace e fare in modo che le une costituiscano un valore aggiunto per le altre.
- **Rafforzare il rapporto Parco - denominazioni storiche e Parco - prodotti tipici.** La promozione unitaria del Parco Nazionale non deve però cancellare o svilire la presenza sul proprio territorio delle denominazioni storiche (Bismantova, Canossa, Garfagnana, Lunigiana) e della denominazione dei prodotti tipici di punta e di grande notorietà (Prosciutto di Parma, Parmigiano Reggiano, Farro di Garfagnana), ma valorizzarli sottolineando che tutte queste peculiarità sono parte del Parco Nazionale. Il marketing territoriale del Parco dovrà avvalersi della notorietà di queste denominazioni come traino per tutto il territorio, promuovendole nell'ottica dell'interconnessione e dello scambio. I prodotti tipici gastronomici possono essere considerati i migliori testimoni di qualità, spessore ambientale, sociale e storico del territorio e rappresentano un importante ed efficace tematismo da cui attingere per i contenuti degli strumenti di marketing territoriale. La qualità dei prodotti gastronomici realizzati nel territorio del Parco Nazionale dell'Appennino tosco-emiliano (DOP, IGT, tradizionali) fanno sì che alcuni di questi siano ben conosciuti sul territorio nazionale ed internazionale, molto di più di quanto lo sia il Parco. Questa opportunità non deve essere persa, le attività di marketing territoriale del Parco dovranno saper attivare sinergie con i soggetti competenti per la promozione di questi prodotti tipici affinché diventino testimonial dei territori da cui provengono e del Parco Nazionale.
- **Creare interazioni con i “Parchi di Mare e di Appennino”.** Il Parco Nazionale dell'Appennino tosco-emiliano ha siglato nell'Agosto 2007 un protocollo di intesa con il Parco Nazionale delle Cinque Terre, il Parco Regionale delle Apuane, il Parco Regionale dell'alto Appennino Modenese (Frignano), il Parco Regionale delle Valli Del Cedra e del Parma (Dei Cento Laghi) ed il Parco Regionale di Monte Marcello Magra in virtù del quale tali parchi intendo attivare, ed in parte hanno già attivato, stabili forme di collaborazione per favorire lo sviluppo locale soprattutto nel settore del turismo, della promozione del territorio e della conservazione della natura, anche allo scopo di ottenere interesse e visibilità nel contesto nazionale ed europeo. Le azioni di marketing del Parco Nazionale dell'Appennino tosco-emiliano dovranno sempre tenere in considerazione i programmi ed i progetti di area vasta sostenuti collegialmente dai citati Parchi, facendo, se necessario, espliciti riferimenti a tali progetti e alle collaborazioni in atto con gli altri Parchi. Nel progettare ed eseguire le attività di marketing territoriale del nostro Parco, sarà sempre

opportuno valutare analoghe soluzioni realizzate dagli altri Parchi firmatari del protocollo d'intesa, perseguendo l'intento di coordinare gli strumenti utilizzati e di replicare le pratiche di successo.

- **Promuovere le 4 stagioni.** Il marketing territoriale del Parco Nazionale dovrà saper promuovere il territorio nell'arco di tutto l'anno. Non si tratta solo di favorire la destagionalizzazione delle presenze e della ricettività, ma di attivare strategie atte a sottolineare come il Parco possieda specificità attrattive in tutte le stagioni (specialmente in autunno e primavera) ed in più ambiti (paesaggistico, gastronomico, sportivo, culturale). Le azioni di marketing territoriale che verranno realizzate dovranno fare riferimento a questa importante opportunità che il Parco possiede, facendo riferimenti – più o meno dettagliati a seconda delle potenzialità degli strumenti utilizzati – a come le caratteristiche, le opportunità e l'offerta cambi nell'arco dell'anno, assecondandone le peculiarità.
- **Valorizzare l'Appennino.** Deve essere enfatizzato il fatto che questo è il primo Parco Nazionale (l'unico al centro Nord) che ha la denominazione Appennino nel proprio nome. Il termine Appennino deve essere valorizzato anche in termini di confronto/scontro con le Alpi, declinandolo in tutte le sue valenze ed evocazioni, promuovendolo come montagna familiare, amica domestica, dove non si è mai perduti.
- **Il crinale, il confine Euro-Mediterraneo.** Il crinale dell'Appennino in questo Parco non deve essere interpretato come limite, ma come frontiera di relazione euro-mediterranea in termini climatici, di habitat, di produzioni e di culture.
- **Il legame con le attività sportive.** Le opportunità di praticare un'ampia gamma di attività sportive, per tutte le esigenze e capacità, in tutte le stagioni dell'anno, può essere interpretato come un efficace veicolo per la promozione del territorio sottolineando le relazioni tra lo sport e le peculiarità del Parco, così come l'opportunità di fruire delle emergenze del Parco praticando sport.

Oltre al Parco anche gli altri soggetti territoriali dovranno agire coerentemente a questa strategia di marketing territoriale, in particolare i futuri interventi di arredo urbano e del territorio e/o di informazione turistica realizzati dai Comuni o da altri soggetti competenti, dovrebbero essere realizzati secondo un'immagine coordinata e delle linee guida comuni. Sarà altresì importante riconoscere la valenza turistica della viabilità nel Parco nazionale, valorizzando e promuovendo l'utilizzo della viabilità comunale, così come di alcuni (pochi e selezionati) sentieri polifunzionali che consentano di creare un collegamento tra i borghi e le principali emergenze naturalistiche e culturali del territorio del parco.

3.1.5.3. Qualificazione e competitività degli operatori turistici

Dovrà essere favorita la qualificazione e la specializzazione degli operatori turistici esistenti e la creazione di nuove strutture ricettive e di servizio in modo tale che l'offerta territoriale sia in grado di essere pronta ad accogliere e soddisfare i molteplici e diversificati profili dell'eco-turista. Attività formative, ma anche incentivi mirati alla qualificazione delle strutture (o creazione di nuove) dovranno evitare il moltiplicarsi di strutture generaliste e favorire la creazione di un'offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco, dettagliata per stagione (o ancor meglio per week-end) e per tipologia di utente. Relativamente agli ambiti più innovativi e particolari dell'offerta

eco turistica dovranno anche essere ritenute le idee imprenditoriali più "coraggiose" mediante la creazione di incubatori di impresa e spin-off specifici. Al fine di qualificare e connotare le strutture turistiche del Parco nell'ambito europeo del settore dell'Eco-turismo sarà anche opportuno sostenere, mediante formazione ed incentivi, l'ottenimento della certificazione europea di qualità ecologica per le strutture turistiche: l' Ecolabel.

La qualificazione professionale e la specializzazione dell'offerta dovrebbe anche consentire la creazione di reti tra operatori, certamente da favorire, finalizzata alla costruzione di pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati dai soggetti autorizzati (tour-operator, agenzie viaggi, club di prodotto). Per favorire queste forme di collaborazione anche tra operatori di territori differenti sono da valutare positivamente azioni quali l'organizzazione di seminari e workshop in cui invitare eventualmente anche operatori turistici operanti nei parchi limitrofi (Parchi di Mare e di Appennino) e/o agenzie e tour-operator specializzati nel settore dell'eco-turismo.

Gli operatori turistici del territorio del Parco dovranno inoltre essere sostenuti nella possibilità di "sfruttare" il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing ad esempio fornendo loro materiale promozionale del Parco per allestire/arredare la loro struttura o favorendo la visibilità della loro offerta negli strumenti di comunicazione del Parco.

3.1.5.4. Il Parco laboratorio di eccellenze e innovazione di prodotto turistico

Il Parco nazionale può svolgere una azione di sperimentazione e spin-off per modelli turistici innovativi per il territorio del Parco, sostenendo la fase più complessa e imprenditorialmente rischiosa, offrendo poi come risultato al territorio prodotti facilmente replicabili e standardizzabili.

In quest'ottica il Parco ha sin ora operato con i progetti "Neve Natura" e "Autunno d'Appennino" cercando di stimolare il territorio ad ampliare la stagione turistica estiva anche ai mesi dell'autunno e l'offerta invernale a tutti i borghi, non solo quelli limitrofi agli impianti di risalita.

Un ulteriore interessante area di sperimentazione dell'offerta turistica, rispetto alla quale devono essere visti positivamente gli interventi atti valutarne la fattibilità, riguarda le attività hobbistiche quali caccia, pesca, raccolta dei funghi e prodotti del sottobosco, che sono molto praticate sul territorio del Parco da non residenti, ma solo in rari Casi generano occasione di turismo (pernottamenti). In tal senso dovranno essere valutati espedienti e proposte tali da favorire o vincolare l'espletamento di tali attività al pernottamento preso strutture ricettive. Analogamente potrebbe essere favorita la creazione di aree faunistiche venatorie, correlate a strutture turistiche, nelle aree limitrofe al parco in cui, spesso, é maggiore la presenza della fauna selvatica (risolvendo così in parte anche i problemi alle aziende agricole causati dalla fauna).

Una riflessione specifica la meritano le stazioni per lo sci alpino presenti nel territorio del Parco, per alcune delle quali é auspicabile prospettare una qualificazione e sviluppo mentre per altre é necessario valutare idonee opportunità di riconversione e/o di ampliamento dell'offerta. In entrambi i casi é opportuno favorire lo sviluppo affianco allo sci alpino delle offerte di "neve natura" (Ciaspole, sci di fondo, winterweg, slittino e bob,..) ovvero la fruizione a tutti i livelli della neve senza particolari esigenze di innevamento o impianti. In alcuni casi é anche opportuno prevedere la riqualificazione degli impianti per le attività estive (down-hill, parapendio ed escursionismo) o più in generale specializzare l'offerta anche con attività in grado di garantire destagionalizzazione (centri congressi e offerte benessere-wellness).

Anche la strutturazione di forme di turismo di comunità, realtà ben consolidata in alcuni piccoli borghi di crinale, deve essere facilitata e sostenuta, al fine anche di creare un circuito turistico e di azioni di collaborazione tra le diverse realtà.

Attività sperimentali potranno anche essere correlate al rilancio ed utilizzo dei principali sentieri che lo attraversano il Parco e lo collegano con altri territori (Via Francigena, lo 00, la Via del Sale, Trekking Lunigiana e Garfagnana, Sentiero Spallanzani, Grande Ippovia Emiliano-romagnola, collegamenti con Parco delle Apuane e con il Parco delle Cinque Terre,...). Relativamente a questa attività però sarà anche estremamente importante cercare di coinvolgere gli operatori turistici operanti lungo queste direttrici, coinvolgendoli e co-responsabilizzandoli sia nelle azioni di manutenzione sia nella creazione di progetti (e pacchetti turistici) che consentano che tali vie siano effettivamente percorse, fruite e valorizzate.

In fine, ma non meno importanti, saranno da sostenere azioni tese a sviluppare attività e servizi che permettano, facilitino ed stimolino la fruizione e del Parco da parte di persone diversamente abili in particolare attraverso la formazione specialistica di operatori turistici, guide ed accompagnatori ed istruttori sportivi, ma anche nell'incentivazione dell'adeguamento strutturale (oltre la mera messa a norma) delle strutture.

3.1.6 Favorire lo sviluppo sostenibile di filiere nell'ambito delle energie rinnovabili e dell'efficienza energetica

Nel quadro delle norme degli incentivi di settore il Parco nazionale dell'Appennino tosco-emiliano può puntare all'equilibrio tra energia prodotta e consumata nell'arco di pochi anni e, in prospettiva, a produrre ulteriore energia aggiuntiva per il mercato. Ci sono consistenti spazi di produzione aggiuntiva di energia rinnovabile nel mini-idro, nell'eolico (anche micro), nel solare termico e fotovoltaico, nello sfruttamento delle biomasse di risulta delle attività agricole e forestali. Ci sono, naturalmente, anche margini di miglioramento del risparmio e dell'efficienza di consumi a partire dalla bio-edilizia. Attori di un'azione sul territorio possono essere ENEL, ENIA, ed altre multi utilities, alcune piccole imprese del settore elettrico energetico e dell'edilizia. Attori di una micro auto produzione diffusa possono essere invece una quantità notevolissima di imprese artigianali agricole e commerciali e persino di famiglie. La governance pubblica deve farsi carico della compatibilità e qualità ambientale e paesaggistica delle attività di produzione delle energie rinnovabili. Ma al tempo stesso, date le competenze e i poteri diretti in materia di beni pubblici, i comuni possono essere altresì attori e imprenditori diretti o indiretti di nuovi business e pratiche dell'energia rinnovabile e dal contributo alla riduzione della CO₂.

Al fine di favorire la diffusione tra cittadini ed imprese residenti nei comuni del Parco, in forma singola o aggregata, di interventi volti alla produzione di energia rinnovabile ed alla efficienza energetica degli edifici, l'Ente Parco realizzerà, nelle strutture di propria proprietà, installazioni sperimentali e pilota al fine di testimoniare la concretezza e l'efficacia di questi interventi e favorirne la replica. Azioni analoghe sono da ritenere opportune anche da parte di altri soggetti pubblici territoriali. Sono altresì da valutare positivamente tutte le forme di sensibilizzazione, informazione e formazione professionale relative a tali temi e che possano concretamente portare ad un contributo positivo del territorio del parco alla lotta ai cambiamenti climatici.

Parallelamente, al fine di Favorire lo sviluppo di centrali per la produzione di energia rinnovabile, se ambientalmente compatibili con le esigenze di tutela del Parco, si ritengono interventi utili e da

sostenere:

- la realizzazione di studi di fattibilità e potenzialità nel territorio del Parco per di centrali per la produzione di energia rinnovabile, in particolare mini-idroelettrico, piccole centrali a biomassa ed eolico
- la realizzazione di minicentrali di energia rinnovabili con azionariato popolare

3.1.7 Offrire occasioni di socialità e crescita culturale

Al fine di stimolare occasioni di crescita culturale, socialità consolidamento dell'identità territoriale e delle tradizioni, favorendo innanzitutto la conoscenza e lo scambio reciproca tra i diversi "versanti" del Parco e valorizzando, in particolare, le numerose esperienze di volontariato di coesione sociale e di solidarietà, sono da considerarsi azioni positive e auspicabili l'organizzazione di momenti pubblici di incontro, conoscenza e scambio tra le numerose realtà associative e di volontariato presenti nei vari territori del Parco, sostenendo gemellaggi tra queste realtà volti alla collaborazione su progetti comuni,

Al fine invece di favorire la costruzione di relazioni tra il territorio e le comunità del Parco ed il "mondo esterno" sarà opportuno sostenere tutte le azioni in grado di mettere a frutto e sviluppare le opportunità relazionali emerse dal progetto Parco nel Mondo (si vedano le schede nella banca progetti) o da altre realtà internazionali presenti e radicate sul territorio (Rete internazionale città slow)

Altrettanto importante sarà sostenere la costruzione relazioni con soggetti pubblici e privati, di valore nazionale ed internazionale (CAI, UISP, Reggio Children, Università, Istituti di ricerca ed agenzie territoriali, associazioni,), e facilitare la loro presenza fattiva sul territorio organizzando con loro convegni, seminari e progetti.

3.1.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori

Per realizzare tale obiettivo il Parchi intende realizzare, in continuità con le attività che sta già svolgendo in questo ambito, una specifica agenzia di sviluppo (si veda scheda specifica nella banca progetti) che, possibilmente in partenariato con i principali soggetti socio economici territoriali. In termini più generali dovranno comunque essere favorite e sostenute azioni in grado di effettuare ricerca e sviluppo nell'ambito delle opportunità offerte al territorio dai paradigmi della green-economy, di realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spin-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del PPES, di favorire interconnessioni tra le realtà socio-economiche dei territori, scambi di buone pratiche e instaurazione di alleanze territoriali ed imprenditoriali, di monitorare le opportunità per il tessuto socio-economico locale di attrarre finanziamenti atti all'attuazione degli obiettivi del PPES ed assistere i soggetti pubblici e privati nella redazione delle candidature.

3.2 Banca progetti

Le schede progetto sono di seguito elencate secondo il principale obiettivo generale a cui si riferiscono.

Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali		
1	Albo guide Parco Creazione di un gruppo di operatori specializzati per supportare le finalità turistiche e educative del territorio	Pag 251
2	Bonifica e aggiornamento segnaletica Progetto per qualificare ed uniformare la segnaletica turistica/naturalistica inerente al Parco	Pag. 254
3	Tutela e valorizzazione del paesaggio Interventi di mitigazione degli impatti visivi e di apertura di spazi per la valorizzazione del paesaggio	Pag 257
4	Cittadini del Parco Progetto scolastico per la conoscenza del territorio da parte degli studenti nelle scuole del Parco e creazione di un comune senso di appartenenza	Pag. 259
5	Progetto Aquila Monitoraggio della presenza e stato della specie.	Pag. 262
6	Progetto Lupo Convivenza tra zootecnia e Lupo in Appennino	Pag. 265
7	Mostra della storia del paesaggio dell'Appennino Una mostra itinerante in correlazione con il museo sul paesaggio dell'Appennino Tosco Emiliano	Pag. 268
8	Giornale del Parco Periodico di informazione sulle attività del Parco e valorizzazione delle sue peculiarità	Pag.271
9	Progetto Trias – Poiano e Sassalbo Conoscenza e valorizzazione del patrimonio geologico del Parco	Pag.273

10	Atelier del lupo di Cervarezza Centro didattico-turistico dedicato al lupo e alla natura protetta al Parco Flora	Pag. 276
11	Recupero pascoli di Logarghena Ri-attivazione del pascolo nelle praterie sommatali e nei crinali secondari	Pag. 279
12	Progetto specie rare e minacciate della flora Studio delle popolazioni rare e minacciate della flora nei SIC di crinale	Pag. 282
13	Progetto Schiocchi Valorizzazione eccellenze naturalistiche dell'area degli Schiocchi del Secchia e Rialbero	Pag. 286
14	Parco e archeologia Progetto per effettuare ricerca e valorizzare i siti archeologici presenti nel territorio del Parco	Pag. 288
Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.		
15	Cooperative di borgo Servizi cooperativi ai residenti e ai turisti nei borghi più vicini al territorio del Parco	Pag. 291
16	Parco nel Mondo Trasformare l'emigrazione da privazione a risorsa	Pag. 294
17	Club Appennino Un'azione di networking tra i "cittadini affettivi" ed i residenti del Parco	Pag. 298
18	Orizzonti circolari Creazione di una rete di "ambasciatori del Parco" nel mondo	Pag. 302
19	Camporghena e Torsana accessibili Manutenzione straordinaria della viabilità di accesso ai borghi di Camporghena e Torsana	Pag. 306
Migliorare le connessioni tra i vari territori del Parco e tra questi e "l'esterno"		
17	Parco Bus Trasporto collettivo per favorire il collegamento tra Parco e principali città limitrofe	Pag. 308

18	Stazioni del Parco Strumenti di promozione del Parco nelle stazioni delle linee FS Aulla-Lucca e Aulla - Parma	Pag. 311
Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale		
22	Rometta la piazza dei sapori dei Parchi Piazza mercato per valorizzare l'incontro dei sapori dei territori del Parchi di Mare e di Appennino	Pag. 314
23	Concorso Menù Km Zero Un progetto di valorizzazione delle produzioni agroalimentari tipiche e locali	Pag. 317
24	Latterie per il territorio Rafforzare le connessioni tra alcune latterie e le peculiarità naturalistiche, storiche e culturali con i territori che le circondano	Pag. 320
25	Presidio Slow Food per il Parmigiano Reggiano Tutela delle tecniche tradizionali e classiche della produzione del Parmigiano Reggiano	Pag. 323
26	Manutenzione agricola Affidare la manutenzione del territorio del Parco alle aziende agricole limitrofe	Pag. 326
27	Marchio “Prodotti del Parco” Realizzazione disciplinare marchio di qualità del Parco per i prodotti agroalimentari	Pag. 329
28	Gruppi di Acquisto Solidale (GAS) del Parco Favorire la vendita dei prodotti tipici del Parco ai gruppi di acquisto solidale italiani	Pag. 332
29	All'estero con i prodotti Azioni di promozione del territorio del Parco attraverso i prodotti tipici	Pag. 335
30	Il Cavallo del Ventasso Azioni per la valorizzazione e la conservazione del Cavallo del Ventasso e per il sostegno del turismo equestre	Pag. 338
31	L'agricoltura alla difesa della biodiversità Ricerca e realizzazione di video-documentario	Pag. 341

32	Castagneto giardino Recupero e valorizzazione di castagneti da frutto di valore storico-testimoniale	Pag. 344
33	Area di sosta “Roberto Nobili” nel castagneto della Rena Area di uso pubblico volta a valorizzare l’uso agricole turistico del castagneto	Pag. 347
Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo		
34	Rete degli Info Point Supporti multimediali al turista	Pag. 351
35	Atelier delle Acque e delle Energie (Porta dell’Energia) Laboratorio museale di ricerca pedagogica sull’energia idroelettrica	Pag. 354
36	Cento Sport e Natura (Porta Sport e Natura) Laboratorio di attività sportive per una palestra a cielo aperto	Pag. 358
37	Neve Natura e Cultura di Appennino Educazione ambientale e turismo sulla neve lontano dagli impianti	Pag. 361
38	L’Appennino a Manarola Punto Info presso il Sentiero dell’Amore a Manarola	Pag. 365
39	Castagneto scuola Esperienze di studio-lavoro in autunno	Pag. 368
40	Cuore nel Parco – Camminare Bismantova Percorsi riabilitativi nel Parco	Pag. 372
41	Webcam e Appennino: il Parco in tempo reale Creazione di una rete di Webcam per la diffusione dei paesaggi del Parco	Pag. 375
42	Porta dei Gessi Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco	Pag. 377
43	Porta Euro - mediterranea Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco	Pag. 380
44	Porta delle Due Valli - Sparavalle Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco	Pag. 383

45	Porta dei “Cavalieri del Ventasso” Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco	Pag. 387
46	Porta dell’Appennino Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco	Pag. 390
47	Porta Francigena alla Pieve di Sorano Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco	Pag. 393
48	Porta della Lunigiana Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco	Pag. 396
49	Porta del cielo sul Monte Giogo Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco	Pag. 399
50	Porta dei cavalieri al Passo del Lagastrello Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco	Pag. 402
51	Porta della Verrucola Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco	Pag. 405
52	Porta della Pania Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco	Pag. 408
53	Porta dei Pellegrini Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco	Pag. 411
54	Porta dei Laghi Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco	Pag. 414
55	Porta di Pradarena Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco	Pag. 417
56	Porta dei Tornini Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco	Pag. 420
57	Summer School di Corniglio Corsi di alta formazione universitaria e professionale nel Parco	Pag. 423
58	Merchandising del Parco	Pag. 426

	Promozione del territorio attraverso la vendita di gadget personalizzati	
59	Promo-artigianato Favorire l'utilizzo dell'artigianato locale come strumento di Merchandising	Pag. 428
60	Centro Visita a Pontecchio Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati	Pag. 431
61	Centro Visita ad Apella Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati	Pag. 435
62	Centro Visita ai Prati di Logarghena Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati	Pag. 439
63	Centro Visita al Passo di Lagastrello Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati	Pag. 444
64	Centro Visita di Pra di Lago Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati	Pag. 448
65	Centro Visita alla Pietra di Bismantova Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati	Pag. 452
66	Centro Visita a Monchio delle Corti Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati	Pag. 457
67	Centro Visita Pratizzano-Vallisnera Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati	Pag. 461
68	Centro Visita a Succiso Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati	Pag. 464
69	Centro Visita presso la sede del Parco di Sassalbo Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con	Pag. 468

	operatori privati	
70	Centro visita presso la Riserva dell’Orecchiella Centri per l’accoglienza e l’orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati	Pag. 472
71	Centro Visita a Sologno Centri per l’accoglienza e l’orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati	Pag. 476
72	Centro Visita a Febbio Rescadore Centri per l’accoglienza e l’orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati	Pag. 480
73	Centro Visita a Civago Centri per l’accoglienza e l’orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati	Pag. 484
74	Centro visita a Lagdei Centri per l’accoglienza e l’orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati	Pag. 488
75	Centro visita a Treschietto Centri per l’accoglienza e l’orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati	Pag. 492
76	Accesso al trekking Lunigiana a Sassalbo ed al Centro per la Biodiversità dei Frignoli Miglioramento dell’accesso e della fruizione del tratto del Trekking Lunigiana prospiciente il Parco nazionale	Pag. 496
77	Valorizzazione del Centro Fiere Comano Cavalli Azioni di promozione e valorizzazione del turismo equestre nel Parco	Pag. 500
78	Centro per il turismo equestre in località Valditacca Valorizzazione turistica della vocazione territoriale all’allevamento di cavalli	Pag. 504
79	Riqualificazione del Rifugio Segheria Recupero e valorizzazione del rifugio e della foresta demaniale Abetina Reale	Pag. 507
80	Percorsi di educazione ambientale nelle aziende agricole del Parco L’equilibrio tra la filiera agricola tradizionale e tipica e la conservazione della	Pag. 510

	biodiversità	
81	ECOCLUSTER per Cerreto Laghi Elaborazione di un modello gestionale di cluster per il miglioramento delle prestazioni ambientali	Pag. 513
82	Certificazione Ecolabel dei Centri Visita e Carta per il Turismo sostenibile nelle aree protette Attuazione di una strategia di eco-adequamento delle strutture turistiche	Pag. 516
83	Appennino Reale Rete di sentieri invernali e percorsi polifunzionali tra Appennino reggiano e modenese e Garfagnana	Pag. 519
84	Riserve turistiche di pesca, raccolta funghi e frutti di bosco Iniziative per rafforzare il rapporto tra ospitalità turistica e fruizione delle risorse del territorio	Pag. 522
85	La rete dei rifugi del Parco Collegamenti ed interazione tra i rifugi del Parco	Pag. 525
86	Un Parco per tutti Valorizzazione ed ampliamento dei percorsi per persone diversamente abili	Pag. 528
87	Da Parco a Parco Organizzazioni di collegamenti sperimentali a piedi, in bici o a cavallo con i Parchi di Mare e di Appennino	Pag. 531
88	Il Parco per lo sport Sostegno agli eventi sportivi di richiamo, in discipline connesse alle peculiarità del territorio	Pag. 534
89	Fare per Capire in Appennino Esperienze di studio-lavoro	Pag. 537
90	Pacchetti turistici del Parco Costruzione di pacchetti turistici relativi alle principali peculiarità del territorio ed alle correlazioni con i Parchi di Mare e di Appennino	Pag. 540
91	Parchi di Mare e di Appennino Azioni sinergiche di marketing territoriale e collaborazione con le aree protette adiacenti	Pag. 543

92	Autunno d’Appennino Valorizzazione turistica della stagione autunnale	Pag. 546
93	Centro congressuale a Cerreto Laghi Strutturare il Parco come meta di turismo congressuale	Pag. 549
94	Mobilità dolce nella Valle del Secchia Percorsi per fruizione della natura e del paesaggio nel medio corso del fiume Secchia	Pag. 552
95	Parco Bike Mobilità sostenibile e accessibilità turistica	Pag. 555
96	Albergo diffuso a Camporaghena e Torsana Promozione di una forma di turismo sostenibile nei borghi del Parco	Pag. 558
97	La strada della storia nel Parco Connessione e valorizzazione delle principali realtà storiche ed architettoniche del territorio	Pag. 561
98	Valle del Lucola un paesaggio da vivere Creazione di una percorso turistico legato al territorio, all'agricoltura e alla sua cultura materiale.	Pag. 564
Favorire lo sviluppo sostenibile di filiere energia rinnovabile e dell'efficienza energetica		
99	Parcoenergia “Gruppi di acquisto” per produzione di energia rinnovabile ed efficienza energetica	Pag. 570
100	Energia da Sole, Acque, Vento e Biomasse Mappa delle potenzialità del territorio del Parco in termini di produzione potenziale di energie rinnovabili	Pag. 573
101	Borghi a zero CO2 Azzeramento delle emissioni di CO ₂ dei comuni del Parco attraverso produzione di energia rinnovabile	Pag. 576
Offrire occasioni di socialità e crescita culturale		
102	Gemellaggi nel Parco	Pag. 579

	Gemellaggi tra comunità, Enti ed associazioni dei diversi territori del Parco	
Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione		
103	Agenzia di sviluppo Ricerca e supporto alle occasioni di sviluppo socio-economico sostenibile	Pag. 582
104	Network aziende amiche del parco Attività di <i>fund raising</i> a favore dei progetti del Parco	Pag. 586
105	Completamento sede Comunità di Parco Un centro per le relazioni economiche e sociale del Parco	Pag. 589

TITOLO PROGETTO

Albo guide del Parco

Creazione di un gruppo di operatori specializzati per supportare le finalità turistiche e educative del territorio

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

a. Promuovere la qualificazione degli operatori turistici e la creazione di nuove strutture ricettive e di servizio in grado di essere interessanti per i molteplici profili dell'eco-turista.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Sul territorio del Parco esistono già una serie di figure professionali a vario titolo riconosciute da regolamenti regionali e/o provinciale come abilitate all'accompagnamento turistico/escursionistico e che possono vantare una approfondita conoscenza del loro territorio. Poche sono però le figure che hanno una conoscenza complessiva del territorio del Parco nazionale e che sono in grado di proporre e trasferire ai turisti e visitatori una visione di insieme e possibili correlazioni tra i territori.

Rivolgendosi prioritariamente ai soggetti già accreditati a livello locale, il Parco intende realizzare specifiche azioni di formazione per creare figure professionali in grado di essere denominate, a pieno titolo "guide del parco" e poter essere promosse ai turisti ed ai visitatori mediante gli strumenti di promozione e comunicazione del Parco stesso.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Progetti di promozione turistica e di educazione ambientale

RISULTATI ATTESI

Ottenere una rete diffusa di figure professionali che conoscano approfonditamente tutto il territorio del Parco e possano proporre e stimolare i turisti a svolgere percorsi di connessione tra i vari territori in esso presenti.

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

Giovani del territorio

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comunità Montane – Unioni di Comuni

CCIAA

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Circa 5.000,00 per organizzare un appropriato corso di formazione in aula e open-air

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Quota di partecipazione al corso di formazione

Canone annuo di iscrizione all'Albo Guide del Parco

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Numero di corsi di formazione realizzati/anno

Istituzione dell'Albo Guide del Parco

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di partecipanti ai corsi di formazione

Numero di iscritti all'Albo Guide del Parco

Numero di uscite/anno delle Guide del Parco

TITOLO PROGETTO

Bonifica e aggiornamento segnaletica

Progetto per qualificare ed uniformare la segnaletica turistica/naturalistica inerente al Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

Nel territorio del Parco, specialmente nell'ultimo decennio, sono stati realizzati molti strumenti di segnalazione a scopo turistico/naturalistico (bacheche, cartelli, tabelle...). Nella maggior parte dei casi questa segnaletica non ha nessun riferimento al Parco Nazionale, mentre sul versante emiliano molti di essi riportano ancora l'effigie dei Parchi Regionali del Gigante o dei Cento Laghi o comunque. In altri casi le informazioni riportate non sono più corrette o il materiale risulta degradato dalla intemperie o da atti vandalici. La presenza disordinata di queste informazioni, o meglio disinformazioni, è un elemento di confusione e disturbo per il visitatore. È opportuno prevedere un censimento dell'esistente e provvedere almeno ad una correzione delle informazioni sbagliate e l'inserimento dei riferimenti al Parco Nazionale (tutto ciò può essere fatto senza realizzare nuove strutture informative ma, nella maggior parte dei casi, modificando quelle esistenti). Laddove si incontrerà invece segnaletica estremamente vecchia o rovinata, sarà opportuno provvedere all'eliminazione. Il monitoraggio, specialmente se georeferenziato, consentirà di avere un quadro chiaro dell'offerta informativa sul territorio, utile anche a programmare futuri interventi.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

Progetti di marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Offrire un'immagine unitaria e gradevole del territorio

Rafforzare la presenza territoriale del Parco

Dare informazioni corrette e complete a turisti, visitatori e residenti

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti, visitatori e residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

20.000,00 per il censimento, non definibile per gli interventi di bonifica e sostituzione

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Fondi provinciali per il turismo

Fondazioni bancarie

Sponsor privati

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

GIS con georeferenziazione della segnaletica turistica

Bonifica della segnaletica non più idonea

Realizzazione di nuova segnaletica

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Non facilmente valutabile

TITOLO PROGETTO

Tutela e valorizzazione del paesaggio

Interventi di mitigazione degli impatti visivi e di apertura di spazi per la valorizzazione del paesaggio

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

- a. Tutelare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco garantendone una corretta e sostenibile fruizione odierna e la conservazione per le generazioni future.
- b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

Il godimento e la valorizzazione del paesaggio del parco nazionale e di alcune peculiarità paesaggistiche sono talvolta messi a repentaglio da interventi antropici che li deturpano o dalla crescita di vegetazione spontanea che li nasconde.

Il parco dovrà effettuare un piano di interventi volti ad attivare interventi di bonifica e/o mitigazioni degli elementi di origine antropica che inficiano la fruizione e valorizzazione del paesaggio e parallelamente una serie di interventi di manutenzione forestale per rendere visibili gli elementi di pregio che caratterizzano il paesaggio, creando anche “finestre” lungo le principali vie di comunicazione, e sentieri che caratterizzano il territorio.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Nessuna correlazione

RISULTATI ATTESI

Valorizzare il patrimonio paesaggistico

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Non stimabile, a seconda degli interventi

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Provinciali, regionali

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Numero di interventi realizzati

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Confronto fotografico con immagini antecedenti gli interventi

TITOLO PROGETTO

Cittadini del Parco

Progetto scolastico per la conoscenza del territorio da parte degli studenti nelle scuole del Parco e creazione di un comune senso di appartenenza

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

STATO DI ATTUAZIONE

Il progetto ha avuto qualche esperienza pilota in alcune scuole di Comuni reggiani, ma deve essere pianificato e realizzare ex-novo con un visione di sistema

SINTESI

Il progetto vuole favorire l'inserimento nei programmi didattici di ogni ordine e grado delle scuole attive nei Comuni del Parco, percorsi di approfondimento e conoscenza del territorio e dei valori di tutto il territorio del Parco (non solo della “propria” porzione”) stimolando gite scolastiche nelle aree di maggior pregio e gemellaggi e scambi tra le scuole di diversi territori.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Atelier di onda in onda

Indirettamente questo progetto è correlabile a tutte le attività del Parco.

RISULTATI ATTESI

Creazione di un senso di appartenenza al parco nazionale da parte delle giovani e conoscenza dei suoi valori

Creazione un “mercato interno comune” per il turismo scolastico

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Studenti di ogni ordine e grado delle scuole dei Comuni del Parco

Insegnanti delle scuole dei Comuni del Parco

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Università

Scuole

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

60.000 euro all'anno (per almeno 5 anni) per formazione insegnanti, realizzazione materiale didattico di supporto, contributo alle scuole per attività progettuali e gite

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

È possibile verificare le opportunità di finanziamento delle Regioni per l'educazione ambientale.

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

n. studenti coinvolti

n. scuole coinvolte

n. insegnanti formati

n. gite ed iniziative di scambio realizzate

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

n. di scuole che proseguono le attività nell’ambito del progetto, indipendentemente dai contributi del Parco.

TITOLO PROGETTO

Progetto Aquila

Monitoraggio della presenza e stato della specie.

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

- a. Tutelare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco garantendone una corretta e sostenibile fruizione odierna e la conservazione per le generazioni future.
- b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.
- c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

Il monitoraggio della presenza e dello stato delle specie particolarmente protette, in quanto attività finalizzata alla conservazione e alla valorizzazione del patrimonio naturale, dovrebbe essere uno dei temi centrali dell'attività degli Enti di Gestione delle Aree naturali protette. L'importanza strategica dell'attività di monitoraggio delle specie di interesse conservazionistico trova infatti pieno riconoscimento nel quadro legislativo di riferimento per le Aree Protette (L.394/91) ed anche nella legislazione regionale dell'Emilia-Romagna e della Toscana. L'Aquila reale, pur essendo una delle specie più studiate e monitorate all'estero e sulle Alpi, fino al più recente passato non ha ricevuto in Appennino la giusta attenzione. I pochi e frammentari studi esistenti sono stati condotti soprattutto ad opera di Associazioni di volontariato e di appassionati. Ad oggi mancano ancora studi approfonditi e piani di monitoraggio realizzati su aree vaste e di lungo periodo. Questo "vuoto informativo" e la reale portata degli studi compiuti fino ad ora, possono mettere a repentaglio la corretta gestione di questo rapace soprattutto nelle Aree Protette dell'Appennino. Obiettivo generale del progetto è quindi il monitoraggio della presenza di Aquila Reale nel territorio del Parco ed in particolare del tasso di involo delle cinque coppie che nidificano nell'area protetta o nelle sue immediate vicinanze.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco in particolare le aree di crinale

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Progetti di conservazione e gestione della biodiversità

RISULTATI ATTESI

Sviluppare linee guida per la gestione della specie nel territorio del Parco;

Implementare le conoscenze e lo scambio di informazioni tra il personale di vigilanza del Parco;

Sensibilizzare, informare e coinvolgere attivamente le comunità locali sull'importanza della tutela delle specie protette;

Sviluppare comportamenti "ecosostenibili" attraverso informazione e formazione puntuale dei fruitori delle aree protette.

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Indirettamente operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Regioni

Altri Parchi

Ministero dell'Ambiente

Università

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

40.000,00 euro all'anno

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Ministeriali

Europei (LIFE+)

Sponsorizzazione privata

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Numero di coppie di aquila studiate

Realizzazione di linee guida

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Aumento della presenza delle aquile nel territorio del Parco e della qualità di loro stato.

TITOLO PROGETTO

Progetto Lupo

Convivenza tra zootecnia e Lupo in Appennino

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

- a. Tutelare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco garantendone una corretta e sostenibile fruizione odierna e la conservazione per le generazioni future.
- b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.
- c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

Il progetto si propone il miglioramento delle condizioni per la conservazione di grandi carnivori (Lupo) e soprattutto il trasferimento delle buone pratiche sviluppate dai partner del progetto nell'ambito delle precedenti esperienze. Il progetto si propone di:

- esportare buone pratiche gestionali in aree di recente ricolonizzazione da parte del Lupo;
- stringere rapporti di collaborazione con stakeholders (pastori, cacciatori, ambientalisti, ecc.);
- consolidare e rafforzare gli interventi di prevenzione dei danni da predazione;
- offrire soluzioni e strumenti per la mitigazione del conflitto tra Lupo e zootecnia;
- migliorare l'approccio dei gruppi di interesse locali alla conservazione del Lupo.

Gli obiettivi saranno conseguiti attraverso azioni specifiche come la formazione del personale coinvolto nel progetto, la distribuzione di recinti elettrici ai pastori, la realizzazione di recinti fissi anti-lupo nelle aree di pascolo, il monitoraggio del fenomeno predatorio e dei nuclei familiari locali, la sensibilizzazione dell'opinione pubblica nonché il coinvolgimento degli stakeholder, ed in particolare degli allevatori, nell'applicazione delle migliori tecniche di allevamento e dei migliori sistemi di prevenzione del danno. Le attività di monitoraggio degli eventi di predazione avranno

inizio in coincidenza della imminente stagione di pascolo mentre le attività di monitoraggio dei nuclei familiari locali di Lupo attraverso la tecnica delle tracciature intensive su neve avranno inizio nella prossima stagione invernale. Solamente nel corso dell'anno 2010 si ricorrerà anche alla tecnica del wolf howling per la verifica degli eventi di riproduzione. Le attività di monitoraggio potranno avvalersi del Personale afferente al Coordinamento Territoriale per l'Ambiente del Corpo Forestale dello Stato, di studenti universitari che potranno eventualmente realizzare nell'ambito del progetto i propri lavori di tesi, o di chi volesse collaborare alle attività come volontario. Grazie alla collaborazione con i limitrofi Parchi regionali del Frignano e dei Cento Laghi, le attività di progetto potranno essere estese anche al territorio di queste aree protette.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Tutti i progetti di conservazione e valorizzazione della biodiversità

RISULTATI ATTESI

consolidare e rafforzare gli interventi di prevenzione dei danni da predazione;

incrementare e valorizzare la presenza del lupo nel territorio del Parco

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Allevatori

In forma indiretta operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Regioni

Altri Parchi

Ministero dell'Ambiente

Aziende private

Università

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

40.000,00 euro all'anno

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Ministeriali

Europei (LIFE+)

Sponsorizzazione privata

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Numero di lupi studiati

Numero di stakeholders coinvolti

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di capi/anno abbattuti dai lupi

Numero di lupi uccisi dolosamente dall'uomo

Numero di lupi stimati nel territorio del parco

TITOLO PROGETTO

Mostra della storia del paesaggio dell'Appennino

Una mostra itinerante in correlazione con il museo sul paesaggio dell'Appennino Tosco Emiliano

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

STATO DI ATTUAZIONE

Completato ma necessita di integrazioni

SINTESI

Inaugura Sabato 6 Giugno 2008 presso La Riserva Naturale Statale dell'Orecchiella, il museo di storia del territorio e del paesaggio dell'Appennino Tosco Emiliano valorizza gli aspetti salienti e significativi delle trasformazioni avvenute sulla montagna appenninica. Attraverso la visita sarà possibile compiere un ideale percorso lungo il XX secolo e imparare a “riconoscere i segni presenti sul territorio e “interpretare” quindi il paesaggio. Questa mostra spiega benissimo, con l'immediatezza straordinaria delle immagini a confronto, che il paesaggio non è solo cartolina, ma è storia, è matrice naturale e fisica, ma è anche vissuto economico sociale, è progetto umano realizzabile e realizzato.

L'importanza dei contenuti di questa mostra necessiterebbero di essere resi facilmente resa fruibile a tutti i residenti del Parco e non solo, per tanto si ritiene opportuno realizzare anche una mostra itinerante con i contenuti del museo.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Non vi è una localizzazione specifica

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Progetti di educazione ambientale

Progetti di marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Diffondere il valore della storia moderna del territorio attraverso le modifiche che il paesaggio ha avuto

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Residenti

Scuole

turisti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Altri Parchi

Ministero dell'Ambiente

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

10.000,00 euro per la realizzazione della mostra itinerante

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Ministeriali

Sponsor privati

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione della mostra itinerante

Utilizzo della mostra

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

n. di utilizzazioni/anno della mostra

n. di visitatori che frequentano la mostra

TITOLO PROGETTO

Giornale del Parco

Periodico di informazione sulle attività del Parco e valorizzazione delle sue peculiarità

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Realizzare una pubblicazione periodica da diffondere prevalentemente nel territorio del Parco, destinata a residenti e visitatori, attraverso cui aggiornare sulle iniziative in corso in tutto il territorio in linea con gli obiettivi e le strategie del Parco. La pubblicazione avrà anche lo scopo di far conoscere a tutti le peculiarità dei vari territori e creare connessioni tra i vari soggetti operanti su di esso.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Tutti i progetti, ma in particolare quelli di marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Promozione degli appuntamenti e dei progetti del parco

Crescita del senso di appartenenza al Parco da parte dei residenti

Facilitazione di correlazione tra progetti di diversi territori

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Residenti del parco

turisti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comunità Montane – Unioni di Comuni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Almeno 40.000,00 euro/anno per redazione, stampa e distribuzione

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Sponsorizzazione privata

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione della pubblicazione periodica del Parco

Distribuzione delle copie in tutto il territorio del Parco

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

n. di punti di distribuzione della pubblicazione

n. di articoli pubblicati

n. commenti scritti inviati alla redazione

TITOLO PROGETTO

Progetto Trias

Conoscenza e valorizzazione del Patrimonio Geologico del Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

- a. Tutelare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco garantendone una corretta e sostenibile fruizione odierna e la conservazione per le generazioni future.
- b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- b. Realizzare iniziative di carattere pedagogico e scientifico in grado di attrarre turismo scolastico (di ogni ordine e grado) e promuovere percorsi di educazione ambientale,

2.3.7 Offrire occasioni di socialità e crescita culturale

- c. Costruzione relazioni con soggetti pubblici e privati, di valore nazionale ed internazionale, e facilitare la loro presenza fattiva sul territorio.

STATO DI ATTUAZIONE

Completato ma necessita di integrazioni

SINTESI

Con il progetto Trias si è iniziato a studiare e valorizzare il sistema carsico delle risorgenti di Poiano, nei Gessi Triassici. Il progetto Trias ha permesso di avviare un'attività di ricerca e analisi sulla sua caratterizzazione dal punto di vista idrogeologico, idrochimico e naturalistico con lo scopo di definire indicazioni per un uso turistico e ricreativo compatibile con la fragilità e vulnerabilità dell'area.

È necessario dare seguito all'attività di monitoraggio, estendendola per confronto ad altre emergenze, anche nel versante toscano (gessi di Sassalbo), oltre alla rielaborazione ed organizzazione di tutti i dati raccolti per la divulgazione dei risultati ottenuti; tale attività permetterà di interfacciarsi anche con importanti manifestazioni presenti sul territorio nazionale per far conoscere l'importante realtà geologico-naturalistica del territorio reggiano. La ricerca scientifica sarà inoltre divulgata attraverso attività didattiche rivolte alle scuole medie del territorio del parco.

Più in generale è opportuno attivare convenzioni con l'Università per ampliare le attività di studio e ricerca del patrimonio geologico del Parco finalizzata anche alla preparazione e redazione di idoneo materiale divulgativo (cartellonistica e pannelli, sito web, materiale didattico per le scuole, eventuale guida ai geositi del Parco....). Nonostante questi beni geologici siano noti, anche all'estero, chi si reca sui luoghi non ha possibilità di accedere ad informazioni semplici e divulgative, redatte su base scientifica. La preparazione di materiale permetterebbe una fruizione più consapevole dell'area ai turisti, appassionati, residenti, studenti, anche attraverso azioni di promozione del turismo geologico. Tali azioni indurranno benefici anche alle strutture ricettive ospitanti le diverse attività, contribuiranno alla formazione e crescita culturale delle diverse professionalità operanti sul territorio con legami a queste tematiche (studenti, insegnanti, Guide Ambientali Escursionistiche,...) e porteranno ad una sensibilizzazione di un pubblico più vasto ed eterogeneo sui temi della salvaguardia e tutela del Patrimonio Naturale.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il Parco, in particolare le emergenze geologiche dei Gessi Triassici di Poiano e Sassalbo

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Progetti di educazione ambientale

Porta dei Gessi

Bonifica e aggiornamento segnaletica

RISULTATI ATTESI

Promuovere la conoscenza del territorio, la specificità dei beni geologici, per contribuire a suscitare attenzione, sensibilità, responsabilità;

Sollecitare le attività di studio e ricerca scientifica nel territorio del Parco Nazionale;

Rendere il territorio del Parco il principale campo-scuola per alcuni dipartimenti dell'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia e di altre Università;

Sensibilizzare le popolazioni locali sull'importanza della conoscenza e della valorizzazione delle risorse territoriali, per promuovere la fruizione sostenibile della zona montana;

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Scuole e studenti

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il Parco, in particolare le emergenze geologiche dei Gessi Triassici di Poiano e Sassalbo

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Università

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

60.000,00 euro per attivare un primo ciclo di ricerche ed interventi

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Fondi Regionali sul patrimonio geologico

Fondi di ricerca universitaria

Fondi europei (LIFE+)

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Attivazione convenzioni con Università per ricerca sul patrimonio geologico del Parco

Realizzazione di materiale divulgativo

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Pubblicazioni scientifiche realizzate/tesi sul patrimonio geologico del Parco

Incremento del turismo scolastico/universitario correlato al patrimonio geologico del Parco

TITOLO PROGETTO

Atelier del lupo di Cervarezza

Centro didattico-turistico dedicato al lupo e alla natura protetta al Parco Flora

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

b. Realizzare iniziative di carattere pedagogico e scientifico in grado di attrarre turismo scolastico (di ogni ordine e grado) e promuovere percorsi di educazione ambientale, approfondimento e ricerca scientifica che prevedano il soggiorno e la relazione con il territorio.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

L'Atelier del Lupo prevede la realizzazione di un'area faunistica interamente dedicata al predatore che rappresenta contemporaneamente punto di partenza ed arrivo del percorso progettuale didattico sul lupo e la natura in generale. Il progetto nasce dalla necessità di rivedere in chiave moderna la funzione didattica di un'area faunistica sul lupo.

Nell'ambito della fase progettuale dell'Atelier, l'Area faunistica rappresenta motivazione principale però allo stesso tempo la sua collocazione spaziale e la sua strutturazione dovranno essere valutate in modo funzionale al resto del progetto complessivo Atelier del Lupo.

Dal punto di vista educativo l'area faunistica assumerà un rilevante ruolo informativo in quanto dovrà consentire al visitatore di svolgere la fase di “osservazione diretta” dopo aver affrontato un percorso conoscitivo sulla specie e le problematiche legate alla sua conservazione e presenza sul territorio. In particolare l'area faunistica verrà inserita all'interno del progetto Atelier della natura protetta con funzione:

- educativa: rappresenta il livello conoscitivo massimo ed esperienziale del percorso didattico da svolgere;

- turistica: rappresenta una occasione per forme di turismo didattico/naturalistico;
- Centro di recupero: consentirà di accogliere temporaneamente eventuali esemplari di lupo rinvenuti feriti o in cattive condizioni
- La complessità dell'intervento e la sua multi funzionalità implicheranno precise scelte e soluzioni progettuali.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Cervarezza (Busana)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

RISULTATI ATTESI

Creare una offerta culturale/formativa/turistica di livello regionale e nazionale

Creare o rafforzare i flussi di turismo scolastico

Realizzare ricerca scientifica

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Scuole, insegnanti e studenti (del territorio del Parco in primis, ma di ambito regionale e nazionale in un ottica più ampia)

Ricercatori universitari

Gestori di aree faunistiche e associazioni di cacciatori del territorio dei Comuni del Parco (formazione)

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Nelle prime fasi principalmente l'area di Cervarezza, ma, a regime tutto il territorio del Parco ne beneficerà in termini di indotto turistico derivato.

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Altri Parchi

Ministero dell'Ambiente

Università

Scuole

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

220.000,00 € per progettazione, spese tecniche, opere murarie, recinti e sistemazioni, impianti

Allestimenti, attrezzature, marketing

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Fondi regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

n. di visitatori/anno dell'area faunistica

giornate di apertura/anno dell'area faunistica

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Grado di soddisfazione (mediante sondaggio) dei visitatori

n. presenze turistiche correlabili all'area faunistica

TITOLO PROGETTO

Recupero pascoli di Logarghena

Ri-attivazione del pascolo nelle praterie sommatali e nei crinali secondari

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

a. Tutelare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco garantendone una corretta e sostenibile fruizione odierna e la conservazione per le generazioni future.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

c. Facilitare flussi migratori di famiglie interessate a sviluppare attività nel settore agro-silvo-pastorali nelle porzioni più alte del territorio e secondo le tecniche tradizionali ed estensive.

2.3.4 Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale

e. Favorire le aziende agricole che si impegnano nel recupero e sviluppo di produzioni che consentono mantenimento di biodiversità coltivata/allevata nel Parco.

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

L'abbandono dell'attività del pascolo nelle praterie sommatali e nei crinali secondari unitamente alla riduzione delle attività di gestione dei prati permanenti hanno permesso l'avvio dei processi di ricolonizzazione da parte di molte specie arbustive in ampie zone alto montane. L'invasione delle specie pioniere e la percezione del fenomeno tra la popolazione locale hanno una dimensione tale nel territorio del Parco da rappresentare i principali elementi di criticità. Allo scopo di contrastare tali criticità sono definite delle strategie e delle azioni, che per le loro specifiche possono essere applicate trasversalmente ai diversi obiettivi elencati oppure assumono una caratterizzazione per lo specifico obiettivo. In particolare:

- accentuare il ruolo del Parco nazionale nelle attività di programmazione, indirizzo e controllo del SIR, anche attraverso la cooperazione con altri Enti e/o soggetti pubblici e privati;

- monitoraggio della situazione faunistica e floristica, con approfondimento delle conoscenze relative alle specie di interesse conservazionistico e gestionale, definizione di indicatori e valutazioni periodiche;

- partecipazione di gruppi di portatori di interessi e informazione/sensibilizzazione dell'opinione pubblica locale;
- programmare adeguati interventi gestionali e realizzare azioni ed interventi puntuali sulle specie e sugli habitat preferenziali.

Per l'ampliamento del paesaggio agricolo montano dei Prati di Logarghena, la conservazione e la gestione degli habitat e delle specie di interesse comunitario saranno avviate ne seguenti attività:

- individuazione dei pascoli abbandonati che presentano reali condizione di recupero anche in una prospettiva di medio lungo periodo, in stretta collaborazione con il comune di Filattiera;
- definizione delle concessioni con i proprietari e stipula di accordi per la gestione dei pascoli con imprese agricole locali per la realizzazione degli sfalci e delle tradizionali recinzioni;
- ripristino e realizzazione di punti di abbeverata;
- realizzazione di un disciplinare d'uso dei pascoli;
- interventi diretti a difesa delle torbiere nei confronti dei possibili danni provocati dal pascolo;
- verifica dello stato di conservazione in termini di interrimento, inquinamento ad opera di scarichi civili, evoluzione delle vegetazione ed eventuale adozione di misure di conservazione.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Prati di Logarghena (Filattiera)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Altri progetti di conservazione della biodiversità

Centro visita ai prati di Logarghena

RISULTATI ATTESI

Ampliamento del paesaggio agricolo montano dei Prati di Logarghena attraverso lo sfalcio delle aree prative invase da vegetazione infestante e il recupero delle tradizionali attività di pascolo per il loro mantenimento stabile nel tempo;

Tutela delle principali emergenze faunistiche e flogistiche attraverso il recupero dei loro habitat preferenziali e la programmazione di adeguati piani di monitoraggio della loro presenza ed abbondanza;

Recupero e tutela delle fitocenosi igrofile attraverso opportuni interventi di protezione.

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Aziende agricole

turisti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area dei Prati di Logarghena

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Università

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

20.000,00 euro

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Fondi regionali

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione degli interventi

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Ritorno all'attività di pastorizia tradizionale

TITOLO PROGETTO

Progetto specie rare e minacciate della flora

Studio delle popolazioni rare e minacciate della flora nei SIC di crinale

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

- a. Tutelare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco garantendone una corretta e sostenibile fruizione odierna e la conservazione per le generazioni future.
- b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.
- c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

La presenza in un territorio di specie della flora o della fauna minacciate di estinzione o di scomparsa locale è uno degli elementi fondamentali a cui, fino al più recente passato, è stato fatto riferimento per l'istituzione di aree naturali protette (Riserve naturali integrali, Parchi nazionali soprattutto). L'impostazione del vincolo ambientale in alcune occasioni si è mostrato sufficiente per garantire la salvaguardia delle entità minacciate dal pericolo di estinzione. Più spesso è invece necessario predisporre veri e propri interventi di salvaguardia, con azioni sull'habitat di vita o sulle stesse specie (piani di controllo delle specie concorrenti, degli erbivori, nonché di riproduzione *ex situ* e reimpianto, ecc.).

Il ruolo delle aree protette in questo contesto è essenziale ed insostituibile. Spetta infatti agli Enti Parco, tra le altre cose, lo studio dello stato di conservazione delle specie potenzialmente minacciate presenti nel suo territorio, nonché la predisposizione di appositi piani di monitoraggio, basati su precise conoscenze botaniche e la realizzazione di interventi finalizzati alla loro tutela. In quest'ottica si muove il Parco nazionale dell'Appennino toско-emiliano che, in base alle conoscenze fino ad ora acquisite (progetto RENATO, Progetto Gloria), gestisce una ricca flora di alta montagna con il più alto numero di entità rare presenti in ambito appenninico toско-emiliano. Sebbene siano disponibili alcuni lavori e pubblicazioni in ambito floristico e vegetazionale per quasi tutti i SIR compresi all'interno del Parco nazionale, manca tuttavia a tutt'oggi per molte specie della

flora, soprattutto sul versante Toscano del Parco, una conoscenza puntuale sulla loro distribuzione.

In particolare, per quanto concerne la flora e la vegetazione, pur conoscendo con discreta approssimazione dalla letteratura botanica i siti di crescita, non è mai stato prodotto alcun documento cartografico che ne descriva l'esatta ubicazione ad una scala adeguata ai fini della loro gestione conservativa. Non sono ancora note le superfici coperte da queste entità e la consistenza numerica delle popolazioni presenti nel territorio dei SIR. Infine, aspetto non più trascurabile, non sono mai stati descritti puntualmente i locali fattori di minaccia ne conseguentemente programmati ed attuati interventi gestionali tesi a favorirne il mantenimento o l'incremento (ad es. riproduzione *ex situ*).

Sul fronte emiliano sono stati realizzati studi puntuali sulle specie della flora, rare e minacciate, che hanno permesso la compilazione di adeguati *database* su base GIS, la realizzazione di produzioni cartografiche di dettaglio, l'individuazione dei principali fattori locali di minaccia e la definizione di strategie ed interventi finalizzati alla conservazione *in situ* e *ex situ* delle stesse specie rare e minacciate. Sempre sul fronte emiliano sono ancora attive dall'anno 2000 due stazioni di monitoraggio nell'ambito del progetto Europeo denominato Gloria finalizzato a verificare gli effetti dei cambiamenti climatici sulla diversità floristica d'alta quota. Nel corso della prossima estate saranno eseguiti ulteriori monitoraggi sulle stazioni del progetto Gloria (Università di Pavia). In questo contesto di disomogeneità di dati e conoscenze, il progetto avviato dal Parco nazionale nel corso dell'anno 2009 si propone di colmare queste lacune conoscitive, di uniformare i dati su base GIS e conseguentemente di porre basi solide per la gestione conservativa dei siti di crescita delle principali specie rare e minacciate della flora del Parco e degli habitat alto montani di interesse comunitario presenti nei SIR del versante toscano anche attraverso proposte progettuali di conservazione, di strategie generali e di sensibilizzazione dell'opinione pubblica. Nel dettaglio quindi il progetto consiste nella realizzazione di uno studio distributivo e popolazionistico delle principali specie rare e minacciate presenti nei SIC compresi all'interno del perimetro del Parco nazionale sul versante toscano. Per alcune specie rare e minacciate verrà prodotta anche una cartografia della distribuzione areale in scala 1:5000 allo scopo di creare le condizioni di base per pianificare future azioni di conservazione. Tutta le carte prodotte saranno importate e gestite in ambiente GIS. La realizzazione dello studio della distribuzione delle principali specie rare e minacciate, degli habitat e del materiale idoneo alla divulgazione, elementi di base per la redazione di piani di azione per la gestione dei SIR avverrà attraverso la collaborazione diretta di Istituti e Dipartimenti di Botanica di Atenei Universitari che già operano in questa porzione di Appennino tosco-emiliano e in stretta collaborazione con quanti hanno già realizzato analoghe esperienze sul versante Emiliano.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il Parco nelle aree SIC

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Progetti di conservazione della biodiversità

RISULTATI ATTESI

Realizzazione di strumenti che consentano il monitoraggio e la ricerca scientifica sistematizzata del patrimonio floristico del Parco

Realizzazione di strumenti di divulgazione didattica/turistica delle informazioni raccolte

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Ricercatori

Scuole/studenti

Turisti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Province

Regioni

Altri Parchi

Ministero dell'Ambiente

Università

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

35.000,00 euro

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti regionali per SIC e ZPS

Finanziamenti europei

Sponsorizzazioni private

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione del GIS e degli strumenti di ricerca

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Azioni di diffusione dei risultati sia a livello scientifico che a livello didattico/turistico

TITOLO PROGETTO

Progetto Schiocchi

Valorizzazione eccellenze naturalistiche dell'area degli Schiocchi del Secchia e Rialbero

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

- a. Tutelare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco garantendone una corretta e sostenibile fruizione odierna e la conservazione per le generazioni future.
- b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Interventi di manutenzione straordinaria e valorizzazione dell'area degli Schiocchi e Riarbero facenti parte del SIC e ZPS IT 4030003 denominato Monte la Nuda, Cima bel Fiore, passo del Cerreto, al fine di garantirne la conservazione e la fruizione a scopo didattico e turistico.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Schiocchi del Secchia, nel Comune di Collagna (RE) limitrofi al borgo di Cerreto Alpi

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porta Euro mediterranea

RISULTATI ATTESI

Favorire la fruizione didattica e turistica dell'area e garantirne una corretta gestione e conservazione.

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Scuole

Turisti

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente il comune di Collagna

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Università

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

70.000,00 €

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Comunitari, ministeriali o regionali per la gestione e valorizzazione dei SIC-ZPS

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione di interventi di manutenzione straordinaria nell'area degli Schiocchi del Cerreto

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di studenti e di turisti che fruiscono ogni anno dell'area dopo gli interventi di manutenzione e valorizzazione

TITOLO PROGETTO

Parco e archeologia

Progetto per effettuare ricerca e valorizzare i siti archeologici presenti nel territorio del Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

- a. Tutelare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco garantendone una corretta e sostenibile fruizione odierna e la conservazione per le generazioni future.
- b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- b. Realizzare iniziative di carattere pedagogico e scientifico in grado di attrarre turismo scolastico (di ogni ordine e grado) e promuovere percorsi di educazione ambientale, approfondimento e ricerca scientifica che prevedano il soggiorno e la relazione con il territorio.

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

Effettuare ricerche scientifiche nei principali siti archeologici all'interno del territorio del parco valorizzandone a fine didattico e turistico i risultati

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

La strada della storia nel Parco

RISULTATI ATTESI

Accrescere la conoscenza delle emergenze archeologiche presenti nel territorio del parco

Scoprire nuovi siti archeologici

Potenziare l'offerta turistica

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Ricercatori

Studenti

turisti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Altri Parchi

Ministero dei Beni culturali

Soprintendenze

Università

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Non definibile a priori

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Attualmente non identificabili

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione di progetti di ricerca e valorizzazione dei siti archeologici

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Pubblicazioni sui risultati delle ricerche effettuate

Apertura e valorizzazione di nuovi siti archeologici

TITOLO PROGETTO

Cooperative di borgo

Servizi cooperativi ai residenti e ai turisti nei borghi più vicini al territorio del Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

b. Facilitare la nascita di nuove imprese (preferibilmente composte da giovani, donne, e/o da soggetti diversamente abili) e lo sviluppo/innovazione di quelle esistenti nei settori turismo, commercio, servizi alla persona ed alle famiglie.

d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

e. Favorire lo sviluppo di forme di turismo di comunità, specialmente nei piccoli borghi di crinale, facilitando anche la costruzione di un circuito turistico e di azioni di collaborazione tra le diverse realtà.

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

Il Parco nazionale necessita sovente di servizi sul territorio correlabili alle proprie attività o a quelle generate dal proprio impulso in termini di sviluppo economico e sociale sostenibile, in particolare in ambito turistico, forestale, e della gestione del territorio. I borghi più prossimi, o in alcuni casi all'interno, del perimetro del Parco sono spesso tra quelli più a rischio in termini demografici e scarsamente serviti da servizi.

Il Parco intende stimolare in questi paesi la creazione di imprese collettive di servizio alle persone e al territorio mediante forme di associazione imprenditoriale fra persone e imprese nelle comunità e per le comunità dei borghi anche tramite la trasformazione di associazioni e iniziative volontarie presenti.

Le “cooperative di Borgo” potrebbero allo stesso tempo svolgere parte dei servizi funzionali alle attività del Parco e contemporaneamente fornire dei servizi ai residenti.

Il risultato potrebbe essere un miglioramento della qualità della vita e delle occasioni occupazionali in questi borghi con un conseguente arresto del flusso migratorio.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

In primis i borghi all'interno del perimetro del Parco:

Sassalbo di Fivizzano, Camporaghena di Comano, Corniglio, Sologno di Villa Minozzo

Successivamente altri borghi in prossimità del perimetro.

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Nessuna correlazione specifica

RISULTATI ATTESI

Creazione di imprese specializzate in servizi funzionali alle esigenze del Parco

Aumento dell'occupazione nei borghi del crinale

Aumento della residenza nei borghi del crinale

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Abitanti dei borghi

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Prevalentemente i borghi coinvolti ed il territorio limitrofo

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Associazioni di Categoria

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Non stimabile

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Difficilmente ipotizzabili

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Numero di cooperative di borgo create/rafforzate

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Andamento demografico nei borghi in cui sono state create le cooperative

Andamento tasso occupazione nei borghi in cui sono state create le cooperative

TITOLO PROGETTO

Parco nel Mondo

Trasformare l'emigrazione da privazione a risorsa.

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

a. Comprendere e valorizzare il ruolo sociale e culturale dei cittadini affettivi facilitandone la semiresidenza.

e. Creare le condizioni e favorire l'insediamento di persone provenienti per lo più da ambiti metropolitani in cerca di “un maggior qualità della vita” ed in grado di mettere a disposizione del territorio risorse economiche ed esperienze professionali qualificate.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

2.3.7 Offrire occasioni di socialità e crescita culturale

a. Stimolare occasioni di crescita culturale, socialità consolidamento dell'identità territoriale e delle tradizioni, favorendo innanzitutto la conoscenza e lo scambio reciproca tra i diversi “versanti” del Parco e valorizzando, in particolare, le numerose esperienze di volontariato di coesione sociale e di solidarietà.

b. Favorire la costruzione di relazioni tra il territorio e le comunità del Parco ed il “mondo esterno”.

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

A partire dalla fine del 1800, fino a pochi decenni fa l'emigrazione è stato un fenomeno che ha interessato in modo massiccio le terre d'Appennino, uomini e donne decidevano in gran numero di lasciare la montagna a causa delle difficili condizioni di vita, si stimano tra i 70.000 ed i 100.000 emigrati dall'area di Parco; oggi le cose stanno cambiando, la nuova realtà del Parco Nazionale offre prospettive di sviluppo a luoghi che un tempo si consideravano marginali e privi di vere opportunità, e si propone di tutelarne non solo l'aspetto naturalistico, ma anche il patrimonio socio-culturale. In questo ambito è nato il progetto Parco nel Mondo, che ha come obiettivo proprio

quello di riallacciare i legami tra il territorio del Parco e le migliaia di persone che sono emigrate in tutti i paesi del mondo partendo dal crinale appenninico.

Parco nel Mondo vuole trasformare l'emigrazione da privazione e diminuzione delle potenzialità del territorio in ricchezza, risorsa aggiuntiva, apertura al mondo.

Senza dubbio l'emigrazione ha rappresentato e rappresenta ancora una grande perdita per la montagna, ma oggi la si vuole considerare come un investimento a lunghissimo termine e grazie a questo progetto si sta tentando di recuperare parte di quel valore umano, sociale e culturale che è andato perduto nei decenni scorsi.

La sfida di Parco nel mondo è quella di recuperare un legame con coloro che ne sono andati e trasformare quello che è sempre stato un punto di debolezza delle nostre montagne, la perdita delle migliori risorse umane, in un concreto e significativo strumento per recuperare contatti e relazioni a livello nazionale ed internazionale, attraverso la collaborazione con le associazioni e le reti informali degli emigrati che vivono in Italia o all'estero, ma anche grazie all'aiuto della gente che vive tutt'ora la montagna, poiché non c'è famiglia nei nostri borghi che non racconti dei parenti emigrati per il mondo in cerca di un futuro migliore.

Un gruppo di giovani laureati è all'opera per la realizzazione di una ricerca sulle persone emigrate dal territorio del Parco Nazionale, con la finalità di conoscere con maggiore precisione questo fenomeno, ma soprattutto con l'obiettivo di recuperare contatti ed indirizzi di chi ora è stanziato in altre città o nazioni e potrebbe avere l'interesse o la curiosità di riscoprire le sue radici o quelle della propria famiglia.

Parco nel mondo prevede anche la realizzazione di molteplici eventi di animazione, all'interno dei quali gli emigrati che rientrano nei borghi d'origine e dimostrano un profondo attaccamento al proprio territorio riceveranno un attestato di "Cittadinanza Affettiva", un riconoscimento sociale per tutti coloro che mantengono un legame forte con le proprie radici e per dare merito a quanti si adoperano nel tenere saldi i legami con la terra d'origine e ne diffondono la conoscenza anche al di fuori dei confini. Durante le "feste del ritorno" organizzate nei vari borghi del Parco, ci sarà la possibilità di ritrovarsi o di conoscersi, di raccontare storie di vita, scambiare pareri e contatti con persone che da tempo non fanno ritorno in Appennino ed anche scoprire in dettaglio le nuove opportunità che si presentano a coloro che ritrovano interesse a vivere quella montagna nella quale affondano le proprie radici. Tra gli obiettivi più importanti del progetto c'è proprio quello di promuovere forme di turismo di "ritorno alle radici", che potrà interessare anche i figli e i nipoti di chi è andato via, i quali diventeranno veri e propri ambasciatori del territorio del Parco nelle loro comunità di residenza, diffondendone le tradizioni, la cultura, i prodotti.

Il progetto intende infine proseguire con la realizzazione di video che raccontino gli aspetti peculiari dell'emigrazione appenninica e descrivano, non solo a chi è nato qui per poi emigrare, ma anche alle generazioni nate all'estero, il territorio, le potenzialità di sviluppo e le attività che vedono impegnato il Parco in diversi settori. In questo modo si favorirà la conoscenza delle bellezze e particolarità dei luoghi del Parco nazionale dell'Appennino toско-emiliano e delle varie possibilità che esistono di viverli come turisti, viaggiatori o residenti in diverse forme.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Orizzonti circolari

Club Appennino

Progetti di marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Creare collegamenti e connessioni tra i residenti nel Parco ed i cittadini affettivi emigrati in Italia e nel mondo

Aumentare l'interesse e la partecipazione nelle iniziative e nel territorio del Parco

Favorire il ritorno da parte di cittadini immigrati e loro discendenti

Rafforzare e strutturare l'offerta turistica per i cittadini affettivi

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Residenti

Cittadini affettivi immigrati

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Circa 60.000 euro anno per la ricerca di nuovi cittadini affettivi e le iniziative sul territorio

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti regionali

Finanziamenti di privati

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Iniziative di Parco nel mondo realizzate in un anno

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di cittadinanze affettive attribuite

Numero di cittadini affettivi contattati e con cui si è entrati in contatto attraverso vari mezzi di comunicazione

TITOLO PROGETTO

Club Appennino

Un azione di networking tra i “cittadini affettivi” ed i residenti del Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

a. Comprendere e valorizzare il ruolo sociale e culturale dei cittadini affettivi facilitandone la semiresidenza.

e. Creare le condizioni e favorire l'insediamento di persone provenienti per lo più da ambiti metropolitani in cerca di “un maggior qualità della vita” ed in grado di mettere a disposizione del territorio risorse economiche ed esperienze professionali qualificate.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

2.3.7 Offrire occasioni di socialità e crescita culturale

b. Favorire la costruzione di relazioni tra il territorio e le comunità del Parco ed il “mondo esterno”.

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

Questa iniziativa punta a creare un nuovo spazio di relazione aperto ai residenti nei Comuni del parco e tutti i cittadini italiani e stranieri (amici, parenti, conoscenti, associazioni, enti, circoli, club, etc.) interessati al territorio del Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano.

La costituzione di un'associazione senza scopo di lucro e ad adesione libera e volontaria vuole essere tuttavia un modo per allargare l'attività del progetto “Parco nel Mondo”, e stringere relazioni con tutti coloro che, pur vivendo lontani o in Paesi differenti, possono essere semplicemente legati ad esso dall'amore verso una regione conosciuta per le sue bellezze ambientali e paesaggistiche e la sua grande tradizione culturale.

Le azioni principali del Club tenderanno a riunire i propri associati promuovendo iniziative ed attività per diffondere il patrimonio culturale, ambientale e turistico del Parco nazionale

dell'Appennino Tosco-Emiliano, per coinvolgerli in iniziative ricreative, sociali, culturali e di informazione, sviluppare attività che coinvolgano i giovani nelle attività dell'associazione, sviluppare iniziative di varia natura, anche in collaborazione con altri Enti e realtà associative, finalizzate a favorire l'informazione, la comunicazione, l'interscambio, l'incontro di domanda e offerta, volte a valorizzare la cultura d'origine appenninica all'estero.

Una ulteriore linea di sviluppo sarà infatti costituita dalla possibilità di commercializzare prodotti e promuovere i territori e del Parco quale destinazione turistica privilegiata per un bacino di utenza più ampio rispetto a quello legato al mondo dell'emigrazione, consentendo una migliore e più ampia conoscenza del territorio e della gamma diversificata di prodotti disponibili attraverso azioni ed attività innovative, incrementando l'attenzione dei mercati italiani ed internazionale, e di conseguenza, i flussi turistici di arrivo.

Tutto ciò va infatti inserito in un'ottica più ampia di promozione del territorio che vuol superare le barriere locali e nazionali per proiettare il brand Parco Appennino in tutto il mondo, a partire da coloro che portano nel cuore l'affetto e la nostalgia di queste terre.

Tutto è supportato da una adeguata infrastruttura (sito internet, gruppi su social network, etc.) per creare una grande rete per la gestione dei contatti, finalizzata all'organizzazione di eventi e raduni a grande partecipazione.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Non esiste una localizzazione specifica

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Parco nel Mondo

Progetti di marketing territoriale

Orizzonti circolari

RISULTATI ATTESI

Creare collegamenti e connessioni tra i residenti nel Parco ed i cittadini affettivi emigrati in Italia e nel mondo

Aumentare l'interesse e la partecipazione nelle iniziative e nel territorio del Parco

Favorire il ritorno da parte di cittadini immigrati e loro discendenti

Rafforzare e strutturare l'offerta turistica per i cittadini affettivi

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Residenti

Cittadini affettivi e persone interessate al Parco

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

10.000 euro all'anno per la gestione e redazione degli strumenti di comunicazione che animano l'associazione

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Sponsor privati

Fondazioni

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Costituzione dell'associazione

Attivazione di strumenti di networking tra gli aderenti all'associazione

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

n. iscritti all'associazione

indicatori di performance dell'utilizzo degli strumenti di comunicazione/animazione dell'associazione

TITOLO PROGETTO

Orizzonti circolari

Creazione di una rete di “ambasciatori del Parco” nel mondo

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

a. Comprendere e valorizzare il ruolo sociale e culturale dei cittadini affettivi facilitandone la semiresidenza.

e. Creare le condizioni e favorire l'insediamento di persone provenienti per lo più da ambiti metropolitani in cerca di “un maggior qualità della vita” ed in grado di mettere a disposizione del territorio risorse economiche ed esperienze professionali qualificate.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

2.3.7 Offrire occasioni di socialità e crescita culturale

b. Favorire la costruzione di relazioni tra il territorio e le comunità del Parco ed il “mondo esterno”.

STATO DI ATTUAZIONE

Completato e pronto per essere diffuso e replicato

SINTESI

Orizzonti circolari è un soggiorno formativo in Appennino, riservato a giovani di età compresa tra i 19 e i 35 anni di origine, per nascita o discendenza nei comuni del Parco, finalizzato alla promozione economico/turistica e culturale del territorio del Parco Nazionale, per la formazione di giovani “ambasciatori affettivi” del Parco Nazionale in grado di orientarsi e orientare nella fruizione del patrimonio culturale/ambientale dell'Appennino Tosco-Emiliano.

La progettazione di questa offerta vuole costituire un efficiente contributo a promuovere e accrescere l'interesse per l'Appennino tra le giovani generazioni, residenti all'estero con radici dalle aree del Parco Nazionale, mantenendo e rafforzando l'identità culturale e la memoria dell'origine della propria famiglia, con particolare attenzione all'ambiente, alla cultura e alle tradizioni di questi luoghi come veicolo di diffusione più ampia del territorio presso le loro comunità di residenza, per uno sviluppo integrato e sostenibile dei territori del Parco Nazionale.

Durante il soggiorno formativo vengono alternate visite guidate ed esperienze dirette sul territorio (laboratori) a incontri di approfondimento (workshop, mini-conferenze, incontri con specialisti e autori) sugli argomenti e aspetti più caratteristici dei territori del Parco. Inclusive nelle escursioni verranno effettuate 2/3 uscite per la visita di alcune città d'arte toscane e emiliane (vedi es. Lucca, Massa, Firenze, Reggio Emilia, Bologna e Parma).

A completamento del percorso formativo, i partecipanti, una volta rientrati nelle residenze all'estero, si impegnano a concretizzare le nuove conoscenze acquisite in un evento di promozione dell'Appennino (articolato, ad esempio, in alcuni incontri di presentazione del Parco Nazionale) presso le associazioni/clubs di italiani nel mondo preventivamente indicati dall'organizzazione o segnalati dai partecipanti. Per rendere più agevole e funzionale quanto sopra, durante il corso verrà fornito il materiale necessario per allestire una mini-convention: brochure del Parco, guide illustrative, presentazione PowerPoint.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Parco nel Mondo

Club Appennino

Progetti di marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Diffusione della conoscenza delle peculiarità naturalistiche e storico-culturali dell'Appennino all'estero presso le comunità di provenienza dei nuovi “ambasciatori affettivi”.

Creazione di una opportunità di contatto e scambio tra i giovani discendenti dall'Appennino e la popolazione locale per rafforzare il proprio senso di identità e contribuire a scambi culturali, sociali ed economici.

Ricaduta positiva per strutture ricettive del territorio montano, in modo da favorire l'economia legata al settore turistico locale, per aziende di produzioni locali, per il mercato immobiliare locale.

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Residenti

Giovani stranieri originari del territorio

Operatori turistici e settore imprenditoriale in generale

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Scuole

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Da 50.000,00 a 100.000,00 ad edizione

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Fondi regionali

Fondi ministeriali per i cittadini italiani all'estero

Sponsor privati

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione di almeno un'iniziativa all'anno

Numero di ambasciatori affettivi del parco formati

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

n. di iniziative/anno promozionali del Parco organizzate dagli “ambasciatori affettivi” nei loro paesi di origine

n. di differenti nazioni/regioni in cui è presente un ambasciatore affettivo del parco

n. di relazioni tra imprese italiane ed imprese/soggetti stranieri attivate dagli ambasciatori affettivi.

TITOLO PROGETTO

Camporaghena e Torsana accessibili

Manutenzione straordinaria della viabilità di accesso ai borghi di Camporaghena e Torsana

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

e. Creare le condizioni e favorire l'insediamento di persone provenienti per lo più da ambiti metropolitani in cerca di “un maggior qualità della vita” ed in grado di mettere a disposizione del territorio risorse economiche ed esperienze professionali qualificate.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Interventi di manutenzione straordinaria per consentire a residenti e turisti un agevole accesso ai borghi di Camporaghena e Torsana, recentemente entrati interamente nel perimetro del Parco

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Camporaghena e Torsana nel Comune di Comano (MS)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Albergo diffuso a Camporaghena e Torsana

RISULTATI ATTESI

Aumentare il numero di residenti e cittadini affettivi semiresidenti nei due borghi, e allo stesso tempo consentirvi lo sviluppo di attività di turismo sostenibile

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Residenti e semi-residenti nei borghi di Camporaghena e Torsana

Turisti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Camporaghena e Torsana nel Comune di Comano (MS)

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

300.000,00 €

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Non prevedibili al momento

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione degli interventi di manutenzione straordinaria

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Aumento dei residenti e dei semi-residenti nei due borghi rispetto a prima degli interventi

TITOLO PROGETTO

Parco Bus

Trasporto collettivo per favorire il collegamento tra Parco e principali città limitrofe

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.3 Migliorare le connessioni tra i vari territori del Parco e tra questi e “l'esterno”

d. Favorire il coordinamento e le connessioni tra servizi mobilità pubblica di diversi territori e tratte anche di collegamento tra le valli parallele;

e. Favorire collegamenti di mobilità collettiva con principali città limitrofe ed distretti turistici limitrofi.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Creazione di percorsi di trasporto pubblico diretto che colleghino, nei week-end, le principali città e distretti turistici limitrofi, al crinale appenninico, favorendo la fruizione del territorio trasformando il Parco in “palestre a cielo aperto”. Il servizio dovrebbe anche favorire gli escursionisti che intendono fare tratti di trekking (a piedi o in bicicletta) e prevedere la possibilità di partire in un punto e poter rientrare da un altro.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Il progetto si dovrà interfacciare con tutti i progetti sostenuti dal Parco per animare la fruizione turistica del territorio

RISULTATI ATTESI

Aumento dei turisti/visitatori soprattutto nei fine settimana primaverili ed autunnali

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti residenti nelle aree limitrofe al Parco

Operatori turistici delle frazioni più alte del crinale

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente le aree del crinale e più in generale le aree con elevato potenziale interesse turistico

POSSIBILI PARTNERSHIP

Province

Regioni

Altri Parchi

Ministero dell'Ambiente

Ministero dei Trasporti

Agenzie per la Mobilità

Aziende di Trasporto Pubblico

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

30.000,00 all'anno per strutturare l'iniziativa e promuoverla

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Sponsor privati

di sostenibilità ambientale

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

n. di corse realizzate

n. di strumenti di promozione realizzati

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

n. di passeggeri trasportati

n. di località servite

aumento delle presenze turistiche nelle località interessate dal servizio dei periodi di attività

TITOLO PROGETTO

Stazioni del Parco

Strumenti di promozione del Parco nelle stazioni delle linee FS Aulla-Lucca e Aulla - Parma

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.3 Migliorare le connessione tra i vari territori del Parco e tra questi e “l'esterno”

f. Valorizzare le linee ferroviarie Aulla-Lucca, Parma-Aulla e le connessioni tra le stazioni ed il crinale del Parco

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Alcuni Comuni del Parco nazionale sono attraversati, o molto limitrofi, a due storiche linee ferroviarie: Aulla-Lucca, Aulla Parma. Il progetto prevede di curare l'allestimento delle stazioni attive su queste linee (in alcuni casi molto abbandonate), affinché venga promosso il Parco ed itinerari turistici di connessione con il suo territorio, segnalando anche gli operatori turistici prossimi alla stazione.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Le stazioni ferroviarie delle linee Aulla-Lucca, Aulla Parma.

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Il progetto sarebbe in correlazione con tutti gli altri progetti di marketing territoriale del Parco.

RISULTATI ATTESI

Promozione del Parco

Stimolo alla connessione tra il crinale ed i fondo valle

Riqualificazione delle stazioni

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Altri Parchi

Ministero dell'Ambiente

Ministero dei Trasporti

Enti di Promozione turistica

FFSS

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Da un minimo di 3.000 fino a 15.000 euro a stazione

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti di ambito provinciale e/o regionale per la promozione turistica dei territori

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

n. di stazioni in cui è stato realizzato un allestimento del Parco

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Difficilmente monitorabile

TITOLO PROGETTO

Rometta la piazza dei sapori dei Parchi

Piazza mercato per valorizzare l'incontro dei sapori dei territori del Parchi di Mare e di Appennino

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.4 Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale

- a. Valorizzare e promuovere le produzioni agroalimentari tipiche e di qualità ed il rapporto con territorio e biodiversità parco.
- f. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

Nella piazza antistante la stazione di Rometta, verranno realizzato un calendario di eventi di varia natura per promuovere la correlazione dei prodotti agroalimentari tipici e Parchi di Mare e di Appennino.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Rometta di Fivizzano

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

La correlazione è possibile con tutte le iniziative che valorizzano le produzioni agroalimentari del Parco

RISULTATI ATTESI

Vendita diretta delle produzioni agroalimentari del territorio del Parco
Costruzione di correlazioni tra ambito turistico e ambito agroalimentare

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Aziende agricole del territorio del Parco che realizzano prodotti agroalimentari direttamente vendibili al pubblico.

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comunità Montane – Unioni di Comuni

GAL

Altri Parchi

Ministero dell'Ambiente

Ministero dell'Agricoltura

Enti di promozione turistica

CCIAA

Associazioni di Categoria

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Almeno 50.000 euro all'anno per l'organizzazione e la realizzazione di un calendario di eventi/mercato e sua promozione

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Piani di Azione dei GAL

Finanziamenti provinciali correlati alla valorizzazione delle produzioni tipiche

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

n. di manifestazioni organizzate

azioni di promozione attuati

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

n. di partecipanti alle iniziative realizzate

n. di aziende agricole e rivenditori di prodotti tipici coinvolti

fatturato di vendita durante gli eventi/mercato

TITOLO PROGETTO

Concorso Menù Km Zero

Un progetto di valorizzazione delle produzioni agroalimentari tipiche e locali

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.4 Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale

- a. Valorizzare e promuovere le produzioni agroalimentari tipiche e di qualità ed il rapporto con territorio e biodiversità parco.
- b. Stimolare le aziende agricole alla multifunzione: energia, manutenzione territorio, turismo (ricettività e servizi), lavorazione/commercializzazione diretta prodotti.
- c. Favorire recupero produzioni tradizionali di qualità abbandonate.
- f. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.

STATO DI ATTUAZIONE

Completato e pronto per essere diffuso e replicato

SINTESI

Il progetto, nato nel 2008 e già replicato nel 2009, da una collaborazione del Parco con le Associazioni provinciali di Coldiretti di RE, PR, MS e LU, consiste in un concorso tra ristoranti che presentano, nei fine settimana della stagione autunnale, un menu composto, prevalentemente, da prodotti tipici, locali e di stagione, provenienti dal territorio del Parco. Una giuria (nel 2008 di esperti e nel 2009 popolare) esprime un giudizio e stila una graduatoria dei migliori menù.

Al progetto viene data enfasi in termini di promozione del territorio, sia in ambito regionale (tramite i media locali), sia nazionale (tramite internet).

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutti i comuni del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI DEL PARCO

Autunno di Appennino

RISULTATI ATTESI

Aumento dell'utilizzo dei prodotti tipici e locali nei menù dei ristoranti

Incremento della conoscenza dei prodotti tipici da parte di residenti e turisti

Aumento dei coperti serviti

Aumento delle presenze turistiche

Arricchire il calendario di offerte turistiche nella stagione autunnale

Marketing territoriale e visibilità per la marca Parco Nazionale

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Esercizi muniti di licenza di ristorazione nei Comuni del Parco

Aziende agroalimentari locali che effettuano vendita diretta e commercianti di prodotti agroalimentari locali

Operatori turistici in genere

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Associazioni di Categoria

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

15.000/30.000 euro per le spese di organizzazione, promozione, pubblicità e premi per i vincitori

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Sponsorizzazioni private in cambio di visibilità su strumenti promozione

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

- n. ristoranti aderenti
- n. clienti che degustano il menu a km zero
- n. voti espressi on-line
- n. contatti sulla pagina web del progetto

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

- Aumento della presenza di prodotti agroalimentari tipici e locali nei menu dei ristoranti anche nei periodi al di fuori del concorso
- Aumento delle presenze turistiche nei week-end in cui il concorso è attivo
- Numero di “articoli” su media nazionali inerenti all’iniziativa e contenenti riferimenti al Parco nazionale

TITOLO PROGETTO

Latterie per il territorio

Rafforzare le connessioni tra alcune latterie e le peculiarità naturalistiche, storiche e culturali con i territori che le circondano

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.4 Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale

- a. Valorizzare e promuovere le produzioni agroalimentari tipiche e di qualità ed il rapporto con territorio e biodiversità parco.
- b. Stimolare le aziende agricole alla multifunzione: energia, manutenzione territorio, turismo (ricettività e servizi), lavorazione/commercializzazione diretta prodotti.
- f. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Alcune latterie di Parmigiano Reggiano sono situate in stretta prossimità di luoghi di elevato pregio ambientale e/o storico culturale, senza che in nessuna vi siano adeguate connessioni tra produzione e territorio, in particolare le latterie di Carola e Casale sono ai piedi della Pietra di Bismantova e la latteria di Minozzo e antistante la bellissima Pieve di Santa Maria Assunta.

Il parco nazionale vuole favorire la creazione di connessioni tra la produzione e la commercializzazione del Parmigiano Reggiano in queste latterie ed i beni ambientali-culturali ad esse limitrofi per far sì che i visitatori della Pietra di Bismantova e della Pieve di Minozzo facciano sempre più spesso anche una visita alle latterie, ma allo stesso tempo far sì che le latterie valorizzino e illustrino i valori del territorio circostante.

Allo stesso tempo le latterie possono anche diventare contenitori per mostre e musei che illustrano i valori del territorio, le tradizioni e la cultura, ed il forte rapporto tra paesaggio e produzione del Parmigiano Reggiano.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Latterie di Minozzo (Villa Minozzo), latteria di Carnola e latteria di Casale (Castelnovo ne' Monti).

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Progetti di marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Aumento della presenze di turisti nelle latterie

Creazione di percorsi di visita che associazione beni naturali/culturali ed produzioni tipiche

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Latterie del Parmigiano Reggiano

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Versante emiliano del parco e prevalentemente l'area circostante la Pietra di Bismantova e della Pieve di Minozzo

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Associazioni di Categoria

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Non valutabile, a seconda degli interventi che verranno pianificati

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

GAL

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione di interventi nelle latterie che illustrano e valorizzano i valori del territorio circostante

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

n. di visite in latteria

TITOLO PROGETTO

Presidio Slow Food per il Parmigiano Reggiano

Tutela delle tecniche tradizionali e classiche della produzione del Parmigiano Reggiano

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.4 Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale

a. Valorizzare e promuovere le produzioni agroalimentari tipiche e di qualità ed il rapporto con territorio e biodiversità parco.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Creare un presidio slowfood per il parmigiano reggiano (e a seguire anche per altri prodotti agroalimentari) nel territorio del Parco vuole essere un indicazione, generale, per un nuovo modello di agricoltura, basata sulla qualità, sul recupero dei saperi e delle tecniche produttive tradizionali, sul rispetto delle stagioni, sul benessere animale.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Porzione emiliana del Parco, probabilmente reggiana

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Progetti di marketing del Parco

Progetti di valorizzazione dei prodotti tipici dei territori del Parco

RISULTATI ATTESI

Promuovere il parmigiano reggiano prodotto nel Parco come il “più buono e naturale”

Marketing territoriale per il Parco

Sviluppo di forme di turismo correlate alla conoscenza e valorizzazione delle produzioni del parmigiano reggiano

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Filiera agricola del Parmigiano Reggiano

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente versante emiliano

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comunità Montane – Unioni di Comuni

CCIAA

Associazioni di Categoria

Aziende private

Slow Food

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

35.000,00 € per il supporto al disciplinare di produzione slow food e promozione dell'avvenuta costituzione del presidio

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Non prevedibili

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione del presidio

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Aumenti di vendite nei caseifici del territorio del Parco

Visibilità ottenuta in termini di marketing territoriale per il Parco

TITOLO PROGETTO

Manutenzione agricola

Affidare la manutenzione del territorio del Parco alle aziende agricole limitrofe

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.4 Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale

b. Stimolare le aziende agricole alla multifunzione: energia, manutenzione territorio, turismo (ricettività e servizi), lavorazione/commercializzazione diretta prodotti.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Concretizzando alcuni principi già espressi nella Legge per la Montagna il parco nazionale vuole stringere accordi per conferire la manutenzione del territorio ad aziende agricole site all'interno o limitrofe al territorio del Parco in aree in cui il paesaggio e le peculiarità naturalistiche/storiche sono fortemente caratterizzate dalla storica presenza antropica e dallo svolgimento dell'attività agricola. Ciò avviene in particolare nell'area del passo dell'Alpe di Succiso, della Scalucchia e di Valbona (Ramiseto – Collagna).

La manutenzione affidata non sarà solo quella tipica della gestione del territorio, ma anche alcuni servizi funzionali alla fruizione turistica e sportiva del territorio.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

In una prima fase Alpe di Succiso, della Scalucchia e di Valbona (Ramiseto – Collagna)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Nessuna correlazione specifica

RISULTATI ATTESI

Manutenzione del territorio del parco

Supporto alle aziende agricole che operano nelle area del Parco

Servizi per la fruizione turistica e sportiva del parco

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Aziende agricole

turisti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area dell'Alpe di Succiso, della Scalucchia e di Valbona (Ramiseto – Collagna)

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

CCIAA

Associazioni di Categoria

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

30.000,00 all'anno per l'area dell'Alpe di Succiso, della Scalucchia e di Valbona (Ramiseto – Collagna)

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Non prevedibili

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Attivazione dell'accordo Parco-aziende agricole

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Interventi di manutenzione realizzati

Interventi propedeutici a servizi al turismo realizzati

TITOLO PROGETTO

Marchio “Prodotti del Parco”

Realizzazione disciplinare marchio qualità del Parco per i prodotti agroalimentari

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.4 Favorire l’innovazione del settore agro-silvo-pastorale

- a. Valorizzare e promuovere le produzioni agroalimentari tipiche e di qualità ed il rapporto con territorio e biodiversità parco.
- f. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.6 Favorire lo sviluppo sostenibile di filiere energia rinnovabile e dell’efficienza energetica

- a. Favorire la diffusione tra cittadini ed imprese residenti nei comuni del Parco, in forma singola o aggregata, di interventi volti alla produzione di energia rinnovabile ed alla efficienza energetica degli edifici;
- b. Favorire lo sviluppo di centrali per la produzione di energia rinnovabile, in particolare mini-idroelettrico, piccole centrali a biomassa ed eolico, se ambientalmente compatibili con le esigenze di tutela del Parco.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Attraverso la realizzazione di specifici disciplinari secondo i criteri emanati dal Ministero dell’Ambiente il Parco nazionale concederà la possibilità di utilizzare un marchio riportante l’effigie del Parco per promuovere le produzioni agroalimentari del territorio del Parco.

Creata i disciplinari dovrà essere eseguita una azione di diffusione e formazione nei produttori locali affinché ottengano il marchio del Parco.

Grazie all’attribuzione di questo marchio i produttori potranno rendere più efficaci le proprie politiche di marketing e rendere riconoscibili i propri prodotti come frutti del territorio del Parco.

I “prodotti del parco” costituiranno quindi un paniere unico che potrà essere promosso anche dal Parco e venduto tramite specifici canali di distribuzione nel territorio, nei centri visita e via internet.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Progetti di marketing territoriali

Gruppi di Acquisto Solidale del Parco

RISULTATI ATTESI

Incremento della vendita di prodotti agroalimentari tipici del territorio del Parco

Valorizzazione del rapporto prodotti territorio

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Aziende agricole

commercianti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

CCIAA

Associazioni di Categoria

Aziende private

Università

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

50.000,00 per la stesura dei disciplinari, la loro promozione tra le aziende agricole e formazione dei produttori, marketing del marchio.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

GAL

CCIAA

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione dei disciplinari e loro diffusione

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

n. di prodotti che ottengono il marchio del Parco

andamento della vendite dei prodotti a marchio del Parco

n. punti vendita nel territorio del parco di prodotti a marchio del Parco

TITOLO PROGETTO

Gruppi di Acquisto Solidale (GAS) del Parco

Favorire la vendita dei prodotti tipici del parco ai gruppi di acquisto solidale italiani

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.4 Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale

- b. Stimolare le aziende agricole alla multifunzione: energia, manutenzione territorio, turismo (ricettività e servizi), lavorazione/commercializzazione diretta prodotti.
- f. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Il movimento dei Gruppi di Acquisto Solidale¹³, che si sta rapidamente consolidando e diffondendo in Italia, rappresenta un target interessante per la vendita dei prodotti tipici del parco e, attraverso essi, per la promozione turistica del territorio.

Il Parco può attivare una serie di iniziative per favorire il contatto tra i GAS italiani e le aziende del proprio territorio che producono e commercializzano direttamente prodotti con il “marchio del parco” (quando sarà realizzato) e prodotti DOP, DOC, IGP,...o biologici prodotti nel territorio del Parco.

¹³ Un gruppo d'acquisto solidale (GAS) è formato da un insieme di persone che decidono di acquistare congiuntamente all'ingrosso prodotti alimentari o di uso comune. La storia dei gruppi d'acquisto solidali in Italia inizia nel 1994 con la nascita del primo gruppo a Fidenza, quindi a Reggio Emilia e in seguito in diverse altre località. La principale rete che unisce questi gruppi è Retegas (www.retegas.org). I GAS cercano prodotti provenienti da piccoli produttori locali per avere la possibilità di conoscerli direttamente e per ridurre l'inquinamento e lo spreco di energia derivanti dal trasporto (filosofia del Km Zero). Inoltre si cercano prodotti biologici o ecologici che siano stati realizzati rispettando le condizioni di lavoro e l'ambiente. Ogni G.A.S. ha propri criteri per selezionare i fornitori, scegliere i modi di consegna, stabilire con il produttore un prezzo equo. I G.A.S. non sono gruppi di risparmio, non nascono per dare una risposta diretta al problema del caro-vita. Il prezzo è un elemento importante, ma nella scelta pesano criteri quali il rispetto per l'ambiente, la salubrità del prodotto, la vicinanza territoriale, la stagionalità dei prodotti, la qualità dei prodotti. Ad oggi sono oltre 600 i GAS registrati sul sito www.retegas.org; molti gruppi però non si sono registrati, per cui si stima che il numero di GAS effettivamente presenti in Italia sia all'incirca il doppio. Mediamente si stima che ad un GAS partecipino 25 famiglie, corrispondenti a 100 consumatori. Secondo queste stime, il numero di persone che in Italia utilizzano i prodotti dei GAS sono circa 100mila, ovvero 25mila famiglie. La spesa media per famiglia all'interno di un GAS è valutata intorno ai 2.000 € all'anno.

Oltre ad utilizzare i propri strumenti di comunicazione per promuovere questa “relazione” dedicando specifiche sezioni alle aziende che strutturano una offerta per i gruppi di acquisto, organizzerà delle azioni specifiche, come ad esempio una azione di mailing promozionale a tutti i GAS formalizzati italiani ed organizzando e finanziando per un numero selezionato di responsabili GAS un “tour enogastronomico” nelle aziende del territorio che hanno strutturato offerte specifiche per i GAS.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Progetti di marketing territoriale

Marchio del Parco

RISULTATI ATTESI

Aumentare la vendita diretta di prodotti agroalimentari tipici del territorio del Parco

Favorire forme di turismo enogastronomico nel territorio del Parco

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Aziende agricole

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

CCIAA

Associazioni di Categoria

Aziende private

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

30.000,00 per le azioni di promozione e per il “tour di degustazione”

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

GAL

Aziende private

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Organizzazione del tour di degustazione per i GAS

Realizzazione di azioni di promozione dei prodotti del parco nei confronti dei GAS italiani

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

n. di GAS che attivano relazioni di acquisto con produttori del parco

fatturato delle vendite ai GAS

TITOLO PROGETTO

All'estero con i prodotti

Azioni di promozione del territorio del Parco all'estero attraverso i prodotti tipici esportati.

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.4 Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale

- a. Valorizzare e promuovere le produzioni agroalimentari tipiche e di qualità ed il rapporto con territorio e biodiversità parco.
- f. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

Il parco realizzerà del materiale promozionale specifico per sottolineare il legame tra il territorio del Parco e le produzioni tipiche agroalimentari. Tale materiale verrà distribuito alle ditte che commercializzano direttamente (in Italia ed all'estero) tali prodotti per accompagnarne l'imballaggio (anche nell'ambito di regali natalizi) o per essere distribuito a fiere di settore a cui questi produttori partecipano.

Questa azione di co-marketing favorirà la promozione turistica del territorio, ma offrirà anche ai produttori un'occasione di qualificare e valorizzare i propri prodotti, correlandoli con un territorio di elevata qualità ambientale e avvantaggiandosi del valore in termini di marketing del Parco nazionale.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Progetti di marketing territoriale

Marchio del Parco

RISULTATI ATTESI

Rafforzare il rapporto tra produzioni agroalimentari tipiche e territorio di provenienza anche in termini di offerta turistica

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Produttori e distributori di prodotti tipici

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

CCIAA

Associazioni di Categoria

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

15.000,00 per realizzare e distribuire i materiali di promozione specifici

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Sponsor privati

CCIAA

GAL

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione degli strumenti di promozione

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Utilizzo degli strumenti da parte dei produttori-distributori dei prodotti tipici

Contatti, rendicontabili, avuti grazie a questi strumenti di promozione

TITOLO PROGETTO

Il Cavallo del Ventasso

Azioni per la valorizzazione e la conservazione del Cavallo del Ventasso e per il sostegno del turismo equestre.

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.4 Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale

e. Favorire le aziende agricole che si impegnano nel recupero e sviluppo di produzioni che consentono mantenimento di biodiversità coltivata/allevata nel Parco.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.

g. Favorire la valorizzazione di alcuni sentieri polifunzionali che consentano di creare un collegamento tra i borghi e le principali emergenze naturalistiche e culturali del territorio del parco.

STATO DI ATTUAZIONE

Completato e pronto per essere diffuso e replicato

SINTESI

Gli interventi sono finalizzati alla sistemazione di alcuni tratti di ippovia per predisporre circuiti adeguati alla percorribilità con cavalli e al recupero e valorizzazione della popolazione equina autoctona denominata Cavallo del Ventasso.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Comune di Ramiseto (RE)

Comune di Collagna (RE)

Comune di Comano (MS)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Valorizzazione del Centro Fiere Comano Cavalli

Centro per il turismo equestre in località Valditacca

RISULTATI ATTESI

Potenziamento dell'offerta per quanto riguarda le opportunità di accesso all'area del Parco nazionale e la disponibilità di servizi connessi

Elaborazione di un programma per la salvaguardia della popolazione equina Cavallo del Ventasso e classificata tra le popolazioni a rischio di estinzione

Tutela della biodiversità zootecnica

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Allevatori

Equituristi

Operatori economici locali

TERRITORIO DEL PAERCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Prevalentemente l'area di riferimento del Cavallo del Ventasso

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Altri Parchi

Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali

CCIAA

Aziende private

Università

Scuole

Associazioni di allevatori

Associazioni di turismo equestre

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

70.000 €

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

PSR

Piani di Azione ambientale regionali

Programmi zootecnici regionali

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione di nuove ippovie e sistemazione di ippovie presenti

Azioni di sostegno agli allevatori del Cavallo del Ventasso

Realizzazione materiali informativi promozionali sul Cavallo del Ventasso e su ippovie correlate

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di equituristi che utilizzano le ippovie

Numero di capi di cavallo del Ventasso allevati

TITOLO PROGETTO

L'agricoltura alla difesa della biodiversità

Ricerca e realizzazione di video-documentario

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

2.3.4 Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale

a. Valorizzare e promuovere le produzioni agroalimentari tipiche e di qualità ed il rapporto con territorio e biodiversità parco.

c. Favorire recupero produzioni tradizionali di qualità abbandonate.

e. Favorire le aziende agricole che si impegnano nel recupero e sviluppo di produzioni che consentono mantenimento di biodiversità coltivata/allevata nel Parco.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

L'iniziativa vuole contribuire a creare una cultura diffusa in merito al valore aggiunto che rappresentano le aree protette nella conservazione della biodiversità. Attraverso il video si vuole sottolineare come la conservazione della biodiversità nei territori Appenninici possa trovare nelle pratiche agricole tradizionali sapientemente condotte un efficace strumento e come queste stesse possano determinare anche nuove importanti opportunità di sviluppo socio-economico sostenibile.

Il video, che verrà diffuso su diversi supporti (DVD, web streaming), si rivolge ad un ampio target: visitatori del Parco (proiettandolo presso i Centri Visita del Parco e le strutture ricettive del territorio), scuole del territorio del Parco e non, soggetti delegati alla promozione territoriale e turistica, imprenditori agricoli.

Per l'organizzazione dell'iniziativa sono previste le seguenti attività: individuazione delle società specializzata mediante bando pubblico; definizione nel dettaglio del soggetto; realizzazione delle riprese; montaggio; traduzione (almeno in inglese); editing e masterizzazione; Distribuzione del video; promozione dell'utilizzo del video.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Progetti di educazione ambientale

RISULTATI ATTESI

Informare correttamente l'opinione pubblica relativamente al ruolo strategico dell'attività agricola tradizionale montana non intensiva nella conservazione della biodiversità sembra essere di strategica e prioritaria importanza.

Supportare le attività di educazione ambientale svolte direttamente dal Parco nazionale o dalle scuole del territorio o da soggetti titolati allo svolgimento dell'educazione ambientale.

Promuovere le buone pratiche di sostenibilità nell'attività agricola.

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Scuole e studenti

Aziende agricole

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Associazioni di Categoria

Università

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

30.000,00 euro per la realizzazione e distribuzione del video

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Fondi Regionali

Sponsor privati

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione e distribuzione del video

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

n. di volte che il video è scaricato e/o visualizzato sul web

n. di utilizzo del video in iniziative del Parco

n. di richieste del video da parte di operatori turistici

TITOLO PROGETTO

Castagneto giardino

Recupero e valorizzazione di castagneti da frutto di valore storico-testimoniale

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

2.3.4 Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale

a. Valorizzare e promuovere le produzioni agroalimentari tipiche e di qualità ed il rapporto con territorio e biodiversità parco.

b. Stimolare le aziende agricole alla multifunzione: energia, manutenzione territorio, turismo (ricettività e servizi), lavorazione/commercializzazione diretta prodotti.

c. Favorire recupero produzioni tradizionali di qualità abbandonate.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

Il progetto mira a recuperare e riqualificare, tramite accordi con i proprietari, castagneti abbandonati o non coltivati. Gli interventi realizzati riguardano pulizia del castagneto, potature, sistemazione rete sentieristica che attraversa i castagneti, realizzazione di aree di sosta per la fruizione turistica, realizzazione di bacheche esplicative degli interventi realizzati. Al termine dell'intervento, i castagneti vengono messi anche a disposizione delle scuole per attività di educazione ambientale.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Attualmente è in corso di realizzazione a Sologno (Comune di Villa Minozzo – RE), ma il progetto è replicabile in altri borghi carrate rizzati dalla vicinanza a castagneti storici.

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Castagneto scuola

Autunno d'Appennino

RISULTATI ATTESI

Favorire l'utilizzo del castagneto non solo dal punto di vista produttivo ma anche dal punto di visto turistico

Proporre una forma di turismo alternativo nella stagione autunnale

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Proprietari di Castagneti

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PAERCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Prevalentemente le aree ed i borghi limitrofi agli intervento, ma più in generale l'intero territorio del Parco

POSSIBILI PARNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Ministero delle Politiche Agricole, alimentari e forestali

CCIAA

Consorzi di castanicoltori

Aziende private

Università

Consorzio fitosanitario provinciale e regionale

Pro Loco e Cooperative locali

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Circa 50.000,00 euro per il recupero di ciascun castagneto giardino

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

GAL

PSR

Comunità Montane

Aziende private

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Inaugurazione di castagneti giardino

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Ettari di castagneto recuperati

Numero di uscite didattiche che fruiscono dell'offerta formativa

Incremento del numero di turisti nella stagione autunnale negli operatori limitrofi al castagneto giardino

TITOLO PROGETTO

Area di sosta “Roberto Nobili” nel castagno della Renna

Area di uso pubblico volta a valorizzare l’uso turistico del castagneto

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

2.3.4 Favorire l’innovazione del settore agro-silvo-pastorale

a. Valorizzare e promuovere le produzioni agroalimentari tipiche e di qualità ed il rapporto con territorio e biodiversità parco.

b. Stimolare le aziende agricole alla multifunzione: energia, manutenzione territorio, turismo (ricettività e servizi), lavorazione/commercializzazione diretta prodotti.

c. Favorire recupero produzioni tradizionali di qualità abbandonate.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

L’antico castagneto della Renna è la porta di ingresso al territorio del Parco e al Comune di Giuncugnano per chi arriva da Sillano e dal Passo di Pradarena. È parte dei vasti castagneti che circondano il borgo di Pontecchio, ed è di proprietà del comune di Giuncugnano.

Al suo interno sono due piccoli edifici – due vecchi metati per l’essiccazione delle castagne che sono stati recuperati negli anni precedenti, ed adibiti uno a bagni pubblici e l’altro a servizi che sono indicati negli elaborati come edificio A (servizi) e edificio B (bagni).

L’area è inoltre già attrezzata con tavoli, altalene, barbecue e cestini, ed è utilizzata di frequente per picnic nei mesi estivi; l’uso e le intemperie hanno però notevolmente danneggiato i barbecue rendendoli difficili da utilizzare.

Gli accessi dalla strada non sono muniti di cancelli, e spesso le automobili vi vengono parcheggiate impedendo la vista del castagneto e rendendo scomodo l'accesso ai pedoni.

L'area non è attualmente servita da acqua e corrente elettrica, il che ne limita molto l'utilizzo; i bagni esistenti non possono essere utilizzati e non c'è possibilità di usare i barbecue né di frequentare l'area nelle ore serali.

Le potenzialità dell'area sono consistenti, ma lo stato delle attrezzature e la mancanza di servizi ne limitano utilizzo e frequentazione; scopo dell'intervento è di realizzare nel castagneto un'area picnic attrezzata e interessante, da affiancare al Centro Visita già esistente del Parco Nazionale, potenziando e migliorando l'offerta di Pontecchio di attività e servizi.

L'area è molto frequentata in estate come sede per picnic; esiste dunque già una vocazione dell'area supportata da un ragionevole flusso di persone. Scopo del progetto è innanzitutto quello di dotare l'area di una migliore attrezzatura per potenziarne l'uso già esistente, mettendo in funzione quanto già realizzato negli anni precedenti mediante il collegamento alle reti idriche e elettrica e la risistemazione dei barbecue, sistemando gli ingressi, segnando il percorso principale, attrezzando l'edificio A come cucina (tradizionale e non) e realizzando un'illuminazione che, senza snaturare il luogo, lo renda interessante e fruibile anche nelle ore notturne.

Scopo del progetto è anche però quello di realizzare un'area di uso pubblico integrata con il territorio, il suo paesaggio e la sua storia, dove chi vi trascorre del tempo possa anche trovare suggerimenti, suggestioni e spunti per conoscere meglio e poi esplorare il luogo in cui si trova: la Rena di fatto è anche una delle porte di accesso al territorio di Giuncugnano.

Il tema del castagno, così importante per capire la cultura di questa parte di Appennino e spesso conosciuto in modo superficiale da chi frequenta il territorio, è ricchissimo di elementi per approfondire la storia, la cultura e anche la gastronomia dell'Appennino tosco – emiliano; nell'attrezzare l'area si presterà quindi particolare attenzione all'elaborazione dei contenuti informativi, per comunicare a chi frequenterà l'area qualche spunto relativo alla civiltà del castagno e al suo ruolo fondativo e identitario per questo territorio.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Pontecchio nel Comune di Giuncugnano (LU)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Castagneto scuola

Autunno d'Appennino

Castagneto Giardino

Centro Visita il Castagno di Pontecchio

RISULTATI ATTESI

Favorire l'utilizzo del castagneto non solo dal punto di vista produttivo ma anche dal punto di vista turistico

Proporre una forma di turismo alternativo nella stagione autunnale

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PAERCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Prevalentemente il borgo di Ponteccio ed il Comune di Giuncugnano.

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Consorzi di castanicoltori

Aziende private

Operatori turistici

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Circa 120.000,00 euro

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

GAL

PSR

Comunità Montane

Aziende private

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Inaugurazione dell'area di sosta

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di fruitori dell'area di sosta

Numero di iniziative pubbliche realizzate nell'area di sosta all'anno

Incremento del numero di turisti nella stagione autunnale negli operatori limitrofi al castagneto

TITOLO PROGETTO

Rete degli Info Point

Supporti multimediali al turista

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;
- l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

STATO DI ATTUAZIONE

Completato e pronto per essere diffuso e replicato

SINTESI

Il parco ha realizzato una serie di Info-point multimediali in cui i visitatori possono trovare informazioni turistiche sul parco in italiano ed in inglese. Questi Info-point sono stati collocati presso operatori turistici o attività che ne garantiscono la corretta gestione. Buona parte degli info-point (10 su 15) sin ora realizzati sono anche dotati di connessione ad internet e fungono da internet point.

Gli info-point consentono di distribuire in modo coordinato ed elegante il materiale promozionale cartaceo realizzato dal parco o di iniziative da esso promosse, nonché di vendere in apposite vetrinette le guide TCI, la carta dei sentieri ed il merchandising

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Attualmente sono stati posizionati gli info-point nelle seguenti località:

1. Centro Visita “Locanda Il Castagno”, Pontecchio di Giuncugnano (LU);
2. Centro Visita “Agriturismo Valle dei Cavalieri”, Succiso di Ramiseto (RE);
3. “Albergo Giannarelli”, Passo del Cerreto, Collagna (RE);
4. “Osteria Fonti di Poiano”, Poiano di Villa Minozzo (RE);

5. “Rifugio Pratizzano”, Pratizzano di Ramiseto (RE);
 6. “Parco avventura Cerwood”, Cervarezza Terme di Busana (RE);
 7. Edicola di Corfino di Villacollemandina (LU);
 8. “Ristorante Ai Canapai”, San Romano in Garfagnana (LU);
 9. “Bar Centrale”, Civago di Villa Minozzo (RE);
 10. “Camping Le Fonti”, Cervarezza Terme di Busana (RE).
 11. Centro Visita “Agriturismo Montagna verde”, Apella di Licciana Nardi (MS);
 12. “Rifugio Lagdei”, località Lagdei, Corniglio (PR);
 13. “Rifugio della Pietra”, Castelnovo ne' Monti (RE);
 14. Centro di Documentazione e Produzione Didattica, Pieve di Sorano, Filattiera (MS);
 15. Edicola di Comano (MS).
- In futuro altri info-point possono essere realizzati

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Tutti i progetti di marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Diffusione delle informazioni inerenti al Parco e le sue peculiarità ai turisti che lo attraversano, ma anche ai residenti

Offrire un supporto organizzato alla distribuzione di materiale promozionale ed alla vendita di materiale inerente il Parco

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti e residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Da un minimo di 8.000,00 € ad un massimo di 15.000,00 € l'uno con possibili economie di scala su grandi numeri.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Non prevedibili canali pubblici

Privati per spazi pubblicitari

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Messa in opera degli info-point

Corretto posizionamento degli info-point nelle strutture ospitanti

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di utilizzi area multimediale info-point

Materiale cartaceo distribuito tramite info-point

Guide TCI, cartine dei sentieri, merchandising venduti negli info-point

TITOLO PROGETTO

Atelier di Onda in Onda (Porta dell'Energia)

Laboratorio museale di ricerca pedagogica sull'energia idroelettrica

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

b. Facilitare la nascita di nuove imprese (preferibilmente composte da giovani, donne, e/o da soggetti diversamente abili) e lo sviluppo/innovazione di quelle esistenti nei settori turismo, commercio, servizi alla persona ed alle famiglie.

d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

b. Realizzare iniziative di carattere pedagogico e scientifico in grado di attrarre turismo scolastico (di ogni ordine e grado) e promuovere percorsi di educazione ambientale, approfondimento e ricerca scientifica che prevedano il soggiorno e la relazione con il territorio.

2.3.7 Offrire occasioni di socialità e crescita culturale

b. Favorire la costruzione di relazioni tra il territorio e le comunità del Parco ed il “mondo esterno”.

c. Costruzione relazioni con soggetti pubblici e privati, di valore nazionale ed internazionale, e facilitare la loro presenza fattiva sul territorio.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

a. Effettuare ricerca e sviluppo nell'ambito delle opportunità offerte al territorio dai paradigmi della soft-economy e della green-economy.

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

“L’Atelier di onda in onda” di Ligonchio sarà un laboratorio museale sperimentale la cui elevata valenza culturale potrà attrarre turismo scolastico e accademico da tutta Italia (e non solo) e arricchire l’offerta culturale di tutti i turisti richiamati sul crinale dalla valenza ambientale del Parco Nazionale. A Ligonchio l’acqua e l’energia sono state in passato, e sono tuttora, le principali risorse dello sviluppo. Sono dunque cardini dell’identità storica locale, emergendo chiaramente, negli impianti e nelle strutture ENEL che offrono contemporaneamente, in un museo a cielo aperto, esempio di produzione di energia rinnovabile idroelettrica e di architettura industriale di qualità. “L’Atelier di onda in onda” si inserirà in questo contesto, costituendo e completando un’offerta culturale/formativa/turistica unica, capace di grandi prospettive di sviluppo, e di rivitalizzazione del territorio segnato da decenni di emigrazione.

L’atelier sarà progettato e gestito dal Parco nazionale e da Reggio Children (mediante una convenzione che coinvolgerà anche Enel) che è una società a capitale misto (pubblico-privato) cui il Comune di Reggio Emilia, assieme ad altri soggetti, ha fondato da un’idea di Loris Malaguzzi, nel 1994 per gestire gli scambi pedagogici e culturali già da tempo avviati fra le istituzioni per l’infanzia del Comune di Reggio Emilia e numerosi insegnanti, ricercatori e studiosi di tutto il mondo. Grazie a Reggio Children, Reggio Emilia oggi è luogo di incontro di numerosi insegnanti, docenti e ricercatori che in Italia e nel mondo si occupano di infanzia ed età evolutiva, con i quali Reggio Children affronta progetti di ricerca in collaborazione con Università, Fondazioni e Ministeri. Reggio Children gestisce inoltre una fitta rete di scambi culturali nazionali e internazionali.

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

Ligonchio: sede del Parco, Centrale Enel e territorio circostante

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

RISULTATI ATTESI

Creare una offerta culturale/formativa/turistica di livello nazionale ed internazionale

Creare flussi turistici correlati all’atelier

Creare occupazione diretta ed indiretta correlata all’atelier

Creare animazione culturale di alto livello per i residenti ed i turisti del Parco

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Scuole, insegnanti e studenti (del territorio del Parco in primis, ma di tutta Italia in un'ottica più ampia)

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Nelle prime fasi principalmente l'area di Ligonchio, ma, a regime tutto il territorio del Parco ne beneficerà in termini di indotto turistico derivato.

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

CCIAA

Università

Scuole

Fondazioni Bancarie

ENEL

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Circa 500.000,00 € per la progettazione dell'atelier, realizzazione e ristrutturazione immobili ed infrastrutture ad esso funzionali, realizzazioni allestimenti, e circa 50-100.000,00 € all'anno nei primi tre anni per la gestione ordinaria, lo sviluppo, la promozione e marketing

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Fondi regionali/europei, finanziamenti privati.

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

n. di visitatori/anno dell'atelier

giornate di apertura/anno dell'atelier

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Grado di soddisfazione (mediante sondaggio) dei visitatori

n. occupati direttamente correlati all'atelier

n. presenze turistiche correlabili all'atelier

TITOLO PROGETTO

Cento Sport e Natura (Porta Sport e Natura)

Laboratorio di attività sportive per una palestra a cielo aperto

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- a. Promuovere la qualificazione degli operatori turistici e la creazione di nuove strutture ricettive e di servizio in grado di essere interessanti per i molteplici profili dell'eco-turista.
- c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.
- d. Stimolare la riconversione e l'innovazione delle stazioni per lo sci alpino.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Il “Centro Sport e Natura” rafforzerà la vocazione al turismo sportivo del complesso Febbio-Rescadore-Cusna. Si caratterizzerà sia per essere un laboratorio di attività sportive, una palestra a cielo aperto (negli oltre 28.000 m2 di giardino) ed un elemento capace di coordinarsi e valorizzare le strutture sportive già presenti sul territorio (campo da calcio, bocciodromo, pista polivalente), gli impianti di risalita (attivi sia in inverno che in estate), elementi naturali (i sentieri del monte Cusna) e culturali (l'osservatorio astronomico). Il centro, supportato dalla ricettività turistica limitrofa, si rivolgerà alla associazioni di promozione sportiva ed alle associazioni che organizzano turismo giovanile (campi estivi) da tutta la Regione, ma sarà anche adatto per società sportive per svolgere “ritiri”.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Febbio (Villa Minozzo)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

RISULTATI ATTESI

Creare una offerta di turismo sportivo di livello provinciale e regionale

Creare o rafforzare i flussi di turismo sportivo

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

Associazioni e società sportive

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area di Febbio.

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Circa 150.000,00 € per progettazione, spese tecniche, opere murarie, recinti e sistemazioni, impianti, allestimenti, attrezzature, marketing

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Fondi regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

n. di utilizzatori/anno del centro

giornate di apertura/anno del centro

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

n. presenze turistiche correlabili al centro

TITOLO PROGETTO

Neve Natura e Cultura di Appennino

Educazione ambientale e turismo sulla neve lontano dagli impianti

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

- b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.
- c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

- b. Facilitare la nascita di nuove imprese (preferibilmente composte da giovani, donne, e/o da soggetti diversamente abili) e lo sviluppo/innovazione di quelle esistenti nei settori turismo, commercio, servizi alla persona ed alle famiglie.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- a. Promuovere la qualificazione degli operatori turistici e la creazione di nuove strutture ricettive e di servizio in grado di essere interessanti per i molteplici profili dell'eco-turista.
- b. Realizzare iniziative di carattere pedagogico e scientifico in grado di attrarre turismo scolastico (di ogni ordine e grado) e promuovere percorsi di educazione ambientale, approfondimento e ricerca scientifica che prevedano il soggiorno e la relazione con il territorio.
- c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.
- d. Stimolare la riconversione e l'innovazione delle stazioni per lo sci alpino.
- e. Favorire lo sviluppo di forme di turismo di comunità, specialmente nei piccoli borghi di crinale, facilitando anche la costruzione di un circuito turistico e di azioni di collaborazione tra le diverse realtà.
- l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.7 Offrire occasioni di socialità e crescita culturale

- a. Stimolare occasioni di crescita culturale, socialità consolidamento dell'identità territoriale e delle tradizioni, favorendo innanzitutto la conoscenza e lo scambio reciproca tra i diversi “versanti”

del Parco e valorizzando, in particolare, le numerose esperienze di volontariato di coesione sociale e di solidarietà.

b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.

STATO DI ATTUAZIONE

Completato e pronto per essere diffuso e replicato

SINTESI

Neve Natura è un progetto didattico che propone, come attività formativa, l'esperienza diretta dell'Appennino, anche nella stagione più rigida e difficile attraverso l'apprendimento dei primi rudimenti di pratica della neve, (escursionismo invernale, uso delle ciaspole, camminata nordica...), la guida alla conoscenza teorica e pratica dei luoghi, della loro realtà naturale, economica, storica e culturale attraverso lezioni e conferenze outdoor e indoor, l'incontro con realtà imprenditoriali, istituzionali e culturali locali.

L'obiettivo generale del progetto è quello affezionare i ragazzi alla montagna attraverso la conoscenza e la pratica del territorio appenninico. Gli obiettivi specifici sono quelli di far acquisire strumenti utili alla crescita e alla formazione, proporre l'Appennino come alternativa sostenibile ai modelli attuali di turismo invernale, coinvolgere le popolazioni locali nella testimonianza e favorire lo scambio culturale con i ragazzi, sempre meno numerosi nei paesi del crinale.

Le attività outdoor proposte sono sci nordico, trekking, nordic walking,, ciaspolate, lezioni di sicurezza in montagna, orienteering, osservazioni naturalistiche e geologiche, visite a caseifici, a borghi storici, a emergenze naturalistiche e culturali del territorio.

Le lezioni indoor riguardanti i diversi aspetti della montagna sono modulabili in base al programma didattico dell'istituto: meteorologia, cartografia, geologia, flora e fauna, storia, marketing territoriale, poesia e letteratura, arte, teatro popolare e musica, etnologia.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

I borghi più alti del crinale, principalmente sul versante nord del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Castagneto Scuola, in particolare, ma essendo uno dei progetti fondanti del Parco fa sintesi e valorizza molte altre iniziative.

RISULTATI ATTESI

Creazione di un modello/offerta turistica invernale anche non strettamente correlata agli impianti di risalita

Diffondere la cultura della neve e dell'inverno in Appennino nei giovani residenti e non

Aumentare il turismo invernale anche nei borghi lontani dagli impianti di risalita

Allungare il periodo di presenza dei turisti nelle stazioni sciistiche

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

Scuole del territorio (e dell'ambito delle 4 provincie)

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

I borghi più alti del crinale, principalmente sul versante nord del Parco, ma in generale tutto il Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Altri Parchi

Scuole

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Variabile tra i 30.000,00 ed i 70.000,00 € all'anno a seconda del numero di settimane che si vogliono organizzare e sostenere

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti provinciali e regionali correlati all'educazione ambientale

Sponsorizzazioni private

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

n. di studenti partecipanti/anno

n. di località in cui è stato organizzato Neve Natura

n. di operatori turistici coinvolti

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Creazione e messa sul mercato di pacchetti/offerte specifiche per il turismo invernale nei borghi lontani dagli impianti

Crescita delle presenze turistiche nei mesi invernali nei borghi lontani dagli impianti

Creazione di nuovi operatori turistici che si propongono per attività di “Neve Natura”

TITOLO PROGETTO

L'Appennino a Manarola

Punto Info presso il Sentiero dell'Amore a Manarola

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;
- k. Favorire sinergie e collaborazioni con i “Parchi di Mare e di Appennino” per lo sviluppo di un distretto turistico integrato;

STATO DI ATTUAZIONE

Completato ma necessita di integrazioni

SINTESI

Il progetto si inserisce nell'ambito del progetto “Parchi di Mare e di Appennino”. Si tratta di un punto informazioni situato al termine del Sentiero della Via dell'Amore a Manarola nel quale personale specializzato fornisce, nei weekend da fine aprile a fine settembre 2010, informazioni e materiali divulgativi a turisti e visitatori (italiani e stranieri) in merito al territorio dei Parchi nazionali e regionali dell'area ed alle proposte turistiche di enti ed operatori.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Manarola (SP)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Parchi di Mare e di Appennino
Punti Info del Parco nazionale
Progetti di marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Aumento conoscenza e diffusione di informazioni sul territorio del Parco e degli altri Parchi del network Parchi di Mare e di Appennino

Aumento del numero delle presenze turistiche sul territorio del Parco

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Intero territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Altri Parchi

Ministero dell'Ambiente

Agenzie per le promozione turistica

CCIAA

Associazioni di Categoria

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

15.000,00 € il primo anno

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Ministero dell'Ambiente

Fondi provinciali/regionali per la promozione turistica

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Numero di weekend di presenza del Punto Info

Numero di persone coinvolte nel Punto Info

Materiale informativo distribuito

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di persone contattate alle Cinque Terre che si iscrivono alla newsletter informativa del Parco

Aumento della ricettività turistica direttamente correlabile alla presenza dell'info-point

TITOLO PROGETTO

Castagneto scuola

Esperienze di studio-lavoro in autunno

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

b. Facilitare la nascita di nuove imprese (preferibilmente composte da giovani, donne, e/o da soggetti diversamente abili) e lo sviluppo/innovazione di quelle esistenti nei settori turismo, commercio, servizi alla persona ed alle famiglie.

2.3.4 Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale

a. Valorizzare e promuovere le produzioni agroalimentari tipiche e di qualità ed il rapporto con territorio e biodiversità parco.

b. Stimolare le aziende agricole alla multifunzione: energia, manutenzione territorio, turismo (ricettività e servizi), lavorazione/commercializzazione diretta prodotti.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

a. Promuovere la qualificazione degli operatori turistici e la creazione di nuove strutture ricettive e di servizio in grado di essere interessanti per i molteplici profili dell'eco-turista.

b. Realizzare iniziative di carattere pedagogico e scientifico in grado di attrarre turismo scolastico (di ogni ordine e grado) e promuovere percorsi di educazione ambientale, approfondimento e ricerca scientifica che prevedano il soggiorno e la relazione con il territorio.

c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.

e. Favorire lo sviluppo di forme di turismo di comunità, specialmente nei piccoli borghi di crinale, facilitando anche la costruzione di un circuito turistico e di azioni di collaborazione tra le diverse realtà.

f. Favorire la creazione di relazioni dirette tra caccia, pesca, raccolta dei funghi e prodotti del sottobosco ed il settore turistico.

STATO DI ATTUAZIONE

Completato e pronto per essere diffuso e replicato

SINTESI

La tipologia del progetto “castagneto scuola” viene messo a punto a partire dalla volontà dell’ente di attivare strategie ed esempi tesi alla destagionalizzazione del turismo scolastico e in particolare promuovere l’Autunno quale stagione ricca di spunti, paesaggi, colori e suggestioni per conoscere e “assaporare” l’Appennino.

Il progetto “castagneto scuola” si compone di esperienze di studio-lavoro denominate “Vivere il Parco”. Scenario di questa esperienze di studio lavoro è il castagneto nelle sue varie accezioni e rinnovate potenzialità, i ragazzi infatti non verranno ospitati in alberghi “tradizionali”, ma in strutture in grado di coinvolgerli attivamente nel legame tra i borghi appenninici ed i castagneti.

Le settimane di “Castagneto Scuola” verranno realizzate nei mesi di Ottobre e Novembre nei borghi caratterizzati da legami storici con i castagneti in tutti i versanti del territorio del Parco nazionale dell’Appennino tosco emiliano.

La settimana di “castagneto scuola” nel Parco nazionale sostituisce la didattica curricolare, pertanto verranno proposte attività (co-progettate con i docenti delle scuole in linea con gli indirizzi di studio dei ragazzi) lungo tutto il corso della giornata, suddivise in momenti in aula e in ambiente, attività di lavoro, di svago nonché di osservazione e produzione.

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

Tutto il Parco nei borghi prossimi a castagneti secolari e ancora ben coltivati

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Autunno d’Appennino

Castagneto Giardino

RISULTATI ATTESI

Creazione di un modello/offerta turistica autunnale

Valorizzazione dei prodotti agroalimentari derivanti dal castagneto

Diffondere la cultura della castagna e dell’autunno in Appennino nei giovani residenti e non

Aumentare il turismo autunnale anche nei borghi

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

Scuole del territorio (e dell'ambito delle 4 provincie)

Aziende agricole correlate alla gestione dei castagneti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il Parco, in particolare i borghi prossimi a castagneti secolari e ancora ben coltivati

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Associazioni di Categoria

Aziende private

Scuole

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Variabile tra i 20.000,00 ed i 50.000,00 € all'anno a seconda del numero di settimane che si vogliono organizzare e sostenere

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti provinciali e regionali correlati all'educazione ambientale

Finanziamenti nell'ambito dei PAL dei GAL o altri finanziamenti correlati allo sviluppo rurale

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

n. di studenti partecipanti/anno

n. di località in cui è stato organizzato Castagneto Scuola

n. di operatori turistici coinvolti

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Creazione e messa sul mercato di pacchetti/offerte specifiche per il turismo autunnale correlato ai castagneti

Crescita delle presenze turistiche nei mesi autunnali

Creazione di nuovi operatori turistici che si propongono per attività nei castagneti in autunno

TITOLO PROGETTO

Cuore nel Parco – camminare Bismantova

Percorsi riabilitativi nel Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

h. Favorire lo sviluppo di attività e servizi che permettano, facilitino ed stimolino la fruizione del Parco da parte di persone diversamente abili.

STATO DI ATTUAZIONE

Completato ma necessita di integrazioni

SINTESI

Il Parco Nazionale vuole offrire un servizio e promuovere l'opportunità di camminare tra le bellezze del Parco e, in particolare nel progetto pilota a Bismantova, per tutti; anche per chi per età, malattia cardiaca o altre ragioni, non gode di ottime condizioni di forma fisica. Dall'esigenza di creare percorsi riabilitativi per i pazienti della Cardiologia dell'Ospedale S. Anna di Castelnovo ne Monti, nasce l'idea di realizzare un itinerario per tutti. Il movimento fisico, a tutte le età, è salutare e previene molte malattie tipiche del nostro tempo, quindi l'invito a passeggiare su questo percorso all'ombra della Pietra di Bismantova è rivolto a chiunque sia interessato al proprio benessere psico-fisico. Il progetto prevede la possibilità di compiere il percorso sia autonomamente, attraverso la segnaletica stradale e la presente cartina, sia accompagnati. Una volta a settimana è infatti prevista una escursione collettiva, condotta da insegnanti di educazione fisica adeguatamente preparati e collegati, per via telematica, con il Centro di Cardiologia dell'Ospedale S. Anna.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Bismantova – Castelnovo ne' Monti

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Nessuna correlazione diretta

RISULTATI ATTESI

Aumentare la frequentazione del Parco da parte di persone afflitte da malattie cardiache o che stanno realizzando percorsi di riabilitazione, generando anche indotti flussi turistici.

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Cardiopatici del territorio del Parco e non solo

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Bismantova in prima battuta, ma il progetto è replicabile in altre località

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Ministero della Salute:

AUSL

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Poche migliaia di euro all'anno per la manutenzione e promozione del percorso.

Circa 10-12.000,00 € per lo studio e la realizzazione di nuovi percorsi

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Sponsor privati (ditte farmaceutiche)

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

N. di uscite organizzate sull'itinerario esistente

Realizzazione di nuovi itinerari

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

n. fruitori dell'itinerario

aumento delle presenze turistiche correlate a percorsi di riabilitazione

TITOLO PROGETTO

Webcam e Appennino: il parco in tempo reale

Creazione di una rete di Webcam per la diffusione dei paesaggi del Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;
- l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

Il Parco nazionale intende realizzare una rete di web-cam in grado di diffondere in tempo reale i paesaggi più suggestivi del proprio territorio in collaborazione con gli esercizi commerciali esistenti. Le web-cam vengono visualizzate sul sito del parco nazionale linkando i siti delle strutture che fisicamente li ospitano e da cui si godono realmente i panorami illustrati.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Sito internet e progetti di web-marketing

RISULTATI ATTESI

Diffondere i paesaggi del parco *worldwide* nelle quattro stagioni

Promuovere gli operatori turistici del territorio

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio

POSSIBILI PARTNERSHIP

Associazioni di Categoria

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Dai 3.000,00 ai 5.000,00 per l'installazione di ogni web-cam, ma il costo può essere sostenuto dai privati in cambio di visibilità sul sito del Parco.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Non prevedibili

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

n. webcam installate e/o linkate sui paesaggi del Parco

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

n. visite alle pagine delle web-cam sul sito del parco

n. migrazione utenti dalle pagine delle web-cam sul sito del parco ai siti degli operatori turistici che le ospitano

TITOLO PROGETTO

Porta dei Gessi

Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

La realizzazione delle “Porte del Parco” invita a leggere il territorio, permettendo di riconoscere ed apprezzare le varie emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche presenti. Le “Porte del Parco” offrono aree di sosta, spazi di servizio ai turisti ed ai visitatori, e li informano in tempo reale nel momento del passaggio e li indirizzano in un percorso di conoscenza del territorio di cui diventano elementi di lettura e segni di riconoscimento. Con “Porta del Parco” intendiamo uno spazio di sosta/informazione da realizzare in modo coordinato presso punti panoramici, emergenze naturalistiche e culturali e lungo le principali strade di accesso al Parco. Alcune porte inoltre dispongono di spazi interni per attività didattiche, associative e/o museali. Le Porte dell’Appennino Reggiano, ciascuna caratterizzata da un proprio nome, dovranno essere rese evidenti ai visitatori che entrano nel territorio mediante un elemento caratterizzante ed appariscente seppur in armonia con il paesaggio (una bandiera, una forma, un installazione artistica...). Le Porte del Parco devono prevedere la possibilità di sosta sicura per alcune auto, approvvigionamento di acqua potabile, tavoli con panchine e cestini per rifiuti, illuminazione notturna, totem/bacheche riportanti planimetria di tutto il Parco e focus sulla zona specifica, informazioni sul territorio circostante, descrizione dei principali itinerari della zona, numeri utili/orari, regole da rispettare nel Parco, spazio vuoto per informazioni in merito alla programmazione di attività ricreative culturali della

stagione in corso e comunicazioni. In alcuni casi, ovvero dove vi sono le condizioni tecniche e non in prossimità di campeggi le “Porte” offriranno la possibilità di sosta attrezzata anche ad alcuni camper.

La “Porta dei Gessi” in località Fonti di Poiano (Villa Minozzo) valorizza il SIC dei Gessi Triassici e della sorgente di acqua in un’ottica di promozione del turismo didattico e scolastico, per favorire il quale il Parco nazionale ha già sottoscritto delle convenzioni con l’Università di Modena e Reggio Emilia e con la Società Speleologia italiana per attività di studio e soggiorno scientifico. La Porta sarà anche funzionale a valorizzare il borgo di Sologno, completando l’offerta turistica di Poiano, in un unicum di turismo di comunità.

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

Poiano – Villa Minozzo

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

Progetti di promozione e marketing territoriale

Progetto Trias

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL’INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL’INTERVENTO

Principalmente l’area limitrofa alla porta ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

80.000,00 per la realizzazione delle opere e degli allestimenti funzionali alla Porta

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti previsti dalla Porta

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequenzamento della “porta” da parte di turisti e visitatori

TITOLO PROGETTO

Porta Euro - mediterranea

Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

La realizzazione delle “Porte del Parco” invita a leggere il territorio, permettendo di riconoscere ed apprezzare le varie emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche presenti. Le “Porte del Parco” offrono aree di sosta, spazi di servizio ai turisti ed ai visitatori, e li informano in tempo reale nel momento del passaggio e li indirizzano in un percorso di conoscenza del territorio di cui diventano elementi di lettura e segni di riconoscimento. Con “Porta del Parco” intendiamo uno spazio di sosta/informazione da realizzare in modo coordinato presso punti panoramici, emergenze naturalistiche e culturali e lungo le principali strade di accesso al Parco. Alcune porte inoltre dispongono di spazi interni per attività didattiche, associative e/o museali. Le Porte dell’Appennino Reggiano, ciascuna caratterizzata da un proprio nome, dovranno essere rese evidenti ai visitatori che entrano nel territorio mediante un elemento caratterizzante ed appariscente seppur in armonia con il paesaggio (una bandiera, una forma, un installazione artistica...). Le Porte del Parco devono prevedere la possibilità di sosta sicura per alcune auto, approvvigionamento di acqua potabile, tavoli con panchine e cestini per rifiuti, illuminazione notturna, totem/bacheche riportanti planimetria di tutto il Parco e focus sulla zona specifica, informazioni sul territorio circostante, descrizione dei principali itinerari della zona, numeri utili/orari, regole da rispettare nel Parco, spazio vuoto per informazioni in merito alla programmazione di attività ricreative culturali della

stagione in corso e comunicazioni. In alcuni casi, ovvero dove vi sono le condizioni tecniche e non in prossimità di campeggi le “Porte” offriranno la possibilità di sosta attrezzata anche ad alcuni camper.

La “Porta Euro - mediterranea” è il collegamento naturale tra Toscana ed Emilia Romagna (provincia di Massa Carrara e Reggio Emilia), ha nel suo status di valico un'importante valenza storica, culturale ed ambientale. Il valico del Cerreto è frequentato fin dalla preistoria, ma divenne moderna arteria viabile solo con la costruzione, intrapresa alla fine del XVIII secolo, della “strada di Lunigiana”: voluta dal duca Ercole III d'Este e realizzata su progetto dell'ingegner Ludovico Bolognini, era un'opera di prioritaria importanza dal momento che dal 1741 il ducato di Massa era entrato a far parte dei ducati estensi. Il Passo è stato linea di confine ma anche luogo di scambio per tutte le popolazioni che hanno abitato i due versanti, si caratterizza per tanto in quest'area un melting-pot di sapori, lingue e tradizioni che lo rendono unico. Il passo è inoltre un luogo dove emerge con evidenza, per chi lo attraversa, il confine climatico che divide l'habitat continentale sub-alpino, da quello mediterraneo caratterizzando in modo differente vegetazione e clima. Il Passo del Cerreto ha in se un'elevata valenza paesaggistica essendo ideale punto di osservazione del crinale appenninico: dal Monte Alto, al Casarola, dall'Alpe di Succiso al Gendarme e alla Nuda. Anche da un punto di vista dell'attrattiva escursionistica il Passo è un luogo di rilievo essendo inserito nel Sentiero Italia e punto di partenza per molteplici escursioni (tra cui le più significative sono quelle alla Valle dell'Inferno, e quella alle Sorgenti del Secchia). Il passo del Cerreto, insieme al monte La Nuda (m 1893) e alla cima Belfiore (m 1811), è classificato come Sito di importanza comunitaria (SIC) e Zona di protezione speciale (ZPS). All'interno del SIC si trovano anche il lago Pranda e le zone umide del Cerreto, un'area di elevata importanza naturalistica per la presenza di torbiere attive che ospitano molte specie floristiche e faunistiche di interesse. Sempre nel SIC si trovano anche gli Schiocchi del Secchia, un orrido vertiginoso che cinge il fiume Secchia con verticali pareti di arenaria generando un paesaggio geomorfologicamente molto interessante e spettacolare. Dal passo del Cerreto si ha accesso anche alla località turistica di Cerreto Laghi che costituisce, oggi, una delle stazioni sciistiche più attrezzate e attrattive dell'intero Appennino settentrionale, raccogliendo flussi turistici prevalentemente da Toscana e Liguria.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Passo del Cerreto – Collagna - Fivizzano

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

Neve Natura

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa alla porta ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

80.000,00 per la realizzazione delle opere e degli allestimenti funzionali alla Porta

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti previsti dalla Porta

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione della “porta” da parte di turisti e visitatori

TITOLO PROGETTO

Porta delle Due Valli - Sparavalle

Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

La realizzazione delle “Porte del Parco” invita a leggere il territorio, permettendo di riconoscere ed apprezzare le varie emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche presenti. Le “Porte del Parco” offrono aree di sosta, spazi di servizio ai turisti ed ai visitatori, e li informano in tempo reale nel momento del passaggio e li indirizzano in un percorso di conoscenza del territorio di cui diventano elementi di lettura e segni di riconoscimento. Con “Porta del Parco” intendiamo uno spazio di sosta/informazione da realizzare in modo coordinato presso punti panoramici, emergenze naturalistiche e culturali e lungo le principali strade di accesso al Parco. Alcune porte inoltre dispongono di spazi interni per attività didattiche, associative e/o museali. Le Porte dell’Appennino Reggiano, ciascuna caratterizzata da un proprio nome, dovranno essere rese evidenti ai visitatori che entrano nel territorio mediante un elemento caratterizzante ed appariscente seppur in armonia con il paesaggio (una bandiera, una forma, un installazione artistica...). Le Porte del Parco devono prevedere la possibilità di sosta sicura per alcune auto, approvvigionamento di acqua potabile, tavoli con panchine e cestini per rifiuti, illuminazione notturna, totem/bacheche riportanti planimetria di tutto il Parco e focus sulla zona specifica, informazioni sul territorio circostante, descrizione dei principali itinerari della zona, numeri utili/orari, regole da rispettare nel Parco, spazio vuoto per informazioni in merito alla programmazione di attività ricreative culturali della

stagione in corso e comunicazioni. In alcuni casi, ovvero dove vi sono le condizioni tecniche e non in prossimità di campeggi le “Porte” offriranno la possibilità di sosta attrezzata anche ad alcuni camper.

La “Sparavalle” ovvero “separa valli” rappresenta lo spartiacque dei fiumi Secchia ed Enza, offre ottimi scenari paesaggistici: sulla valle del Secchia si possono ammirare dalla Pietra di Bismantova, al passo di Pradarena, al Cavalbianco, al crinale del Cusna, al monte Cimone (Mo) la cima più alta dell’Appennino Settentrionale, sul prolungamento dello spartiacque il Campastrino e il Ventasso e sulla valle dell’Enza lo skyline dal Monte Fuso, fino al Caio ed al Navert. Buona parte del crinale è inserito nell’area del Parco nazionale Appennino toscano-emiliano e nel SIC- ZPS Monte Ventasso. Sul crinale della “Sparavalle”, a quota 990 m. s.l.m., tra la SS 63 e la strada provinciale per Ramiseto, a poca distanza dall’abitato di Cervarezza, ha sede il “Fortino della Sparavalle” che dal 1980 è tutelato dalla Soprintendenza ai sensi della L.1089/39. Pressoché inesistenti sono le notizie storiche riguardanti il Fortino dello Sparavalle. Le fonti archivistiche, cartografiche e bibliografiche concernenti la montagna reggiana non accennano né individuano alcuna antica struttura fortificata ubicata nella località dove attualmente sorge il fortino e d’altra parte le caratteristiche architettoniche e costruttive del manufatto stesso fanno risalire la costruzione al IX secolo. Sicuramente è da rilevare la posizione strategica del fortino, questa ubicazione dovette assumere particolare importanza nel 1700 a seguito della trasformazione dell’antica mulattiera in un’arteria di maggior importanza, detta via della Lunigiana, voluta dal duca di Modena Ercole III il quale intendeva unire i propri domini emiliani con quelli di Massa e Carrara che aveva acquistato dalla moglie. Nel ‘700 le vie che dalla Garfagnana conducevano a Reggio Emilia erano tutte alpestri e impraticabili nel periodo invernale. Le vie più frequentate erano quelle dirette al Passo dell’Ospedalaccio e al Pradarena. Il Cerreto fino al XVIII secolo era poco battuto. Su di esso alla fine del ‘700 venne fatta convergere la nuova strada della Lunigiana, progettata nel 1785 dall’ing. Ludovico Bolognini. Si trattava di allargare e rendere carrozzabile l’unica via ducale del Cerreto. Le carte relative al progetto di questa strada non individuano però alcun toponimo o struttura che possa far supporre l’esistenza del fortino. Gli avvenimenti napoleonici successivi bloccarono il procedere dei lavori di sistemazione della strada ducale che vennero invece ripresi e completati da Francesco IV tra il 1828 e il 1843, durante il periodo della Restaurazione. E’ probabilmente in questo periodo, se non addirittura nell’intermezzo Napoleonico (1796-1814) dato l’interesse manifestato dall’imperatore a completare il collegamento tra Reggio Emilia e La Spezia, che viene costruito (o ricostruito) il fortino dello Sparavalle. Sul crinale della Sparavalle trova posto anche un osservatorio astronomico aperto al pubblico, in fase di completamento, che rappresenta un ulteriore elemento di valore e di attrazione per quest’area. La particolare posizione del crinale Sparavalle permette, eccezionalmente, di osservare una porzione molto elevata della volta celeste.

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

Sparavalle – Busana

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa alla porta ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

100.000,00 per la realizzazione delle opere e degli allestimenti funzionali alla Porta

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti previsti dalla Porta

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione della “porta” da parte di turisti e visitatori

TITOLO PROGETTO

Porta dei “Cavalieri del Ventasso”

Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

La realizzazione delle “Porte del Parco” invita a leggere il territorio, permettendo di riconoscere ed apprezzare le varie emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche presenti. Le “Porte del Parco” offrono aree di sosta, spazi di servizio ai turisti ed ai visitatori, e li informano in tempo reale nel momento del passaggio e li indirizzano in un percorso di conoscenza del territorio di cui diventano elementi di lettura e segni di riconoscimento. Con “Porta del Parco” intendiamo uno spazio di sosta/informazione da realizzare in modo coordinato presso punti panoramici, emergenze naturalistiche e culturali e lungo le principali strade di accesso al Parco. Alcune porte inoltre dispongono di spazi interni per attività didattiche, associative e/o museali. Le Porte dell’Appennino Reggiano, ciascuna caratterizzata da un proprio nome, dovranno essere rese evidenti ai visitatori che entrano nel territorio mediante un elemento caratterizzante ed appariscente seppur in armonia con il paesaggio (una bandiera, una forma, un installazione artistica...). Le Porte del Parco devono prevedere la possibilità di sosta sicura per alcune auto, approvvigionamento di acqua potabile, tavoli con panchine e cestini per rifiuti, illuminazione notturna, totem/bacheche riportanti planimetria di tutto il Parco e focus sulla zona specifica, informazioni sul territorio circostante, descrizione dei principali itinerari della zona, numeri utili/orari, regole da rispettare nel Parco, spazio vuoto per informazioni in merito alla programmazione di attività ricreative culturali della

stagione in corso e comunicazioni. In alcuni casi, ovvero dove vi sono le condizioni tecniche e non in prossimità di campeggi le “Porte” offriranno la possibilità di sosta attrezzata anche ad alcuni camper.

L'intervento in località Gazzolo, in Comune di Ramiseto, è posto sulla Strada Provinciale 57. Grazie alla recente modifica del tracciato di questa arteria, che ne raccorcia e migliora la viabilità tra Vetto e Ramiseto, Gazzolo rappresenta l'ingresso naturale dalla Vallata del Ventasso e più in generale per chi proviene dal Nord Ovest, alla Valle dei Cavalieri e più in generale ai territori occidentali del crinale appenninico reggiano (Alpe di Succiso) e del versante toscano del Parco Nazionale attraverso il Passo del Lagastrello. Nell'alta Valle dei Cavalieri, in passato si svilupparono e si mantennero a lungo interessanti forme di autogoverno feudale, come quella dei conti Vallisneri. Inoltre, Gazzolo, grazie al punto vendita della “Latteria del Parco”, ha impiantato un moderna struttura in cui alla esposizione e commercializzazione dei prodotti tipici si somma la presentazione di materiale promozionale relativo alla valle e alla zona del parco, con una sinergia che valorizza turisticamente una tradizione di cultura materiale di alta qualità che nei secoli ha ridisegnato le stesse morfologie del terreno e le peculiarità del paesaggio. Parte degli interventi della Porta saranno realizzati proprio all'interno della latteria per far conoscere ai visitatori il percorso produttivo del Parmigiano Reggiano e le relazioni che questo prodotto ha con il territorio.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Gazzolo - Ramiseto

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa alla porta ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Associazioni di categoria

Aziende

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

120.000,00 per la realizzazione delle opere e degli allestimenti funzionali alla Porta

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti previsti dalla Porta

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione della “porta” da parte di turisti e visitatori

TITOLO PROGETTO

Porta dell'Appennino

Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

Non ancora realizzato

SINTESI

La realizzazione delle “Porte del Parco” invita a leggere il territorio, permettendo di riconoscere ed apprezzare le varie emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche presenti. Le “Porte del Parco” offrono aree di sosta, spazi di servizio ai turisti ed ai visitatori, e li informano in tempo reale nel momento del passaggio e li indirizzano in un percorso di conoscenza del territorio di cui diventano elementi di lettura e segni di riconoscimento. Con “Porta del Parco” intendiamo uno spazio di sosta/informazione da realizzare in modo coordinato presso punti panoramici, emergenze naturalistiche e culturali e lungo le principali strade di accesso al Parco. Alcune porte inoltre dispongono di spazi interni per attività didattiche, associative e/o museali. Le Porte dell'Appennino Reggiano, ciascuna caratterizzata da un proprio nome, dovranno essere rese evidenti ai visitatori che entrano nel territorio mediante un elemento caratterizzante ed appariscente seppur in armonia con il paesaggio (una bandiera, una forma, un installazione artistica...). Le Porte del Parco devono prevedere la possibilità di sosta sicura per alcune auto, approvvigionamento di acqua potabile, tavoli con panchine e cestini per rifiuti, illuminazione notturna, totem/bacheche riportanti planimetria di tutto il Parco e focus sulla zona specifica, informazioni sul territorio circostante, descrizione dei principali itinerari della zona, numeri utili/orari, regole da rispettare nel Parco, spazio vuoto per informazioni in merito alla programmazione di attività ricreative culturali della

stagione in corso e comunicazioni. In alcuni casi, ovvero dove vi sono le condizioni tecniche e non in prossimità di campeggi le “Porte” offriranno la possibilità di sosta attrezzata anche ad alcuni camper.

La PORTA DELL’APPENNINO è dedicata al panorama appenninico di insieme e alla Pietra di Bismantova.

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

Da definire in Comune di Castelnuovo ne’ Monti

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL’INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL’INTERVENTO

Principalmente l’area limitrofa alla porta ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Associazioni di categoria

Aziende

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

100.000,00 per la realizzazione delle opere e degli allestimenti funzionali alla Porta

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti previsti dalla Porta

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequenzazione della “porta” da parte di turisti e visitatori

TITOLO PROGETTO

Porta Francigena alla Pieve di Sorano

Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

La realizzazione delle “Porte del Parco” invita a leggere il territorio, permettendo di riconoscere ed apprezzare le varie emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche presenti. Le “Porte del Parco” offrono aree di sosta, spazi di servizio ai turisti ed ai visitatori, e li informano in tempo reale nel momento del passaggio e li indirizzano in un percorso di conoscenza del territorio di cui diventano elementi di lettura e segni di riconoscimento. Con “Porta del Parco” intendiamo uno spazio di sosta/informazione da realizzare in modo coordinato presso punti panoramici, emergenze naturalistiche e culturali e lungo le principali strade di accesso al Parco. Alcune porte inoltre dispongono di spazi interni per attività didattiche, associative e/o museali. Le Porte dell’Appennino Reggiano, ciascuna caratterizzata da un proprio nome, dovranno essere rese evidenti ai visitatori che entrano nel territorio mediante un elemento caratterizzante ed appariscente seppur in armonia con il paesaggio (una bandiera, una forma, un installazione artistica...). Le Porte del Parco devono prevedere la possibilità di sosta sicura per alcune auto, approvvigionamento di acqua potabile, tavoli con panchine e cestini per rifiuti, illuminazione notturna, totem/bacheche riportanti planimetria di tutto il Parco e focus sulla zona specifica, informazioni sul territorio circostante, descrizione dei principali itinerari della zona, numeri utili/orari, regole da rispettare nel Parco, spazio vuoto per informazioni in merito alla programmazione di attività ricreative culturali della

stagione in corso e comunicazioni. In alcuni casi, ovvero dove vi sono le condizioni tecniche e non in prossimità di campeggi le “Porte” offriranno la possibilità di sosta attrezzata anche ad alcuni camper.

La pieve di Santo Stefano di Sorano si trova nella piana di Filattiera, in una zona di un grande interesse storico. Cronologicamente, la piana fu antica area di culto, come testimoniano le numerose statue stele lì ritrovate alle quali verrà presto dedicato un museo prospiciente la Pieve. Qui si sviluppò nel I secolo a.C. una fattoria di epoca romana. All’interno della pieve fu ritrovata la Lapide di Leodgar, un vescovo o un gastaldo longobardo morto nel 752, fautore della cristianizzazione della Lunigiana e della distruzione di molti idoli di pietra, come si legge dalla lapide stessa. La pieve mantenne le sue funzioni religiose fino alla metà degli anni 90 del Novecento, quando l’incuria ne provocò la caduta del tetto. In vista del Giubileo del 2000 venne completamente ristrutturata ed oggi è un luogo di visita sempre aperto.

La Porta del Parco in questa località si rivolgerà ai molti visitatori della Pieve presentando loro il “vicino” Parco Nazionale e promuovendo possibili itinerari e approfondimenti. La Pieve essendo collocata sulla statale della Cisa potrà anche “intercettare” i flussi di visitatori diretti a Pontremoli o verso la Versilia.

La Porta sarà prevalentemente dedicata agli aspetti storici-religiosi che riguardano i territori del Parco nazionale ed in particolar modo alla via Francigena che passava proprio presso la Pieve di Santo Stefano di Sorano. La Via Francigena era il percorso religioso e mercantile che dal nord Europa portava a Roma e quindi alla Terrasanta. Il percorso scelto fu la strada di Monte Bardone, Mons Langobardorum, che da Fornovo, Berceto e Pontremoli, passava dall’attuale passo della Cisa, per raggiungere l’antico scalo marittimo di Luni, alla foce del fiume Magra e quindi la Tuscia. Con la caduta dei Longobardi e l’ascesa dei Franchi con Carlomagno, il percorso venne ampliato in direzione della Francia, prendendo l’attuale nome di Via Francigena e iniziando ad affermarsi come principale via di comunicazione verso Roma e i luoghi sacri della Cristianità, poi battuto anche da mercanti, eserciti e imperatori. Quando si parla di Via Francigena non si deve però pensare ad un’unica strada, ma ad un’area in cui le varianti territoriali venivano usate a seconda dei tipi di traffico, delle vicende politiche e delle situazioni climatiche delle varie zone. Per questo i tratti storici e culturali della via Francigena sono presenti in molte porzioni del territorio del parco nazionale.

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

Pieve di Santo Stefano di Sorano (Filattiera)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa alla porta ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

60.000,00 € per la realizzazione delle opere e degli allestimenti funzionali alla Porta

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti previsti dalla Porta

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequenzamento della “porta” da parte di turisti e visitatori

TITOLO PROGETTO

Porta della Lunigiana

Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

La realizzazione delle “Porte del Parco” invita a leggere il territorio, permettendo di riconoscere ed apprezzare le varie emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche presenti. Le “Porte del Parco” offrono aree di sosta, spazi di servizio ai turisti ed ai visitatori, e li informano in tempo reale nel momento del passaggio e li indirizzano in un percorso di conoscenza del territorio di cui diventano elementi di lettura e segni di riconoscimento. Con “Porta del Parco” intendiamo uno spazio di sosta/informazione da realizzare in modo coordinato presso punti panoramici, emergenze naturalistiche e culturali e lungo le principali strade di accesso al Parco. Alcune porte inoltre dispongono di spazi interni per attività didattiche, associative e/o museali. Le Porte dell’Appennino Reggiano, ciascuna caratterizzata da un proprio nome, dovranno essere rese evidenti ai visitatori che entrano nel territorio mediante un elemento caratterizzante ed appariscente seppur in armonia con il paesaggio (una bandiera, una forma, un installazione artistica...). Le Porte del Parco devono prevedere la possibilità di sosta sicura per alcune auto, approvvigionamento di acqua potabile, tavoli con panchine e cestini per rifiuti, illuminazione notturna, totem/bacheche riportanti planimetria di tutto il Parco e focus sulla zona specifica, informazioni sul territorio circostante, descrizione dei principali itinerari della zona, numeri utili/orari, regole da rispettare nel Parco, spazio vuoto per informazioni in merito alla programmazione di attività ricreative culturali della

stagione in corso e comunicazioni. In alcuni casi, ovvero dove vi sono le condizioni tecniche e non in prossimità di campeggi le “Porte” offriranno la possibilità di sosta attrezzata anche ad alcuni camper.

Risalendo la statale 63 da Aulla verso il Passo del Cerreto, Serriciolo è la prima frazione che si incontra nel Comune di Fivizzano, rappresenta quindi il primo ingresso nella “Lunigiana del Parco Nazionale” per i visitatori che per lo più provengono dal casello Autostradale di Aulla. La Porta pertanto, oltre a segnalare l’ingresso nel Parco nazionale, sarà dedicata a valorizzare il patrimonio storico culturale e ambientale dell’alta Lunigiana.

Per favorire l’interazione tra Parco nazionale e Parco regionale delle Apuane, nell’ottica di una promozione comune dei “Parchi di mare e di Appennino ” la Porta del Parco in località Serriciolo verrà posizionata a fianco della statale in un punto dove si può apprezzare uno dei più suggestivi panorami sulle Alpi Apuane, verranno per tanto offerte anche delle informazioni sul vicino Parco Regionale.

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

Serriciolo (Fivizzano)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL’INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL’INTERVENTO

Principalmente l’area limitrofa alla porta ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

60.000,00 € per la realizzazione delle opere e degli allestimenti funzionali alla Porta

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti previsti dalla Porta

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequenzamento della “porta” da parte di turisti e visitatori

TITOLO PROGETTO

Porta del cielo sul Monte Giovo

Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

La realizzazione delle “Porte del Parco” invita a leggere il territorio, permettendo di riconoscere ed apprezzare le varie emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche presenti. Le “Porte del Parco” offrono aree di sosta, spazi di servizio ai turisti ed ai visitatori, e li informano in tempo reale nel momento del passaggio e li indirizzano in un percorso di conoscenza del territorio di cui diventano elementi di lettura e segni di riconoscimento. Con “Porta del Parco” intendiamo uno spazio di sosta/informazione da realizzare in modo coordinato presso punti panoramici, emergenze naturalistiche e culturali e lungo le principali strade di accesso al Parco. Alcune porte inoltre dispongono di spazi interni per attività didattiche, associative e/o museali. Le Porte dell’Appennino Reggiano, ciascuna caratterizzata da un proprio nome, dovranno essere rese evidenti ai visitatori che entrano nel territorio mediante un elemento caratterizzante ed appariscente seppur in armonia con il paesaggio (una bandiera, una forma, un installazione artistica...). Le Porte del Parco devono prevedere la possibilità di sosta sicura per alcune auto, approvvigionamento di acqua potabile, tavoli con panchine e cestini per rifiuti, illuminazione notturna, totem/bacheche riportanti planimetria di tutto il Parco e focus sulla zona specifica, informazioni sul territorio circostante, descrizione dei principali itinerari della zona, numeri utili/orari, regole da rispettare nel Parco, spazio vuoto per informazioni in merito alla programmazione di attività ricreative culturali della

stagione in corso e comunicazioni. In alcuni casi, ovvero dove vi sono le condizioni tecniche e non in prossimità di campeggi le “Porte” offriranno la possibilità di sosta attrezzata anche ad alcuni camper.

Sulla sommità del monte Giovo, raggiungibile in macchina dal Passo del Lagastrello, verrà collocata, affianco i maestosi impianti radar, interessante esempio di archeologia industriale, una particolare Porta del parco. Al contrario delle altre, unica eccezione, questa porta non è collocata in un luogo dove si possono intercettare flussi di turisti e visitatori ma bensì dove vi deve essere indirizzati. La Porta del cielo non ha la funzione di presentare il Parco nazionale (si presume che chi la raggiunge ormai lo conosca avendo sicuramente avuto occasione di incontrare altre porte del parco o centri visita), ma di visivamente ed emotivamente il progetto “Parchi di mare e di Appennino”. Dalla Sommità del Monte Giovo è infatti possibile godere in un unico panorama di 360° i territori dei sei Parchi: l’Appennino dal Ci mone al passo della Cisa, le Alpi Apuane il golfo dei Poeti e le Cinque terre. La porta sarà quindi dedicata alla lettura dello splendido panorama ed alla promozione delle peculiarità naturali e culturali di ciascun area protetta..

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

Sommità Monte Giovo (Comano)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL’INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL’INTERVENTO

Principalmente l’area limitrofa alla porta ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

50.000,00 € per la realizzazione delle opere e degli allestimenti funzionali alla Porta

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti previsti dalla Porta

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequenzamento della “porta” da parte di turisti e visitatori

TITOLO PROGETTO

Porta dei cavalieri al Passo del Lagastrello

Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

La realizzazione delle “Porte del Parco” invita a leggere il territorio, permettendo di riconoscere ed apprezzare le varie emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche presenti. Le “Porte del Parco” offrono aree di sosta, spazi di servizio ai turisti ed ai visitatori, e li informano in tempo reale nel momento del passaggio e li indirizzano in un percorso di conoscenza del territorio di cui diventano elementi di lettura e segni di riconoscimento. Con “Porta del Parco” intendiamo uno spazio di sosta/informazione da realizzare in modo coordinato presso punti panoramici, emergenze naturalistiche e culturali e lungo le principali strade di accesso al Parco. Alcune porte inoltre dispongono di spazi interni per attività didattiche, associative e/o museali. Le Porte dell’Appennino Reggiano, ciascuna caratterizzata da un proprio nome, dovranno essere rese evidenti ai visitatori che entrano nel territorio mediante un elemento caratterizzante ed appariscente seppur in armonia con il paesaggio (una bandiera, una forma, un installazione artistica...). Le Porte del Parco devono prevedere la possibilità di sosta sicura per alcune auto, approvvigionamento di acqua potabile, tavoli con panchine e cestini per rifiuti, illuminazione notturna, totem/bacheche riportanti planimetria di tutto il Parco e focus sulla zona specifica, informazioni sul territorio circostante, descrizione dei principali itinerari della zona, numeri utili/orari, regole da rispettare nel Parco, spazio vuoto per informazioni in merito alla programmazione di attività ricreative culturali della

stagione in corso e comunicazioni. In alcuni casi, ovvero dove vi sono le condizioni tecniche e non in prossimità di campeggi le “Porte” offriranno la possibilità di sosta attrezzata anche ad alcuni camper.

Il Passo del Lagastrello (1.200 m) è un valico dell'Appennino toscano-emiliano che separa la Lunigiana dall'Emilia. Il passo si trova lungo la Statale 665 nel comune di Comano, in provincia di Massa-Carrara, e collega la Provincia di Massa-Carrara con la provincia di Parma, tuttavia è facilmente raggiungibile la Provincia di Reggio Emilia. Presso il passo sorgeva l'Ospedale dei Linari, sorto in epoca medievale (X secolo) e retto dall'Ordine dei Cavalieri d'Altopascio; ne resta qualche traccia nel versante toscano. Anticamente il valico era utilizzato per i commerci e i pellegrinaggi verso Roma e Lucca.

La Porta del Parco posizionata sul Passo del Lagastrello sarà prevalentemente dedicata alla valorizzazione del turismo equestre, per il quale il territorio del Parco è estremamente vocato e attrezzato. Il Parco infatti è attraversato, anche sul Passo del Lagastrello, dalla Grande Ippovia dell'Appennino Emilia Romagna, una rete di percorsi che si sviluppa per oltre 1000 chilometri, dalla Provincia di Rimini alla Provincia di Piacenza, attrezzata con punti di sosta per cavalli e cavalieri. Questa rete rappresenta un riferimento per chi vuole attraversare a cavallo il Parco Nazionale. Il Passo del Lagastrello inoltre congiunge i tre Comuni del Parco nazionale che maggiormente hanno sviluppato una vocazione per l'allevamento del cavallo Comano (MS), Monchio delle Corti (PR), Ramiseto (RE), anche alla tradizione dell'allevamento del cavallo in questi territori sarà dedicata la Porta dei Cavalieri.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Passo del Lagastrello (Comano)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa alla porta ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

90.000,00 € per la realizzazione delle opere e degli allestimenti funzionali alla Porta

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti previsti dalla Porta

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione della “porta” da parte di turisti e visitatori

TITOLO PROGETTO

Porta della Verrucola

Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

La realizzazione delle “Porte del Parco” invita a leggere il territorio, permettendo di riconoscere ed apprezzare le varie emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche presenti. Le “Porte del Parco” offrono aree di sosta, spazi di servizio ai turisti ed ai visitatori, e li informano in tempo reale nel momento del passaggio e li indirizzano in un percorso di conoscenza del territorio di cui diventano elementi di lettura e segni di riconoscimento. Con “Porta del Parco” intendiamo uno spazio di sosta/informazione da realizzare in modo coordinato presso punti panoramici, emergenze naturalistiche e culturali e lungo le principali strade di accesso al Parco. Alcune porte inoltre dispongono di spazi interni per attività didattiche, associative e/o museali. Le Porte dell’Appennino Reggiano, ciascuna caratterizzata da un proprio nome, dovranno essere rese evidenti ai visitatori che entrano nel territorio mediante un elemento caratterizzante ed appariscente seppur in armonia con il paesaggio (una bandiera, una forma, un installazione artistica...). Le Porte del Parco devono prevedere la possibilità di sosta sicura per alcune auto, approvvigionamento di acqua potabile, tavoli con panchine e cestini per rifiuti, illuminazione notturna, totem/bacheche riportanti planimetria di tutto il Parco e focus sulla zona specifica, informazioni sul territorio circostante, descrizione dei principali itinerari della zona, numeri utili/orari, regole da rispettare nel Parco, spazio vuoto per informazioni in merito alla programmazione di attività ricreative culturali della

stagione in corso e comunicazioni. In alcuni casi, ovvero dove vi sono le condizioni tecniche e non in prossimità di campeggi le “Porte” offriranno la possibilità di sosta attrezzata anche ad alcuni camper.

La Porta della Verrucola verrà posizionata ai piedi dell’omonima fortezza presso il piazzale in cui sostano i turisti. La Porta del Parco si rivolgerà ai molti visitatori della fortezza presentando loro il “vicino” Parco Nazionale e promuovendo possibili itinerari e approfondimenti con particolare riferimento alle opportunità escursionistiche e di approfondimenti didattico - naturalistico offerte dalla Riserva dell’Orecchiella (facilmente raggiungibile a piedi o in mountain bike attraverso una strada forestale). La Porta del Parco ovviamente si concentrerà sul valore storico ed architettonico della fortezza della Verrucola, completando l’offerta informativa già presente, focalizzandosi soprattutto sugli aspetti della presenza degli Este in Garfagnana e sul territorio del Parco nazionale. La Porta valorizzerà anche un complesso di gradevoli strutture (tre piccoli mulini, la casa del mugnaio ed alcuni annessi agricoli) in diretto rapporto visivo e viario con la fortezza della Verrucola, presso cui il Comune di San Romano in Garfagnana ha organizzato interventi a scopo didattico (riattivazione di uno dei mulini) ed informativo sugli aspetti storico-territoriali del territorio con particolare riferimento alla viabilità storica, all’economia dell’area, alla transumanza, alle attività agricole.

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

San Romano in Garfagnana

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL’INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa alla porta ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

70.000,00 € per la realizzazione delle opere e degli allestimenti funzionali alla Porta

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti previsti dalla Porta

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequenzamento della “porta” da parte di turisti e visitatori

TITOLO PROGETTO

Porta della Pania

Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

La realizzazione delle “Porte del Parco” invita a leggere il territorio, permettendo di riconoscere ed apprezzare le varie emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche presenti. Le “Porte del Parco” offrono aree di sosta, spazi di servizio ai turisti ed ai visitatori, e li informano in tempo reale nel momento del passaggio e li indirizzano in un percorso di conoscenza del territorio di cui diventano elementi di lettura e segni di riconoscimento. Con “Porta del Parco” intendiamo uno spazio di sosta/informazione da realizzare in modo coordinato presso punti panoramici, emergenze naturalistiche e culturali e lungo le principali strade di accesso al Parco. Alcune porte inoltre dispongono di spazi interni per attività didattiche, associative e/o museali. Le Porte dell’Appennino Reggiano, ciascuna caratterizzata da un proprio nome, dovranno essere rese evidenti ai visitatori che entrano nel territorio mediante un elemento caratterizzante ed appariscente seppur in armonia con il paesaggio (una bandiera, una forma, un installazione artistica...). Le Porte del Parco devono prevedere la possibilità di sosta sicura per alcune auto, approvvigionamento di acqua potabile, tavoli con panchine e cestini per rifiuti, illuminazione notturna, totem/bacheche riportanti planimetria di tutto il Parco e focus sulla zona specifica, informazioni sul territorio circostante, descrizione dei principali itinerari della zona, numeri utili/orari, regole da rispettare nel Parco, spazio vuoto per informazioni in merito alla programmazione di attività ricreative culturali della

stagione in corso e comunicazioni. In alcuni casi, ovvero dove vi sono le condizioni tecniche e non in prossimità di campeggi le “Porte” offriranno la possibilità di sosta attrezzata anche ad alcuni camper.

Posizionata lungo la strada provinciale del Passo delle Radici nei pressi del borgo di Sassorosso, la Porta del Parco offre una suggestiva visione della Pania di Corfino e delle Alpi Apuane. La strada provinciale è percorsa da significativi flussi turistici che percorrono la direttrice Modena – Lucca o che sono diretti al panoramico, e ricco di storia, Passo di San Pellegrino in Alpe.

La Porta della Pania si rivolge a questi flussi cercando di intercettarne l’attenzione e proponendo itinerari per visitare le emergenze naturali e culturali della parte più orientale del Parco nazionale dell’Appennino tosco-emiliano. La porta sarà dedicata a valorizzare sia l’unicità della Pania di Corfino nell’ambito del complesso appenninico del Parco, sia le possibili relazioni con il Parco regionale del “Frignano” e con il Parco regionale delle Apuane nell’ottica della promozione dei Parchi di mare e di Appennino.

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

Villacollemantina

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL’INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL’INTERVENTO

Principalmente l’area limitrofa alla porta ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

60.000,00 € per la realizzazione delle opere e degli allestimenti funzionali alla Porta

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti previsti dalla Porta

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequenzamento della “porta” da parte di turisti e visitatori

TITOLO PROGETTO

Porta dei pellegrini

Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

La realizzazione delle “Porte del Parco” invita a leggere il territorio, permettendo di riconoscere ed apprezzare le varie emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche presenti. Le “Porte del Parco” offrono aree di sosta, spazi di servizio ai turisti ed ai visitatori, e li informano in tempo reale nel momento del passaggio e li indirizzano in un percorso di conoscenza del territorio di cui diventano elementi di lettura e segni di riconoscimento. Con “Porta del Parco” intendiamo uno spazio di sosta/informazione da realizzare in modo coordinato presso punti panoramici, emergenze naturalistiche e culturali e lungo le principali strade di accesso al Parco. Alcune porte inoltre dispongono di spazi interni per attività didattiche, associative e/o museali. Le Porte dell’Appennino Reggiano, ciascuna caratterizzata da un proprio nome, dovranno essere rese evidenti ai visitatori che entrano nel territorio mediante un elemento caratterizzante ed appariscente seppur in armonia con il paesaggio (una bandiera, una forma, un installazione artistica...). Le Porte del Parco devono prevedere la possibilità di sosta sicura per alcune auto, approvvigionamento di acqua potabile, tavoli con panchine e cestini per rifiuti, illuminazione notturna, totem/bacheche riportanti planimetria di tutto il Parco e focus sulla zona specifica, informazioni sul territorio circostante, descrizione dei principali itinerari della zona, numeri utili/orari, regole da rispettare nel Parco, spazio vuoto per informazioni in merito alla programmazione di attività ricreative culturali della

stagione in corso e comunicazioni. In alcuni casi, ovvero dove vi sono le condizioni tecniche e non in prossimità di campeggi le “Porte” offriranno la possibilità di sosta attrezzata anche ad alcuni camper.

Posizionata a Marra (Corniglio - PR) questa porta rappresenta l'ingresso Ovest del Parco Nazionale ed è posizionata sulla strada che percorre chi è uscito al casello Autostradale di Berceto sulla A15 e valorizzerà prevalentemente le emergenze dell'area dell'alto Appennino parmense le possibilità offerte dal Parco in termini di percorsi storici e di “pellegrinaggio” a partire dalla vicina Via Francigena.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Marra - Corniglio

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa alla porta ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

80.000,00 € per la realizzazione delle opere e degli allestimenti funzionali alla Porta

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti previsti dalla Porta

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequenzazione della “porta” da parte di turisti e visitatori

TITOLO PROGETTO

Porta dei Laghi

Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

La realizzazione delle “Porte del Parco” invita a leggere il territorio, permettendo di riconoscere ed apprezzare le varie emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche presenti. Le “Porte del Parco” offrono aree di sosta, spazi di servizio ai turisti ed ai visitatori, e li informano in tempo reale nel momento del passaggio e li indirizzano in un percorso di conoscenza del territorio di cui diventano elementi di lettura e segni di riconoscimento. Con “Porta del Parco” intendiamo uno spazio di sosta/informazione da realizzare in modo coordinato presso punti panoramici, emergenze naturalistiche e culturali e lungo le principali strade di accesso al Parco. Alcune porte inoltre dispongono di spazi interni per attività didattiche, associative e/o museali. Le Porte dell’Appennino Reggiano, ciascuna caratterizzata da un proprio nome, dovranno essere rese evidenti ai visitatori che entrano nel territorio mediante un elemento caratterizzante ed appariscente seppur in armonia con il paesaggio (una bandiera, una forma, un installazione artistica...). Le Porte del Parco devono prevedere la possibilità di sosta sicura per alcune auto, approvvigionamento di acqua potabile, tavoli con panchine e cestini per rifiuti, illuminazione notturna, totem/bacheche riportanti planimetria di tutto il Parco e focus sulla zona specifica, informazioni sul territorio circostante, descrizione dei principali itinerari della zona, numeri utili/orari, regole da rispettare nel Parco, spazio vuoto per informazioni in merito alla programmazione di attività ricreative culturali della

stagione in corso e comunicazioni. In alcuni casi, ovvero dove vi sono le condizioni tecniche e non in prossimità di campeggi le “Porte” offriranno la possibilità di sosta attrezzata anche ad alcuni camper.

Posizionata a Collanizza - Monchio delle Corti, valorizzerà il crinale appenninico parmense ed il sistema di laghi e torbiere che lo caratterizzano, nonché le correlazioni con il Parco regionale dei Cento Laghi e più in generale le emergenze dell’Alta Val Parma e Cedra.

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

Collanizza Monchio delle Corti

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL’INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL’INTERVENTO

Principalmente l’area limitrofa alla porta ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

80.000,00 € per la realizzazione delle opere e degli allestimenti funzionali alla Porta

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti previsti dalla Porta

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione della “porta” da parte di turisti e visitatori

TITOLO PROGETTO

Porta di Pradarena

Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

La realizzazione delle “Porte del Parco” invita a leggere il territorio, permettendo di riconoscere ed apprezzare le varie emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche presenti. Le “Porte del Parco” offrono aree di sosta, spazi di servizio ai turisti ed ai visitatori, e li informano in tempo reale nel momento del passaggio e li indirizzano in un percorso di conoscenza del territorio di cui diventano elementi di lettura e segni di riconoscimento. Con “Porta del Parco” intendiamo uno spazio di sosta/informazione da realizzare in modo coordinato presso punti panoramici, emergenze naturalistiche e culturali e lungo le principali strade di accesso al Parco. Alcune porte inoltre dispongono di spazi interni per attività didattiche, associative e/o museali. Le Porte dell’Appennino Reggiano, ciascuna caratterizzata da un proprio nome, dovranno essere rese evidenti ai visitatori che entrano nel territorio mediante un elemento caratterizzante ed appariscente seppur in armonia con il paesaggio (una bandiera, una forma, un installazione artistica...). Le Porte del Parco devono prevedere la possibilità di sosta sicura per alcune auto, approvvigionamento di acqua potabile, tavoli con panchine e cestini per rifiuti, illuminazione notturna, totem/bacheche riportanti planimetria di tutto il Parco e focus sulla zona specifica, informazioni sul territorio circostante, descrizione dei principali itinerari della zona, numeri utili/orari, regole da rispettare nel Parco, spazio vuoto per informazioni in merito alla programmazione di attività ricreative culturali della

stagione in corso e comunicazioni. In alcuni casi, ovvero dove vi sono le condizioni tecniche e non in prossimità di campeggi le “Porte” offriranno la possibilità di sosta attrezzata anche ad alcuni camper.

Posizionata presso il Passo di Pradarena la porta valorizzerà la connessione tra l’alta val Dolo e la Garfagnana, oltre a tutte le potenzialità naturalistiche ed escursionistiche di quella porzione di crinale.

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

Passo di Pradarena - Ligonchio

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL’INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL’INTERVENTO

Principalmente l’area limitrofa alla porta ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

60.000,00 € per la realizzazione delle opere e degli allestimenti funzionali alla Porta

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti previsti dalla Porta

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione della “porta” da parte di turisti e visitatori

TITOLO PROGETTO

Porta dei Tornini

Spazio di sosta/informazione di accesso al Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

La realizzazione delle “Porte del Parco” invita a leggere il territorio, permettendo di riconoscere ed apprezzare le varie emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche presenti. Le “Porte del Parco” offrono aree di sosta, spazi di servizio ai turisti ed ai visitatori, e li informano in tempo reale nel momento del passaggio e li indirizzano in un percorso di conoscenza del territorio di cui diventano elementi di lettura e segni di riconoscimento. Con “Porta del Parco” intendiamo uno spazio di sosta/informazione da realizzare in modo coordinato presso punti panoramici, emergenze naturalistiche e culturali e lungo le principali strade di accesso al Parco. Alcune porte inoltre dispongono di spazi interni per attività didattiche, associative e/o museali. Le Porte dell’Appennino Reggiano, ciascuna caratterizzata da un proprio nome, dovranno essere rese evidenti ai visitatori che entrano nel territorio mediante un elemento caratterizzante ed appariscente seppur in armonia con il paesaggio (una bandiera, una forma, un installazione artistica...). Le Porte del Parco devono prevedere la possibilità di sosta sicura per alcune auto, approvvigionamento di acqua potabile, tavoli con panchine e cestini per rifiuti, illuminazione notturna, totem/bacheche riportanti planimetria di tutto il Parco e focus sulla zona specifica, informazioni sul territorio circostante, descrizione dei principali itinerari della zona, numeri utili/orari, regole da rispettare nel Parco,

spazio vuoto per informazioni in merito alla programmazione di attività ricreative culturali della stagione in corso e comunicazioni. In alcuni casi, ovvero dove vi sono le condizioni tecniche e non in prossimità di campeggi le “Porte” offriranno la possibilità di sosta attrezzata anche ad alcuni camper.

La Porta dei Tornini, posizionata attorno ad una arcata in pietra nei pressi del borgo di Iera valorizzerà l'accesso al crinale sud-occidentale del Parco, attraverso l'omonima strada dei Tornini.

La Porta dei Tornini valorizzerà anche l'adiacente sito archeologico.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Iera – Bagnone (MS)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa alla porta ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

50.000,00 € per la realizzazione delle opere e degli allestimenti funzionali alla Porta

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti previsti dalla Porta

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequenzazione della “porta” da parte di turisti e visitatori

TITOLO PROGETTO

Summer School di Corniglio

Corsi di alta formazione universitaria e professionale nel Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

b. Realizzare iniziative di carattere pedagogico e scientifico in grado di attrarre turismo scolastico (di ogni ordine e grado) e promuovere percorsi di educazione ambientale, approfondimento e ricerca scientifica che prevedano il soggiorno e la relazione con il territorio.

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

Il Parco nazionale ha realizzato, presso la Ex-Colonia Montana di Corniglio (PR), una Summer School per ospitare master e corsi di Università di tutta Italia. Il territorio del Parco offre infatti un eccezionale laboratorio all'aria aperta di interesse naturalistico, paesaggistico, storico-culturale e sportivo. In particolare il progetto consiste nell'organizzazione di un "cartellone" di eventi da realizzarsi in collaborazione con le Università presso la Ex Colonia Montana di Corniglio (PR). Gli eventi consistono in seminari, workshop, corsi di formazione, master, lezioni e corsi di docenti universitari, corsi di specializzazione, laboratori per studenti universitari, giornate di studio, ...

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Ex Colonia Montana di Corniglio (PR)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Nessuna correlazione diretta

RISULTATI ATTESI

Aumento della ricettività turistica

Realizzazione di progetti di ricerca sul territorio in collaborazione con le Università e gli Istituti di ricerca

Organizzazione di momenti di cultura scientifica sul territorio

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Studenti universitari, ricercatori, dottorandi

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area parmense del Parco, ma più in generale l'intero territorio del Parco per la ricerca scientifica

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Università e Istituti di Ricerca

Scuole

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Tra i 40.000 € ed 20.000 € all'anno per l'organizzazione e l'animazione delle summer school

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Non prevedibili

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Numero di summer school organizzate presso la Ex Colonia Montana di Corniglio (PR)

Numero di Università/Facoltà/Corsi di Laurea coinvolti

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di partecipanti alle summer school organizzate

Numero di articoli/pubblicazioni scientifiche sui temi trattati

Aumento delle ricettività in coincidenza delle summer school

TITOLO PROGETTO

Merchandising del Parco

Promozione del territorio attraverso la vendita di gadget personalizzati

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

Il progetto intende realizzare un catalogo di prodotti diversificati per il merchandising del Parco da vendere presso operatori economici del territorio e non. In particolare si intendono realizzare gadget, capi di abbigliamento, attrezzature tecniche, borse e zaini... identificati attraverso il logo del Parco e immagini appositamente studiate.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Intero territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Altri progetti di marketing territoriale del Parco

RISULTATI ATTESI

Incremento della diffusione del logo, dell'immagine e del brand del Parco

Offrire ai servizi commerciali del territorio un'occasione di reddito

Incassare risorse da destinare ad altri progetti

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici e commerciali

Parco

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Intero territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Investimento iniziale variabile tra i 50.000,00 ed 75.000,00 ma interamente ammortizzabile con la vendita dei prodotti.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Sponsorizzazioni da parte di aziende private

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione del catalogo di merchandising

Numero di prodotti realizzati

Numero di esercizi convenzionati per la vendita

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di prodotti venduti

Utile generato per il territorio

Ricavo per il parco per sostenere altri progetti

TITOLO PROGETTO

Promo-artigianato

Favorire l'utilizzo dell'artigianato locale come strumento di Merchandising

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

b. Facilitare la nascita di nuove imprese (preferibilmente composte da giovani, donne, e/o da soggetti diversamente abili) e lo sviluppo/innovazione di quelle esistenti nei settori turismo, commercio, servizi alla persona ed alle famiglie.

e. Creare le condizioni e favorire l'insediamento di persone provenienti per lo più da ambiti metropolitani in cerca di “un maggior qualità della vita” ed in grado di mettere a disposizione del territorio risorse economiche ed esperienze professionali qualificate.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

L'artigianato tradizionale è diffuso nei territori del Parco con caratteristiche e tipologie differenti. Negli ultimi decenni si è però assistito ad un calo delle botteghe artigiane ed in alcuni casi alla perdita di saperi e tradizioni.

L'artigianato tradizionale può e deve essere tra i valori che il Parco tutela e propone a turisti e residenti, sia perché offre chiavi di lettura autentiche e suggestive del territorio, sia perché spesso queste tradizioni sono strettamente correlate anche al mantenimento di ecosistemi o alla presenza stessa dell'uomo in alcuni ambiti territoriali.

L'artigianato tradizionale può trovare nella “marca” del Parco nazionale non solo un'importante vetrina, ma potrebbe anche divenirne uno strumento di promozione.

Con riferimento all'esperienza pilota di Licciana Nardi, il parco attraverso questo progetto selezionerà e stimolerà gli artigiani locali a realizzare produzioni tradizionali (limitate e di qualità) personalizzate per il Parco stesso.

Questa gamma di prodotti artigianali del Parco verrà affiancata al catalogo “classico” del merchandising ed inserita nella stessa rete commerciale con il sostegno del Parco.

Nell'ambito dello stesso progetto verranno anche organizzati dei corsi di formazione professionale per favorire il recupero di vecchi mestieri ed arti

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Merchandising del Parco

Centri visita

Punti info

RISULTATI ATTESI

Incremento della produzione di artigianato tradizionale.

Creazione di nuove botteghe artigiana artistiche nel territorio del parco.

Caratterizzare l'offerta territoriale turistica con aspetti distintivi e peculiari del territorio.

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Artigiani tradizionali

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

CCIAA

Associazioni di Categoria

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

30.000,00 € per il merchandising e 15.000,00 per i corsi di formazione

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Fund raising privato per il merchandising

Fondi provinciali per la formazione professionale per i corsi

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Numero di prodotti di artigianato locale tradizionale inseriti nel catalogo di merchandising del parco

Numero di partecipanti ai corsi di formazione

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

fatturato derivante dalla vendita di artigianato locale tradizionale attraverso il catalogo di merchandising del parco

aumento di botteghe artigiane tradizionali nel territorio del Parco

TITOLO PROGETTO

Centro Visita a Pontecchio

Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.

STATO DI ATTUAZIONE

Completato ma necessita di integrazioni

SINTESI

Centri visita” del Parco nazionale sono da attivare presso i principali luoghi di attrazione turistica del Parco, caratterizzati da una diffusa notorietà e frequentazione. La logica che il Parco ha deciso di portare avanti è quella di realizzare i centri visita in strutture ricettive che siano già esistenti e funzionanti, e di regolare la collaborazione tra ente, gestori e proprietari tramite una convenzione e un allegato tecnico, che andrà a definire gli interventi necessari per attrezzare ogni struttura scelta e renderla idonea a diventare un centro visita. La presenza del Parco all’interno di questi alberghi, bar e ristoranti coinciderà con un miglioramento e un’evoluzione degli stessi dal punto di vista dell’aspetto ma anche delle attrezzature, allo scopo di meglio rappresentare il Parco ma anche e soprattutto per creare le condizioni più favorevoli a una crescita delle presenze e delle potenzialità connesse ad ogni singolo centro, che è e deve rimanere anche un’attività di impresa. L’apporto di ognuno dei gestori delle strutture, che sarà definito dalle convenzioni, è fondamentale per la riuscita dell’intera rete dei centri visita del Parco che si verrà a creare, e il cui funzionamento sarà una grande opportunità per questo territorio. Le soluzioni progettuali saranno definite con la partecipazione di tutti gli attori della convenzione, e saranno effettuati sopralluoghi e incontri per meglio definire l’intervento e le sue modalità. L’intervento consisterà nella maggior parte dei casi in una rilettura di quanto già esiste, un miglioramento e una sottolineatura di quanto già funziona e un intervento più o meno grande su quanto merita di essere rivisto. Le attrezzature tecnologiche (lettore dvd, computer, dotazioni per sale convegni) saranno portate per tutti i centri allo stesso livello. Sulla base di una prima proposta progettuale si valuterà, insieme a tutti i firmatari della convenzione, quali dei punti indicati dalle linee guida portare avanti e secondo quali modalità attuare la convenzione. Ci saranno centri visita in cui tutti i criteri indicati saranno soddisfatti perché si riterrà necessario intervenire massicciamente, altri nei quali si sceglierà di lavorare solo su alcuni elementi e infine altri ancora in cui l’intervento sarà minimo, perché la situazione in cui i locali si trovano sarà ritenuta ottimale. Il Parco si è dotato di linee guida per la realizzazione dei Centri visita affinché siano realizzati secondo una certa coerenza e riconoscibilità, e al tempo stesso permettere ad ognuna delle strutture che saranno scelte di mantenere la sua individualità. Le strutture scelte per ospitare i Centri Visita del Parco dovranno garantire l’ospitalità (mangiare e dormire) durante tutto l’anno ed in particolare nei periodi di maggiore frequentazione (festività, week-end). Il personale delle strutture prescelte, se necessario, sarà formato in modo da accogliere i visitatori e di interagire con essi (anche in lingua straniera) indipendentemente che questi si avvalgano dei servizi della struttura. I centri visita potranno anche vendere prodotti tipici di tutto il territorio del Parco (gli arredi ed i frigoriferi saranno forniti dal parco) mediante convenzioni con aziende agricole locali e tenere in conto-vendita materiale del Parco (libri, guide cartine e magliette, spille, zaini...). I Centri visita potranno anche fornire ai turisti (direttamente o in convenzione con altri soggetti) servizi di accompagnamento, didattica, noleggio di attrezzature sportive, mobilità. Tutti i centri visita agiranno in rete garantendo scambi di prenotazioni per favorire i trekking e gli spostamenti all’interno del Parco.

La scelta del Parco Nazionale in merito alla realizzazione dei propri Centri Visita è molto innovativa soprattutto per quanto ne riguarda la gestione. Tutti i servizi del Centro Visita (informazione, accoglienza, promozione, coordinamento, servizi di accompagnamento ed educazione ambientale...) saranno gestiti direttamente dal personale della struttura turistica ospitante e da altri soggetti specializzati convenzionati ad essa. Le modalità di svolgimento e la durata della gestione del Centro Visita da parte dei gestori della struttura turistica ospitante saranno concordate nell’ambito della convenzione con cui il Parco nazionale definirà gli interventi da realizzare su ciascuna struttura. Lo schema generale della convenzione è stato già approvato dal Consiglio

direttivo dell'Ente, ma prevede la possibilità di personalizzazione caso per caso. In merito ai Centri Visita oggetto di questo progetto il Parco nazionale ed i Comuni interessati hanno già attivato rapporti con alcuni gestori strutture turistiche idonee ad ospitare il centro visita.

Il Centro Visita in località Ponteccio (Giuncugnano) valorizzerà prevalentemente il patrimonio architettonico del Parco nazionale ed in particolare la tipologia dell'aia caratteristica del borgo di Ponteccio in cui quasi ogni casa ne possiede una. Questo centro visita inoltre si caratterizzerà per offrire informazione sugli aspetti culturali, storici, gastronomici e naturalistici dell'alta Garfagnana

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Locanda il Castagno - Ponteccio (Giuncugnano)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centri visita

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili;

Creare una rete diffusa di strutture ricettive dotate di strumentazioni, allestimenti e servizi che consentono al Ente Parco di organizzare efficacemente progetti di educazione ambientale o di altra natura;

Incrementare i flussi turistici nell'area limitrofa al centro visita

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa al centro visita ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Non quantificabile a priori, a seconda delle iniziative e dei nuovi interventi che si vogliono realizzare

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti necessari Centro Visita

Inaugurazione Centro Visita

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione del centro visita da parte di turisti e residenti

Presenze turistiche nell'area limitrofa al Centro Visita.

TITOLO PROGETTO

Centro Visita ad Apella

Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.

STATO DI ATTUAZIONE

Completato ma necessita di integrazioni

SINTESI

Centri visita” del Parco nazionale sono da attivare presso i principali luoghi di attrazione turistica del Parco, caratterizzati da una diffusa notorietà e frequentazione. La logica che il Parco ha deciso di portare avanti è quella di realizzare i centri visita in strutture ricettive che siano già esistenti e funzionanti, e di regolare la collaborazione tra ente, gestori e proprietari tramite una convenzione e un allegato tecnico, che andrà a definire gli interventi necessari per attrezzare ogni struttura scelta e renderla idonea a diventare un centro visita. La presenza del Parco all’interno di questi alberghi, bar e ristoranti coinciderà con un miglioramento e un’evoluzione degli stessi dal punto di vista dell’aspetto ma anche delle attrezzature, allo scopo di meglio rappresentare il Parco ma anche e soprattutto per creare le condizioni più favorevoli a una crescita delle presenze e delle potenzialità connesse ad ogni singolo centro, che è e deve rimanere anche un’attività di impresa. L’apporto di ognuno dei gestori delle strutture, che sarà definito dalle convenzioni, è fondamentale per la riuscita dell’intera rete dei centri visita del Parco che si verrà a creare, e il cui funzionamento sarà una grande opportunità per questo territorio. Le soluzioni progettuali saranno definite con la partecipazione di tutti gli attori della convenzione, e saranno effettuati sopralluoghi e incontri per meglio definire l’intervento e le sue modalità. L’intervento consisterà nella maggior parte dei casi in una rilettura di quanto già esiste, un miglioramento e una sottolineatura di quanto già funziona e un intervento più o meno grande su quanto merita di essere rivisto. Le attrezzature tecnologiche (lettore dvd, computer, dotazioni per sale convegni) saranno portate per tutti i centri allo stesso livello. Sulla base di una prima proposta progettuale si valuterà, insieme a tutti i firmatari della convenzione, quali dei punti indicati dalle linee guida portare avanti e secondo quali modalità attuare la convenzione. Ci saranno centri visita in cui tutti i criteri indicati saranno soddisfatti perché si riterrà necessario intervenire massicciamente, altri nei quali si sceglierà di lavorare solo su alcuni elementi e infine altri ancora in cui l’intervento sarà minimo, perché la situazione in cui i locali si trovano sarà ritenuta ottimale. Il Parco si è dotato di linee guida per la realizzazione dei Centri visita affinché siano realizzati secondo una certa coerenza e riconoscibilità, e al tempo stesso permettere ad ognuna delle strutture che saranno scelte di mantenere la sua individualità. Le strutture scelte per ospitare i Centri Visita del Parco dovranno garantire l’ospitalità (mangiare e dormire) durante tutto l’anno ed in particolare nei periodi di maggiore frequentazione (festività, week-end). Il personale delle strutture prescelte, se necessario, sarà formato in modo da accogliere i visitatori e di interagire con essi (anche in lingua straniera) indipendentemente che questi si avvalgano dei servizi della struttura. I centri visita potranno anche vendere prodotti tipici di tutto il territorio del Parco (gli arredi ed i frigoriferi saranno forniti dal parco) mediante convenzioni con aziende agricole locali e tenere in conto-vendita materiale del Parco (libri, guide cartine e magliette, spille, zaini...). I Centri visita potranno anche fornire ai turisti (direttamente o in convenzione con altri soggetti) servizi di accompagnamento, didattica, noleggio di attrezzature sportive, mobilità. Tutti i centri visita agiranno in rete garantendo scambi di prenotazioni per favorire i trekking e gli spostamenti all’interno del Parco.

La scelta del Parco Nazionale in merito alla realizzazione dei propri Centri Visita è molto innovativa soprattutto per quanto ne riguarda la gestione. Tutti i servizi del Centro Visita (informazione, accoglienza, promozione, coordinamento, servizi di accompagnamento ed educazione ambientale...) saranno gestiti direttamente dal personale della struttura turistica ospitante e da altri soggetti specializzati convenzionati ad essa. Le modalità di svolgimento e la durata della gestione del Centro Visita da parte dei gestori della struttura turistica ospitante saranno concordate nell’ambito della convenzione con cui il Parco nazionale definirà gli interventi da realizzare su ciascuna struttura. Lo schema generale della convenzione è stato già approvato dal Consiglio

direttivo dell’Ente, ma prevede la possibilità di personalizzazione caso per caso. In merito ai Centri Visita oggetto di questo progetto il Parco nazionale ed i Comuni interessati hanno già attivato rapporti con alcuni gestori strutture turistiche idonee ad ospitare il centro visita.

Il Centro Visita di Apella valorizzerà prevalentemente le vocazioni agricole del territorio del Parco nazionale, con particolare attenzione agli usi tradizionali ed alle produzioni tipiche soprattutto di quelle del versante toscano e della Lunigiana. Il centro visita valorizzerà anche le possibilità escursionistiche offerte del Trekking Lunigiana che passa per il Borgo di Apella e da lì prosegue per un lungo tratto (fino a Resti di Mommio nel Comune di Fivizzano) su territori limitrofi ed in stretta connessione con il Parco nazionale.

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

Agriturismo Montagna Verde - Apella (Licciana Nardi)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centri visita

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili;

Creare una rete diffusa di strutture ricettive dotate di strumentazioni, allestimenti e servizi che consentono al Ente Parco di organizzare efficacemente progetti di educazione ambientale o di altra natura;

Incrementare i flussi turistici nell’area limitrofa al centro visita

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL’INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL’INTERVENTO

Principalmente l’area limitrofa al centro visita ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Non quantificabile a priori, a seconda delle iniziative e dei nuovi interventi che si vogliono realizzare

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti necessari Centro Visita

Inaugurazione Centro Visita

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione del centro visita da parte di turisti e residenti

Presenze turistiche nell'area limitrofa al Centro Visita.

TITOLO PROGETTO

Centro Visita ai Prati di Logarghena

Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.

STATO DI ATTUAZIONE

Completamente da realizzare

SINTESI

Centri visita” del Parco nazionale sono da attivare presso i principali luoghi di attrazione turistica del Parco, caratterizzati da una diffusa notorietà e frequentazione. La logica che il Parco ha deciso di portare avanti è quella di realizzare i centri visita in strutture ricettive che siano già esistenti e funzionanti, e di regolare la collaborazione tra ente, gestori e proprietari tramite una convenzione e un allegato tecnico, che andrà a definire gli interventi necessari per attrezzare ogni struttura scelta e renderla idonea a diventare un centro visita. La presenza del Parco all’interno di questi alberghi, bar e ristoranti coinciderà con un miglioramento e un’evoluzione degli stessi dal punto di vista dell’aspetto ma anche delle attrezzature, allo scopo di meglio rappresentare il Parco ma anche e soprattutto per creare le condizioni più favorevoli a una crescita delle presenze e delle potenzialità connesse ad ogni singolo centro, che è e deve rimanere anche un’attività di impresa. L’apporto di ognuno dei gestori delle strutture, che sarà definito dalle convenzioni, è fondamentale per la riuscita dell’intera rete dei centri visita del Parco che si verrà a creare, e il cui funzionamento sarà una grande opportunità per questo territorio. Le soluzioni progettuali saranno definite con la partecipazione di tutti gli attori della convenzione, e saranno effettuati sopralluoghi e incontri per meglio definire l’intervento e le sue modalità. L’intervento consisterà nella maggior parte dei casi in una rilettura di quanto già esiste, un miglioramento e una sottolineatura di quanto già funziona e un intervento più o meno grande su quanto merita di essere rivisto. Le attrezzature tecnologiche (lettore dvd, computer, dotazioni per sale convegni) saranno portate per tutti i centri allo stesso livello. Sulla base di una prima proposta progettuale si valuterà, insieme a tutti i firmatari della convenzione, quali dei punti indicati dalle linee guida portare avanti e secondo quali modalità attuare la convenzione. Ci saranno centri visita in cui tutti i criteri indicati saranno soddisfatti perché si riterrà necessario intervenire massicciamente, altri nei quali si sceglierà di lavorare solo su alcuni elementi e infine altri ancora in cui l’intervento sarà minimo, perché la situazione in cui i locali si trovano sarà ritenuta ottimale. Il Parco si è dotato di linee guida per la realizzazione dei Centri visita affinché siano realizzati secondo una certa coerenza e riconoscibilità, e al tempo stesso permettere ad ognuna delle strutture che saranno scelte di mantenere la sua individualità. Le strutture scelte per ospitare i Centri Visita del Parco dovranno garantire l’ospitalità (mangiare e dormire) durante tutto l’anno ed in particolare nei periodi di maggiore frequentazione (festività, week-end). Il personale delle strutture prescelte, se necessario, sarà formato in modo da accogliere i visitatori e di interagire con essi (anche in lingua straniera) indipendentemente che questi si avvalgano dei servizi della struttura. I centri visita potranno anche vendere prodotti tipici di tutto il territorio del Parco (gli arredi ed i frigoriferi saranno forniti dal parco) mediante convenzioni con aziende agricole locali e tenere in conto-vendita materiale del Parco (libri, guide cartine e magliette, spille, zaini...). I Centri visita potranno anche fornire ai turisti (direttamente o in convenzione con altri soggetti) servizi di accompagnamento, didattica, noleggio di attrezzature sportive, mobilità. Tutti i centri visita agiranno in rete garantendo scambi di prenotazioni per favorire i trekking e gli spostamenti all’interno del Parco.

La scelta del Parco Nazionale in merito alla realizzazione dei propri Centri Visita è molto innovativa soprattutto per quanto ne riguarda la gestione. Tutti i servizi del Centro Visita (informazione, accoglienza, promozione, coordinamento, servizi di accompagnamento ed educazione ambientale...) saranno gestiti direttamente dal personale della struttura turistica ospitante e da altri soggetti specializzati convenzionati ad essa. Le modalità di svolgimento e la durata della gestione del Centro Visita da parte dei gestori della struttura turistica ospitante saranno concordate nell’ambito della convenzione con cui il Parco nazionale definirà gli interventi da realizzare su ciascuna struttura. Lo schema generale della convenzione è stato già approvato dal Consiglio

direttivo dell’Ente, ma prevede la possibilità di personalizzazione caso per caso. In merito ai Centri Visita oggetto di questo progetto il Parco nazionale ed i Comuni interessati hanno già attivato rapporti con alcuni gestori strutture turistiche idonee ad ospitare il centro visita.

Il Centro Visita ai prati di Logarghena valorizzerà prevalentemente le emergenze naturalistiche (botaniche e faunistiche) che caratterizzano l’area ed in particolar modo le aree umide ed i prati pascolo presenti concentrando la propria attenzione due temi della pastorizia e delle lavorazioni tipiche del formaggio e l’importanza che il protrarsi di questa pratica agricola ha anche in termini di conservazione degli habitat. Il Centro Visita promuoverà ovviamente anche i molti itinerari escursionistici che risalgono o costeggiano il ripido versante appenninico che sovrasta i prati di Logarghena.

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

Struttura da definire – Prati di Logarghena (Filattiera)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centri visita

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili;

Creare una rete diffusa di strutture ricettive dotate di strumentazioni, allestimenti e servizi che consentono al Ente Parco di organizzare efficacemente progetti di educazione ambientale o di altra natura;

Incrementare i flussi turistici nell’area limitrofa al centro visita

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL’INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa al centro visita ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

70.000,00 € per la realizzazione degli allestimenti funzionali ai servizi del Centro Visita, formazione del personale e piccoli adeguamenti strutturali.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti necessari Centro Visita

Inaugurazione Centro Visita

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione del centro visita da parte di turisti e residenti

Presenze turistiche nell'area limitrofa al Centro Visita.

TITOLO PROGETTO

Centro Visita al Passo di Lagastrello

Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Centri visita” del Parco nazionale sono da attivare presso i principali luoghi di attrazione turistica del Parco, caratterizzati da una diffusa notorietà e frequentazione. La logica che il Parco ha deciso di portare avanti è quella di realizzare i centri visita in strutture ricettive che siano già esistenti e funzionanti, e di regolare la collaborazione tra ente, gestori e proprietari tramite una convenzione e un allegato tecnico, che andrà a definire gli interventi necessari per attrezzare ogni struttura scelta e renderla idonea a diventare un centro visita. La presenza del Parco all’interno di questi alberghi, bar e ristoranti coinciderà con un miglioramento e un’evoluzione degli stessi dal punto di vista dell’aspetto ma anche delle attrezzature, allo scopo di meglio rappresentare il Parco ma anche e soprattutto per creare le condizioni più favorevoli a una crescita delle presenze e delle potenzialità connesse ad ogni singolo centro, che è e deve rimanere anche un’attività di impresa. L’apporto di ognuno dei gestori delle strutture, che sarà definito dalle convenzioni, è fondamentale per la riuscita dell’intera rete dei centri visita del Parco che si verrà a creare, e il cui funzionamento sarà una grande opportunità per questo territorio. Le soluzioni progettuali saranno definite con la partecipazione di tutti gli attori della convenzione, e saranno effettuati sopralluoghi e incontri per meglio definire l’intervento e le sue modalità. L’intervento consisterà nella maggior parte dei casi in una rilettura di quanto già esiste, un miglioramento e una sottolineatura di quanto già funziona e un intervento più o meno grande su quanto merita di essere rivisto. Le attrezzature tecnologiche (lettore dvd, computer, dotazioni per sale convegni) saranno portate per tutti i centri allo stesso livello. Sulla base di una prima proposta progettuale si valuterà, insieme a tutti i firmatari della convenzione, quali dei punti indicati dalle linee guida portare avanti e secondo quali modalità attuare la convenzione. Ci saranno centri visita in cui tutti i criteri indicati saranno soddisfatti perché si riterrà necessario intervenire massicciamente, altri nei quali si sceglierà di lavorare solo su alcuni elementi e infine altri ancora in cui l’intervento sarà minimo, perché la situazione in cui i locali si trovano sarà ritenuta ottimale. Il Parco si è dotato di linee guida per la realizzazione dei Centri visita affinché siano realizzati secondo una certa coerenza e riconoscibilità, e al tempo stesso permettere ad ognuna delle strutture che saranno scelte di mantenere la sua individualità. Le strutture scelte per ospitare i Centri Visita del Parco dovranno garantire l’ospitalità (mangiare e dormire) durante tutto l’anno ed in particolare nei periodi di maggiore frequentazione (festività, week-end). Il personale delle strutture prescelte, se necessario, sarà formato in modo da accogliere i visitatori e di interagire con essi (anche in lingua straniera) indipendentemente che questi si avvalgano dei servizi della struttura. I centri visita potranno anche vendere prodotti tipici di tutto il territorio del Parco (gli arredi ed i frigoriferi saranno forniti dal parco) mediante convenzioni con aziende agricole locali e tenere in conto-vendita materiale del Parco (libri, guide cartine e magliette, spille, zaini...). I Centri visita potranno anche fornire ai turisti (direttamente o in convenzione con altri soggetti) servizi di accompagnamento, didattica, noleggio di attrezzature sportive, mobilità. Tutti i centri visita agiranno in rete garantendo scambi di prenotazioni per favorire i trekking e gli spostamenti all’interno del Parco.

La scelta del Parco Nazionale in merito alla realizzazione dei propri Centri Visita è molto innovativa soprattutto per quanto ne riguarda la gestione. Tutti i servizi del Centro Visita (informazione, accoglienza, promozione, coordinamento, servizi di accompagnamento ed educazione ambientale...) saranno gestiti direttamente dal personale della struttura turistica ospitante e da altri soggetti specializzati convenzionati ad essa. Le modalità di svolgimento e la durata della gestione del Centro Visita da parte dei gestori della struttura turistica ospitante saranno concordate nell’ambito della convenzione con cui il Parco nazionale definirà gli interventi da realizzare su ciascuna struttura. Lo schema generale della convenzione è stato già approvato dal Consiglio

direttivo dell’Ente, ma prevede la possibilità di personalizzazione caso per caso. In merito ai Centri Visita oggetto di questo progetto il Parco nazionale ed i Comuni interessati hanno già attivato rapporti con alcuni gestori strutture turistiche idonee ad ospitare il centro visita.

Il Centro Visita al Passo di Lagastrello valorizzerà prevalentemente le opportunità escursionistiche (trekking, mountain bike, cavallo) che si diramano dal passo verso i due versanti. Il centro visita sarà caratterizzato dal tema del cavallo, fortemente radicato nella cultura dei 3 Comuni che si affacciano sul Passo, ma anche dal tema delle energie rinnovabili (idroelettrico ed eolico) che sul passo trovano evidenze e progettualità in corso.

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

Struttura da definire – Passo del Lagastrello (Comano)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centri visita

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili;

Creare una rete diffusa di strutture ricettive dotate di strumentazioni, allestimenti e servizi che consentono al Ente Parco di organizzare efficacemente progetti di educazione ambientale o di altra natura;

Incrementare i flussi turistici nell’area limitrofa al centro visita

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL’INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa al centro visita ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

70.000,00 € per la realizzazione degli allestimenti funzionali ai servizi del Centro Visita, formazione del personale e piccoli adeguamenti strutturali.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti necessari Centro Visita

Inaugurazione Centro Visita

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione del centro visita da parte di turisti e residenti

Presenze turistiche nell'area limitrofa al Centro Visita.

TITOLO PROGETTO

Centro Visita Pra di Lago

Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Centri visita” del Parco nazionale sono da attivare presso i principali luoghi di attrazione turistica del Parco, caratterizzati da una diffusa notorietà e frequentazione. La logica che il Parco ha deciso di portare avanti è quella di realizzare i centri visita in strutture ricettive che siano già esistenti e funzionanti, e di regolare la collaborazione tra ente, gestori e proprietari tramite una convenzione e un allegato tecnico, che andrà a definire gli interventi necessari per attrezzare ogni struttura scelta e renderla idonea a diventare un centro visita. La presenza del Parco all’interno di questi alberghi, bar e ristoranti coinciderà con un miglioramento e un’evoluzione degli stessi dal punto di vista dell’aspetto ma anche delle attrezzature, allo scopo di meglio rappresentare il Parco ma anche e soprattutto per creare le condizioni più favorevoli a una crescita delle presenze e delle potenzialità connesse ad ogni singolo centro, che è e deve rimanere anche un’attività di impresa. L’apporto di ognuno dei gestori delle strutture, che sarà definito dalle convenzioni, è fondamentale per la riuscita dell’intera rete dei centri visita del Parco che si verrà a creare, e il cui funzionamento sarà una grande opportunità per questo territorio. Le soluzioni progettuali saranno definite con la partecipazione di tutti gli attori della convenzione, e saranno effettuati sopralluoghi e incontri per meglio definire l’intervento e le sue modalità. L’intervento consisterà nella maggior parte dei casi in una rilettura di quanto già esiste, un miglioramento e una sottolineatura di quanto già funziona e un intervento più o meno grande su quanto merita di essere rivisto. Le attrezzature tecnologiche (lettore dvd, computer, dotazioni per sale convegni) saranno portate per tutti i centri allo stesso livello. Sulla base di una prima proposta progettuale si valuterà, insieme a tutti i firmatari della convenzione, quali dei punti indicati dalle linee guida portare avanti e secondo quali modalità attuare la convenzione. Ci saranno centri visita in cui tutti i criteri indicati saranno soddisfatti perché si riterrà necessario intervenire massicciamente, altri nei quali si sceglierà di lavorare solo su alcuni elementi e infine altri ancora in cui l’intervento sarà minimo, perché la situazione in cui i locali si trovano sarà ritenuta ottimale. Il Parco si è dotato di linee guida per la realizzazione dei Centri visita affinché siano realizzati secondo una certa coerenza e riconoscibilità, e al tempo stesso permettere ad ognuna delle strutture che saranno scelte di mantenere la sua individualità. Le strutture scelte per ospitare i Centri Visita del Parco dovranno garantire l’ospitalità (mangiare e dormire) durante tutto l’anno ed in particolare nei periodi di maggiore frequentazione (festività, week-end). Il personale delle strutture prescelte, se necessario, sarà formato in modo da accogliere i visitatori e di interagire con essi (anche in lingua straniera) indipendentemente che questi si avvalgano dei servizi della struttura. I centri visita potranno anche vendere prodotti tipici di tutto il territorio del Parco (gli arredi ed i frigoriferi saranno forniti dal parco) mediante convenzioni con aziende agricole locali e tenere in conto-vendita materiale del Parco (libri, guide cartine e magliette, spille, zaini...). I Centri visita potranno anche fornire ai turisti (direttamente o in convenzione con altri soggetti) servizi di accompagnamento, didattica, noleggio di attrezzature sportive, mobilità. Tutti i centri visita agiranno in rete garantendo scambi di prenotazioni per favorire i trekking e gli spostamenti all’interno del Parco.

La scelta del Parco Nazionale in merito alla realizzazione dei propri Centri Visita è molto innovativa soprattutto per quanto ne riguarda la gestione. Tutti i servizi del Centro Visita (informazione, accoglienza, promozione, coordinamento, servizi di accompagnamento ed educazione ambientale...) saranno gestiti direttamente dal personale della struttura turistica ospitante e da altri soggetti specializzati convenzionati ad essa. Le modalità di svolgimento e la durata della gestione del Centro Visita da parte dei gestori della struttura turistica ospitante saranno concordate nell’ambito della convenzione con cui il Parco nazionale definirà gli interventi da realizzare su ciascuna struttura. Lo schema generale della convenzione è stato già approvato dal Consiglio

direttivo dell'Ente, ma prevede la possibilità di personalizzazione caso per caso. In merito ai Centri Visita oggetto di questo progetto il Parco nazionale ed i Comuni interessati hanno già attivato rapporti con alcuni gestori strutture turistiche idonee ad ospitare il centro visita.

Il Centro Visita verrà realizzato presso il Parco Avventura Selva del Buffardello che è sito in antico bosco di due ettari e mezzo nel cuore della Garfagnana, nelle immediate vicinanze del Parco dell'Orecchiella con una vista mozzafiato sulle Alpi Apuane e sulla Fortezza delle Verrucole. La Selva del Buffardello è una delle mete di maggior attrazione turistica dell'alta Garfagnana e può quindi rappresentare un ottimo elemento informativo e di promozione per i vicini territori del Parco nazionale. La Selva del Buffardello nel 2007 è stato visitato da circa 8.000 persone. Il bacino di provenienza è costituito principalmente da Media Valle del Serchio, Lucchesia, Versilia e resto della Toscana, sponda emiliana dell'Appennino, Liguria.

Oltre alle attività puramente ricreative o a carattere naturalistico realizzabili grazie alle caratteristiche proprie dell'ambiente in cui il parco è costruito, è stato poi sviluppato un progetto di didattica archeologica per bambini e ragazzi con lo scopo di articolare anche in più giornate la permanenza di gruppi organizzati e scuole.

La Selva del Buffardello è inserita in una rete sentieristica costituita da vecchie strade interpoderali praticabili a piedi, in bicicletta o a cavallo: partendo dal borgo in Loc. Bacciano, posto a valle della frazione Villetta, in prossimità della medesima stazione ferroviaria (individuabile come possibile metà di trekkers e ciclisti), fino a raggiungere il Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano. Lungo l'intero percorso, è possibile incontrare importanti siti di interesse storico-culturale, tra cui il Borgo medievale della Sambuca, la chiesa di San Martino ed il SS. Crocifisso di Sillicagnana, la Fortezza ed i mulini delle Verrucole, fontane e lavatoi pubblici antichi, aie domestiche, punti in cui poter rivivere antiche tradizioni popolari come il “tiro della forma” in frazione Orzaglia, cooperative e aziende agricole per conoscere i prodotti locali come a Sillicagnana e Vibbiana, le centrali idroelettriche della Madonna del Bosco e di San Romano. Tale percorso può inoltre essere raggiunto partendo da Villa Collemandina (altro comune facente parte del Parco Nazionale) in direzione di Molino di Villa, dopo aver superato il lago di Villa Collemandina, si devia sulla sinistra passando per il piccolo borgo di Mozzanella sino a raggiungere la strada provinciale in direzione di San Romano.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Selva del Buffardello – Località Pra di Lago (San Romano in Garfagnana)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centri visita

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili;

Creare una rete diffusa di strutture ricettive dotate di strumentazioni, allestimenti e servizi che consentono al Ente Parco di organizzare efficacemente progetti di educazione ambientale o di altra natura;

Incrementare i flussi turistici nell'area limitrofa al centro visita

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa al centro visita ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

70.000,00 € per la realizzazione degli allestimenti funzionali ai servizi del Centro Visita, formazione del personale e piccoli adeguamenti strutturali.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti necessari Centro Visita

Inaugurazione Centro Visita

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione del centro visita da parte di turisti e residenti

Presenze turistiche nell'area limitrofa al Centro Visita.

TITOLO PROGETTO

Centro Visita Bismantova

Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

- b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.
- c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

- d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.
- j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;
- l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

- b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.

STATO DI ATTUAZIONE

Completamente da realizzare

SINTESI

Centri visita” del Parco nazionale sono da attivare presso i principali luoghi di attrazione turistica del Parco, caratterizzati da una diffusa notorietà e frequentazione. La logica che il Parco ha deciso di portare avanti è quella di realizzare i centri visita in strutture ricettive che siano già esistenti e funzionanti, e di regolare la collaborazione tra ente, gestori e proprietari tramite una convenzione e un allegato tecnico, che andrà a definire gli interventi necessari per attrezzare ogni struttura scelta e renderla idonea a diventare un centro visita. La presenza del Parco all’interno di questi alberghi, bar e ristoranti coinciderà con un miglioramento e un’evoluzione degli stessi dal punto di vista dell’aspetto ma anche delle attrezzature, allo scopo di meglio rappresentare il Parco ma anche e soprattutto per creare le condizioni più favorevoli a una crescita delle presenze e delle potenzialità connesse ad ogni singolo centro, che è e deve rimanere anche un’attività di impresa. L’apporto di ognuno dei gestori delle strutture, che sarà definito dalle convenzioni, è fondamentale per la riuscita dell’intera rete dei centri visita del Parco che si verrà a creare, e il cui funzionamento sarà una grande opportunità per questo territorio. Le soluzioni progettuali saranno definite con la partecipazione di tutti gli attori della convenzione, e saranno effettuati sopralluoghi e incontri per meglio definire l’intervento e le sue modalità. L’intervento consisterà nella maggior parte dei casi in una rilettura di quanto già esiste, un miglioramento e una sottolineatura di quanto già funziona e un intervento più o meno grande su quanto merita di essere rivisto. Le attrezzature tecnologiche (lettore dvd, computer, dotazioni per sale convegni) saranno portate per tutti i centri allo stesso livello. Sulla base di una prima proposta progettuale si valuterà, insieme a tutti i firmatari della convenzione, quali dei punti indicati dalle linee guida portare avanti e secondo quali modalità attuare la convenzione. Ci saranno centri visita in cui tutti i criteri indicati saranno soddisfatti perché si riterrà necessario intervenire massicciamente, altri nei quali si sceglierà di lavorare solo su alcuni elementi e infine altri ancora in cui l’intervento sarà minimo, perché la situazione in cui i locali si trovano sarà ritenuta ottimale. Il Parco si è dotato di linee guida per la realizzazione dei Centri visita affinché siano realizzati secondo una certa coerenza e riconoscibilità, e al tempo stesso permettere ad ognuna delle strutture che saranno scelte di mantenere la sua individualità. Le strutture scelte per ospitare i Centri Visita del Parco dovranno garantire l’ospitalità (mangiare e dormire) durante tutto l’anno ed in particolare nei periodi di maggiore frequentazione (festività, week-end). Il personale delle strutture prescelte, se necessario, sarà formato in modo da accogliere i visitatori e di interagire con essi (anche in lingua straniera) indipendentemente che questi si avvalgano dei servizi della struttura. I centri visita potranno anche vendere prodotti tipici di tutto il territorio del Parco (gli arredi ed i frigoriferi saranno forniti dal parco) mediante convenzioni con aziende agricole locali e tenere in conto-vendita materiale del Parco (libri, guide cartine e magliette, spille, zaini...). I Centri visita potranno anche fornire ai turisti (direttamente o in convenzione con altri soggetti) servizi di accompagnamento, didattica, noleggio di attrezzature sportive, mobilità. Tutti i centri visita agiranno in rete garantendo scambi di prenotazioni per favorire i trekking e gli spostamenti all’interno del Parco.

La scelta del Parco Nazionale in merito alla realizzazione dei propri Centri Visita è molto innovativa soprattutto per quanto ne riguarda la gestione. Tutti i servizi del Centro Visita (informazione, accoglienza, promozione, coordinamento, servizi di accompagnamento ed educazione ambientale...) saranno gestiti direttamente dal personale della struttura turistica ospitante e da altri soggetti specializzati convenzionati ad essa. Le modalità di svolgimento e la durata della gestione del Centro Visita da parte dei gestori della struttura turistica ospitante saranno concordate nell’ambito della convenzione con cui il Parco nazionale definirà gli interventi da realizzare su ciascuna struttura. Lo schema generale della convenzione è stato già approvato dal Consiglio

direttivo dell'Ente, ma prevede la possibilità di personalizzazione caso per caso. In merito ai Centri Visita oggetto di questo progetto il Parco nazionale ed i Comuni interessati hanno già attivato rapporti con alcuni gestori strutture turistiche idonee ad ospitare il centro visita.

Per la sua straordinaria posizione, a ridosso della parete rocciosa della Pietra di Bismantova, immerso nelle foraggiere, dinanzi ad un vasto panorama del crinale Appenninico, lungo il sentiero che unisce la Pietra alla vale del Secchia ed ai Gessi Triassici, l'Agriturismo il Ginepro e l'antistante area attrezzata (parcheggio, area pic-nic e giochi per bambini) è una meta molto frequentata da turisti e visitatori, attratti anche dalla pregevole chiesetta di Sant'Appolinare di epoca medioevale il cui profilo è visibile da molti punti della strada che effettua il periplo della Pietra di Bismantova. Mediante una convenzione con la cooperativa sociale che gestisce l'agriturismo il Parco nazionale vuole sfruttare il potenziale turistico del luogo offrendo informazioni ai visitatori (in primis ai molti clienti del ristorante/locanda) sulle emergenze naturalistiche e culturali del Parco Nazionale ed in particolar modo sul paesaggio tipico della pendici della Pietra di Bismantova.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

l'Agriturismo il Ginepro nel Comune di Castelnovo ne Monti

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centri visita

Progetti di promozione e marketing territoriale

Cuore nel Parco -Camminare Bismantova

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili;

Creare una rete diffusa di strutture ricettive dotate di strumentazioni, allestimenti e servizi che consentono al Ente Parco di organizzare efficacemente progetti di educazione ambientale o di altra natura;

Incrementare i flussi turistici nell'area limitrofa al centro visita

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa al centro visita ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

70.000,00 € per la realizzazione degli allestimenti funzionali ai servizi del Centro Visita, formazione del personale e piccoli adeguamenti strutturali.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti necessari Centro Visita

Inaugurazione Centro Visita

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione del centro visita da parte di turisti e residenti

Presenze turistiche nell'area limitrofa al Centro Visita.

TITOLO PROGETTO

Centro Visita a Monchio delle Corti

Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Centri visita” del Parco nazionale sono da attivare presso i principali luoghi di attrazione turistica del Parco, caratterizzati da una diffusa notorietà e frequentazione. La logica che il Parco ha deciso di portare avanti è quella di realizzare i centri visita in strutture ricettive che siano già esistenti e funzionanti, e di regolare la collaborazione tra ente, gestori e proprietari tramite una convenzione e un allegato tecnico, che andrà a definire gli interventi necessari per attrezzare ogni struttura scelta e renderla idonea a diventare un centro visita. La presenza del Parco all’interno di questi alberghi, bar e ristoranti coinciderà con un miglioramento e un’evoluzione degli stessi dal punto di vista dell’aspetto ma anche delle attrezzature, allo scopo di meglio rappresentare il Parco ma anche e soprattutto per creare le condizioni più favorevoli a una crescita delle presenze e delle potenzialità connesse ad ogni singolo centro, che è e deve rimanere anche un’attività di impresa. L’apporto di ognuno dei gestori delle strutture, che sarà definito dalle convenzioni, è fondamentale per la riuscita dell’intera rete dei centri visita del Parco che si verrà a creare, e il cui funzionamento sarà una grande opportunità per questo territorio. Le soluzioni progettuali saranno definite con la partecipazione di tutti gli attori della convenzione, e saranno effettuati sopralluoghi e incontri per meglio definire l’intervento e le sue modalità. L’intervento consisterà nella maggior parte dei casi in una rilettura di quanto già esiste, un miglioramento e una sottolineatura di quanto già funziona e un intervento più o meno grande su quanto merita di essere rivisto. Le attrezzature tecnologiche (lettore dvd, computer, dotazioni per sale convegni) saranno portate per tutti i centri allo stesso livello. Sulla base di una prima proposta progettuale si valuterà, insieme a tutti i firmatari della convenzione, quali dei punti indicati dalle linee guida portare avanti e secondo quali modalità attuare la convenzione. Ci saranno centri visita in cui tutti i criteri indicati saranno soddisfatti perché si riterrà necessario intervenire massicciamente, altri nei quali si sceglierà di lavorare solo su alcuni elementi e infine altri ancora in cui l’intervento sarà minimo, perché la situazione in cui i locali si trovano sarà ritenuta ottimale. Il Parco si è dotato di linee guida per la realizzazione dei Centri visita affinché siano realizzati secondo una certa coerenza e riconoscibilità, e al tempo stesso permettere ad ognuna delle strutture che saranno scelte di mantenere la sua individualità. Le strutture scelte per ospitare i Centri Visita del Parco dovranno garantire l’ospitalità (mangiare e dormire) durante tutto l’anno ed in particolare nei periodi di maggiore frequentazione (festività, week-end). Il personale delle strutture prescelte, se necessario, sarà formato in modo da accogliere i visitatori e di interagire con essi (anche in lingua straniera) indipendentemente che questi si avvalgano dei servizi della struttura. I centri visita potranno anche vendere prodotti tipici di tutto il territorio del Parco (gli arredi ed i frigoriferi saranno forniti dal parco) mediante convenzioni con aziende agricole locali e tenere in conto-vendita materiale del Parco (libri, guide cartine e magliette, spille, zaini...). I Centri visita potranno anche fornire ai turisti (direttamente o in convenzione con altri soggetti) servizi di accompagnamento, didattica, noleggio di attrezzature sportive, mobilità. Tutti i centri visita agiranno in rete garantendo scambi di prenotazioni per favorire i trekking e gli spostamenti all’interno del Parco.

La scelta del Parco Nazionale in merito alla realizzazione dei propri Centri Visita è molto innovativa soprattutto per quanto ne riguarda la gestione. Tutti i servizi del Centro Visita (informazione, accoglienza, promozione, coordinamento, servizi di accompagnamento ed educazione ambientale...) saranno gestiti direttamente dal personale della struttura turistica ospitante e da altri soggetti specializzati convenzionati ad essa. Le modalità di svolgimento e la durata della gestione del Centro Visita da parte dei gestori della struttura turistica ospitante saranno concordate nell’ambito della convenzione con cui il Parco nazionale definirà gli interventi da realizzare su ciascuna struttura. Lo schema generale della convenzione è stato già approvato dal Consiglio

direttivo dell'Ente, ma prevede la possibilità di personalizzazione caso per caso. In merito ai Centri Visita oggetto di questo progetto il Parco nazionale ed i Comuni interessati hanno già attivato rapporti con alcuni gestori strutture turistiche idonee ad ospitare il centro visita.

L'abitato di Monchio delle Corti è passaggio obbligatorio per la maggior parte dei visitatori che intendono accedere al territorio parmense del Parco Nazionale o a quello del parco Regionale dei "Cento Laghi". Qui, proprio il Parco Regionale, intende realizzare la propria sede all'interno della quale, nell'ottica di multifunzionalità, si vuole collocare un punto informativo altamente tecnologico del Parco Nazionale che consenta ai visitatori di avere informazioni 24 ore su 24 sulle possibilità offerte e sulle emergenze naturalistiche e culturali di tutto il Parco ed in particolar modo dell'area parmense. La collocazione del centro visita del Parco Nazionale presso la sede del Parco Regionale nell'abitato di Monchio delle Corti ha inoltre la funzione di rafforzare i legami e la cooperazione tra i due Enti e di facilitare il processo di ingresso del Comune nel Parco Nazionale divenendo così uno sportello informativo ed un punto di contatto anche nei confronti dei residenti.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Sede del Parco regionale dei Cento Laghi – Monchio delle Corti

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centri visita

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili;

Creare una rete diffusa di strutture ricettive dotate di strumentazioni, allestimenti e servizi che consentono al Ente Parco di organizzare efficacemente progetti di educazione ambientale o di altra natura;

Incrementare i flussi turistici nell'area limitrofa al centro visita

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa al centro visita ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

50.000,00 € per la realizzazione degli allestimenti funzionali ai servizi del Centro Visita, formazione del personale e piccoli adeguamenti strutturali.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti necessari Centro Visita

Inaugurazione Centro Visita

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione del centro visita da parte di turisti e residenti

Presenze turistiche nell'area limitrofa al Centro Visita.

TITOLO PROGETTO

Centro Visita Pratizzano-Vallisnera

Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

- b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.
- c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

- d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.
- j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;
- l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

- b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Centri visita” del Parco nazionale sono da attivare presso i principali luoghi di attrazione turistica del Parco, caratterizzati da una diffusa notorietà e frequentazione. La logica che il Parco ha deciso di portare avanti è quella di realizzare i centri visita in strutture ricettive che siano già esistenti e funzionanti, e di regolare la collaborazione tra ente, gestori e proprietari tramite una convenzione e un allegato tecnico, che andrà a definire gli interventi necessari per attrezzare ogni struttura scelta e renderla idonea a diventare un centro visita. La presenza del Parco all’interno di questi alberghi, bar e ristoranti coinciderà con un miglioramento e un’evoluzione degli stessi dal punto di vista dell’aspetto ma anche delle attrezzature, allo scopo di meglio rappresentare il Parco ma anche e soprattutto per creare le condizioni più favorevoli a una crescita delle presenze e delle potenzialità connesse ad ogni singolo centro, che è e deve rimanere anche un’attività di impresa. L’apporto di ognuno dei gestori delle strutture, che sarà definito dalle convenzioni, è fondamentale per la riuscita dell’intera rete dei centri visita del Parco che si verrà a creare, e il cui funzionamento sarà una grande opportunità per questo territorio. Le soluzioni progettuali saranno definite con la partecipazione di tutti gli attori della convenzione, e saranno effettuati sopralluoghi e incontri per meglio definire l’intervento e le sue modalità. L’intervento consisterà nella maggior parte dei casi in una rilettura di quanto già esiste, un miglioramento e una sottolineatura di quanto già funziona e un intervento più o meno grande su quanto merita di essere rivisto. Le attrezzature tecnologiche (lettore dvd, computer, dotazioni per sale convegni) saranno portate per tutti i centri allo stesso livello. Sulla base di una prima proposta progettuale si valuterà, insieme a tutti i firmatari della convenzione, quali dei punti indicati dalle linee guida portare avanti e secondo quali modalità attuare la convenzione. Ci saranno centri visita in cui tutti i criteri indicati saranno soddisfatti perché si riterrà necessario intervenire massicciamente, altri nei quali si sceglierà di lavorare solo su alcuni elementi e infine altri ancora in cui l’intervento sarà minimo, perché la situazione in cui i locali si trovano sarà ritenuta ottimale. Il Parco si è dotato di linee guida per la realizzazione dei Centri visita affinché siano realizzati secondo una certa coerenza e riconoscibilità, e al tempo stesso permettere ad ognuna delle strutture che saranno scelte di mantenere la sua individualità. Le strutture scelte per ospitare i Centri Visita del Parco dovranno garantire l’ospitalità (mangiare e dormire) durante tutto l’anno ed in particolare nei periodi di maggiore frequentazione (festività, week-end). Il personale delle strutture prescelte, se necessario, sarà formato in modo da accogliere i visitatori e di interagire con essi (anche in lingua straniera) indipendentemente che questi si avvalgano dei servizi della struttura. I centri visita potranno anche vendere prodotti tipici di tutto il territorio del Parco (gli arredi ed i frigoriferi saranno forniti dal parco) mediante convenzioni con aziende agricole locali e tenere in conto-vendita materiale del Parco (libri, guide cartine e magliette, spille, zaini...). I Centri visita potranno anche fornire ai turisti (direttamente o in convenzione con altri soggetti) servizi di accompagnamento, didattica, noleggio di attrezzature sportive, mobilità. Tutti i centri visita agiranno in rete garantendo scambi di prenotazioni per favorire i trekking e gli spostamenti all’interno del Parco.

La scelta del Parco Nazionale in merito alla realizzazione dei propri Centri Visita è molto innovativa soprattutto per quanto ne riguarda la gestione. Tutti i servizi del Centro Visita (informazione, accoglienza, promozione, coordinamento, servizi di accompagnamento ed educazione ambientale...) saranno gestiti direttamente dal personale della struttura turistica ospitante e da altri soggetti specializzati convenzionati ad essa. Le modalità di svolgimento e la durata della gestione del Centro Visita da parte dei gestori della struttura turistica ospitante saranno concordate nell’ambito della convenzione con cui il Parco nazionale definirà gli interventi da realizzare su ciascuna struttura. Lo schema generale della convenzione è stato già approvato dal Consiglio

direttivo dell’Ente, ma prevede la possibilità di personalizzazione caso per caso. In merito ai Centri Visita oggetto di questo progetto il Parco nazionale ed i Comuni interessati hanno già attivato rapporti con alcuni gestori strutture turistiche idonee ad ospitare il centro visita.

Il rifugio Pratizzano, sull’omonimo passo, si trova in uno delle aree del territorio del Parco Nazionali di maggior pregio da un punto di vista paesaggistico e naturalistico. Si tratta di un luogo già fortemente caratterizzato da flussi turistici sia invernali in quanto è punto di partenza di una pista da sci di fondo, sia estivi in quanto gli ampi prati antistanti al rifugio offrono uno spazio accogliente per famiglie e gruppi sia perché il passo di Pratizzano è punto di partenza di molte escursioni di trekking, mountain-bike, equitazione. In merito all’equitazione va detto che l’area ha una vocazione storica a riguardo essendo stata per molto tempo sede di percorsi di cross-country ed il rifugio è tuttora attrezzato per la sosta il pernottamento dei cavalli.

Il rifugio Pratizzano ha tutte le caratteristiche per essere un perfetto Centro Visita del Parco teso a valorizzare le valenze naturali che caratterizzano il territorio circostante e a favorire le escursioni l’area del Ventasso e l’alta valle dei Cavalieri. Il rifugio tuttavia non dispone di un adeguato numero di camere per tanto il Centro Visita verrà realizzato non solo nell’ambito del Rifugio ma coinvolgendo il vicino borgo di Vallisnera, che si sviluppa con andamento lineare lungo i fianchi panoramici di una propaggine montuosa affacciata sulla val Liocca, nel quale verrà stimolata la realizzazione di un albergo diffuso tale da poter completare la richiesta di ricettività dell’area. Con albergo diffuso si intende lo sviluppo di affittacamere e bed&breakfast nel borgo in modo tale da garantire loro un’integrazione del reddito senza realizzare nuove infrastrutture e allo stesso tempo realizzando un’occasione di incontro, socialità e scambio tra residenti e turisti. La realizzazione di un albergo diffuso a Vallisnera riprende anche antica “tradizione ospitaliera” del borgo che in epoca medioevale costituiva l’ultimo “punto di appoggio” per coloro che scendevano in Lunigiana provenendo dal territorio reggiano. Di questa vocazione rimane forse traccia nella emblematica dedizione della chiesa parrocchiale a San Giacomo. La realizzazione del centro visita nel complesso Pratizzano – Vallisnera farà sì che rifugio e borgo stringano relazioni che, nonostante la vicinanza, ora non sono fortemente radicate (forse a causa della differenza di amministrazione comunale), promuovendo sinergie per il territorio. Il centro visita sarà realizzato pensando al complesso Pratizzano-Vallisnera come ad un unicum, non come alla somma di due distinte realtà.

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

Pratizzano Ramiseto – Vallisnera Collagna

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centri visita

Progetti di promozione e marketing territoriale

Neve Natura

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili;

Creare una rete diffusa di strutture ricettive dotate di strumentazioni, allestimenti e servizi che consentono al Ente Parco di organizzare efficacemente progetti di educazione ambientale o di altra natura;

Incrementare i flussi turistici nell'area limitrofa al centro visita

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa al centro visita ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

70.000,00 € per la realizzazione degli allestimenti funzionali ai servizi del Centro Visita, formazione del personale e piccoli adeguamenti strutturali.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti necessari Centro Visita

Inaugurazione Centro Visita

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione del centro visita da parte di turisti e residenti

Presenze turistiche nell'area limitrofa al Centro Visita.

ITOLO PROGETTO

Centro Visita Succiso

Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.

STATO DI ATTUAZIONE

Completato ma necessita di integrazioni

SINTESI

Centri visita” del Parco nazionale sono da attivare presso i principali luoghi di attrazione turistica del Parco, caratterizzati da una diffusa notorietà e frequentazione. La logica che il Parco ha deciso di portare avanti è quella di realizzare i centri visita in strutture ricettive che siano già esistenti e funzionanti, e di regolare la collaborazione tra ente, gestori e proprietari tramite una convenzione e un allegato tecnico, che andrà a definire gli interventi necessari per attrezzare ogni struttura scelta e renderla idonea a diventare un centro visita. La presenza del Parco all’interno di questi alberghi, bar e ristoranti coinciderà con un miglioramento e un’evoluzione degli stessi dal punto di vista dell’aspetto ma anche delle attrezzature, allo scopo di meglio rappresentare il Parco ma anche e soprattutto per creare le condizioni più favorevoli a una crescita delle presenze e delle potenzialità connesse ad ogni singolo centro, che è e deve rimanere anche un’attività di impresa. L’apporto di ognuno dei gestori delle strutture, che sarà definito dalle convenzioni, è fondamentale per la riuscita dell’intera rete dei centri visita del Parco che si verrà a creare, e il cui funzionamento sarà una grande opportunità per questo territorio. Le soluzioni progettuali saranno definite con la partecipazione di tutti gli attori della convenzione, e saranno effettuati sopralluoghi e incontri per meglio definire l’intervento e le sue modalità. L’intervento consisterà nella maggior parte dei casi in una rilettura di quanto già esiste, un miglioramento e una sottolineatura di quanto già funziona e un intervento più o meno grande su quanto merita di essere rivisto. Le attrezzature tecnologiche (lettore dvd, computer, dotazioni per sale convegni) saranno portate per tutti i centri allo stesso livello. Sulla base di una prima proposta progettuale si valuterà, insieme a tutti i firmatari della convenzione, quali dei punti indicati dalle linee guida portare avanti e secondo quali modalità attuare la convenzione. Ci saranno centri visita in cui tutti i criteri indicati saranno soddisfatti perché si riterrà necessario intervenire massicciamente, altri nei quali si sceglierà di lavorare solo su alcuni elementi e infine altri ancora in cui l’intervento sarà minimo, perché la situazione in cui i locali si trovano sarà ritenuta ottimale. Il Parco si è dotato di linee guida per la realizzazione dei Centri visita affinché siano realizzati secondo una certa coerenza e riconoscibilità, e al tempo stesso permettere ad ognuna delle strutture che saranno scelte di mantenere la sua individualità. Le strutture scelte per ospitare i Centri Visita del Parco dovranno garantire l’ospitalità (mangiare e dormire) durante tutto l’anno ed in particolare nei periodi di maggiore frequentazione (festività, week-end). Il personale delle strutture prescelte, se necessario, sarà formato in modo da accogliere i visitatori e di interagire con essi (anche in lingua straniera) indipendentemente che questi si avvalgano dei servizi della struttura. I centri visita potranno anche vendere prodotti tipici di tutto il territorio del Parco (gli arredi ed i frigoriferi saranno forniti dal parco) mediante convenzioni con aziende agricole locali e tenere in conto-vendita materiale del Parco (libri, guide cartine e magliette, spille, zaini...). I Centri visita potranno anche fornire ai turisti (direttamente o in convenzione con altri soggetti) servizi di accompagnamento, didattica, noleggio di attrezzature sportive, mobilità. Tutti i centri visita agiranno in rete garantendo scambi di prenotazioni per favorire i trekking e gli spostamenti all’interno del Parco.

La scelta del Parco Nazionale in merito alla realizzazione dei propri Centri Visita è molto innovativa soprattutto per quanto ne riguarda la gestione. Tutti i servizi del Centro Visita (informazione, accoglienza, promozione, coordinamento, servizi di accompagnamento ed educazione ambientale...) saranno gestiti direttamente dal personale della struttura turistica ospitante e da altri soggetti specializzati convenzionati ad essa. Le modalità di svolgimento e la durata della gestione del Centro Visita da parte dei gestori della struttura turistica ospitante saranno concordate nell’ambito della convenzione con cui il Parco nazionale definirà gli interventi da realizzare su ciascuna struttura. Lo schema generale della convenzione è stato già approvato dal Consiglio

direttivo dell’Ente, ma prevede la possibilità di personalizzazione caso per caso. In merito ai Centri Visita oggetto di questo progetto il Parco nazionale ed i Comuni interessati hanno già attivato rapporti con alcuni gestori strutture turistiche idonee ad ospitare il centro visita.

Il Centro Visita di Succiso nasce per valorizzare le emergenze naturalistiche, le opportunità escursionistiche e sportive (estive ed invernali), le produzioni agroalimentari tipiche e la cultura della raccolta dei frutti di bosco, dell’area dell’Alpe di Succiso e dell’alta valle dei Cavalieri.

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

Agriturismo Valle dei Cavalieri – Succiso (Ramiseto)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centri visita

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili;

Creare una rete diffusa di strutture ricettive dotate di strumentazioni, allestimenti e servizi che consentono al Ente Parco di organizzare efficacemente progetti di educazione ambientale o di altra natura;

Incrementare i flussi turistici nell’area limitrofa al centro visita

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL’INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL’INTERVENTO

Principalmente l’area limitrofa al centro visita ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Non quantificabile a priori, a seconda delle iniziative e dei nuovi interventi che si vogliono realizzare

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Non prevedibili

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti necessari Centro Visita

Inaugurazione Centro Visita

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione del centro visita da parte di turisti e residenti

Presenze turistiche nell'area limitrofa al Centro Visita.

TITOLO PROGETTO

Centro Visita presso la sede del parco di Sassalbo

Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

Presso la sede del Parco nazionale di Sassalbo si intende porre in essere le condizioni affinché, oltre alla gestione ordinaria dell'Ente, questa funga attività simili a quelle della rete dei Centri Visita (ad eccezione del pernottamento)

In particolare il centro visita presso la sede del Parco valorizzerà prevalentemente gli aspetti generali e le funzioni del Parco nazionale ma offrirà informazioni anche in merito ai molti percorsi escursionistici che partono dal borgo verso l'affioramento dei gessi triassici, verso il Passo del Cerreto e dell'Ospedalaccio (via dei Normanni), verso l'orto botanico di Frignoli, verso il trekking Lunigiana che attraversa l'abitato.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Sassalbo – Fivizzano

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centri visita

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili;

Creare una rete diffusa di strutture ricettive dotate di strumentazioni, allestimenti e servizi che consentono al Ente Parco di organizzare efficacemente progetti di educazione ambientale o di altra natura;

Incrementare i flussi turistici nell'area limitrofa al centro visita

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa al centro visita ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

70.000,00 € per la realizzazione degli allestimenti funzionali ai servizi del Centro Visita, formazione del personale e piccoli adeguamenti strutturali.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti necessari Centro Visita

Inaugurazione Centro Visita

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione del centro visita da parte di turisti e residenti

Presenze turistiche nell'area limitrofa al Centro Visita.

TITOLO PROGETTO

Centro Visita presso la Riserva dell'Orecchiella

Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.

STATO DI ATTUAZIONE

Completamente da realizzare

SINTESI

Centri visita” del Parco nazionale sono da attivare presso i principali luoghi di attrazione turistica del Parco, caratterizzati da una diffusa notorietà e frequentazione. La logica che il Parco ha deciso di portare avanti è quella di realizzare i centri visita in strutture ricettive che siano già esistenti e funzionanti, e di regolare la collaborazione tra ente, gestori e proprietari tramite una convenzione e un allegato tecnico, che andrà a definire gli interventi necessari per attrezzare ogni struttura scelta e renderla idonea a diventare un centro visita. La presenza del Parco all’interno di questi alberghi, bar e ristoranti coinciderà con un miglioramento e un’evoluzione degli stessi dal punto di vista dell’aspetto ma anche delle attrezzature, allo scopo di meglio rappresentare il Parco ma anche e soprattutto per creare le condizioni più favorevoli a una crescita delle presenze e delle potenzialità connesse ad ogni singolo centro, che è e deve rimanere anche un’attività di impresa. L’apporto di ognuno dei gestori delle strutture, che sarà definito dalle convenzioni, è fondamentale per la riuscita dell’intera rete dei centri visita del Parco che si verrà a creare, e il cui funzionamento sarà una grande opportunità per questo territorio. Le soluzioni progettuali saranno definite con la partecipazione di tutti gli attori della convenzione, e saranno effettuati sopralluoghi e incontri per meglio definire l’intervento e le sue modalità. L’intervento consisterà nella maggior parte dei casi in una rilettura di quanto già esiste, un miglioramento e una sottolineatura di quanto già funziona e un intervento più o meno grande su quanto merita di essere rivisto. Le attrezzature tecnologiche (lettore dvd, computer, dotazioni per sale convegni) saranno portate per tutti i centri allo stesso livello. Sulla base di una prima proposta progettuale si valuterà, insieme a tutti i firmatari della convenzione, quali dei punti indicati dalle linee guida portare avanti e secondo quali modalità attuare la convenzione. Ci saranno centri visita in cui tutti i criteri indicati saranno soddisfatti perché si riterrà necessario intervenire massicciamente, altri nei quali si sceglierà di lavorare solo su alcuni elementi e infine altri ancora in cui l’intervento sarà minimo, perché la situazione in cui i locali si trovano sarà ritenuta ottimale. Il Parco si è dotato di linee guida per la realizzazione dei Centri visita affinché siano realizzati secondo una certa coerenza e riconoscibilità, e al tempo stesso permettere ad ognuna delle strutture che saranno scelte di mantenere la sua individualità. Le strutture scelte per ospitare i Centri Visita del Parco dovranno garantire l’ospitalità (mangiare e dormire) durante tutto l’anno ed in particolare nei periodi di maggiore frequentazione (festività, week-end). Il personale delle strutture prescelte, se necessario, sarà formato in modo da accogliere i visitatori e di interagire con essi (anche in lingua straniera) indipendentemente che questi si avvalgano dei servizi della struttura. I centri visita potranno anche vendere prodotti tipici di tutto il territorio del Parco (gli arredi ed i frigoriferi saranno forniti dal parco) mediante convenzioni con aziende agricole locali e tenere in conto-vendita materiale del Parco (libri, guide cartine e magliette, spille, zaini...). I Centri visita potranno anche fornire ai turisti (direttamente o in convenzione con altri soggetti) servizi di accompagnamento, didattica, noleggio di attrezzature sportive, mobilità. Tutti i centri visita agiranno in rete garantendo scambi di prenotazioni per favorire i trekking e gli spostamenti all’interno del Parco.

La scelta del Parco Nazionale in merito alla realizzazione dei propri Centri Visita è molto innovativa soprattutto per quanto ne riguarda la gestione. Tutti i servizi del Centro Visita (informazione, accoglienza, promozione, coordinamento, servizi di accompagnamento ed educazione ambientale...) saranno gestiti direttamente dal personale della struttura turistica ospitante e da altri soggetti specializzati convenzionati ad essa. Le modalità di svolgimento e la durata della gestione del Centro Visita da parte dei gestori della struttura turistica ospitante saranno concordate nell’ambito della convenzione con cui il Parco nazionale definirà gli interventi da realizzare su ciascuna struttura. Lo schema generale della convenzione è stato già approvato dal Consiglio

direttivo dell'Ente, ma prevede la possibilità di personalizzazione caso per caso. In merito ai Centri Visita oggetto di questo progetto il Parco nazionale ed i Comuni interessati hanno già attivato rapporti con alcuni gestori strutture turistiche idonee ad ospitare il centro visita.

La Riserva dell'Orecchiella è una consolidata meta di turismo/escursionismo estivo, la presenza di un centro visita del Parco in questo caso non è particolarmente mirata a far emergere i valori del territorio circostante (che sono già ben illustrati dalle strutture/servizi attivi nella Riserva) ma le connessioni tra questa porzione del territorio ed il resto del Parco.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Strutture/Rifugi della Riserva dell'Orecchiella (San Romano in Garfagnana - Villacollemandina)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centri visita

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili;

Creare una rete diffusa di strutture ricettive dotate di strumentazioni, allestimenti e servizi che consentono al Ente Parco di organizzare efficacemente progetti di educazione ambientale o di altra natura;

Incrementare i flussi turistici nell'area limitrofa al centro visita

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa al centro visita ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

30.000,00 € per la realizzazione degli allestimenti funzionali ai servizi del Centro Visita.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti necessari Centro Visita

Inaugurazione Centro Visita

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione del centro visita da parte di turisti e residenti

Presenze turistiche nell'area limitrofa al Centro Visita.

TITOLO PROGETTO

Centro Visita a Sologno

Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.

STATO DI ATTUAZIONE

Completamente da realizzare

SINTESI

Centri visita” del Parco nazionale sono da attivare presso i principali luoghi di attrazione turistica del Parco, caratterizzati da una diffusa notorietà e frequentazione. La logica che il Parco ha deciso di portare avanti è quella di realizzare i centri visita in strutture ricettive che siano già esistenti e funzionanti, e di regolare la collaborazione tra ente, gestori e proprietari tramite una convenzione e un allegato tecnico, che andrà a definire gli interventi necessari per attrezzare ogni struttura scelta e renderla idonea a diventare un centro visita. La presenza del Parco all’interno di questi alberghi, bar e ristoranti coinciderà con un miglioramento e un’evoluzione degli stessi dal punto di vista dell’aspetto ma anche delle attrezzature, allo scopo di meglio rappresentare il Parco ma anche e soprattutto per creare le condizioni più favorevoli a una crescita delle presenze e delle potenzialità connesse ad ogni singolo centro, che è e deve rimanere anche un’attività di impresa. L’apporto di ognuno dei gestori delle strutture, che sarà definito dalle convenzioni, è fondamentale per la riuscita dell’intera rete dei centri visita del Parco che si verrà a creare, e il cui funzionamento sarà una grande opportunità per questo territorio. Le soluzioni progettuali saranno definite con la partecipazione di tutti gli attori della convenzione, e saranno effettuati sopralluoghi e incontri per meglio definire l’intervento e le sue modalità. L’intervento consisterà nella maggior parte dei casi in una rilettura di quanto già esiste, un miglioramento e una sottolineatura di quanto già funziona e un intervento più o meno grande su quanto merita di essere rivisto. Le attrezzature tecnologiche (lettore dvd, computer, dotazioni per sale convegni) saranno portate per tutti i centri allo stesso livello. Sulla base di una prima proposta progettuale si valuterà, insieme a tutti i firmatari della convenzione, quali dei punti indicati dalle linee guida portare avanti e secondo quali modalità attuare la convenzione. Ci saranno centri visita in cui tutti i criteri indicati saranno soddisfatti perché si riterrà necessario intervenire massicciamente, altri nei quali si sceglierà di lavorare solo su alcuni elementi e infine altri ancora in cui l’intervento sarà minimo, perché la situazione in cui i locali si trovano sarà ritenuta ottimale. Il Parco si è dotato di linee guida per la realizzazione dei Centri visita affinché siano realizzati secondo una certa coerenza e riconoscibilità, e al tempo stesso permettere ad ognuna delle strutture che saranno scelte di mantenere la sua individualità. Le strutture scelte per ospitare i Centri Visita del Parco dovranno garantire l’ospitalità (mangiare e dormire) durante tutto l’anno ed in particolare nei periodi di maggiore frequentazione (festività, week-end). Il personale delle strutture prescelte, se necessario, sarà formato in modo da accogliere i visitatori e di interagire con essi (anche in lingua straniera) indipendentemente che questi si avvalgano dei servizi della struttura. I centri visita potranno anche vendere prodotti tipici di tutto il territorio del Parco (gli arredi ed i frigoriferi saranno forniti dal parco) mediante convenzioni con aziende agricole locali e tenere in conto-vendita materiale del Parco (libri, guide cartine e magliette, spille, zaini...). I Centri visita potranno anche fornire ai turisti (direttamente o in convenzione con altri soggetti) servizi di accompagnamento, didattica, noleggio di attrezzature sportive, mobilità. Tutti i centri visita agiranno in rete garantendo scambi di prenotazioni per favorire i trekking e gli spostamenti all’interno del Parco.

La scelta del Parco Nazionale in merito alla realizzazione dei propri Centri Visita è molto innovativa soprattutto per quanto ne riguarda la gestione. Tutti i servizi del Centro Visita (informazione, accoglienza, promozione, coordinamento, servizi di accompagnamento ed educazione ambientale...) saranno gestiti direttamente dal personale della struttura turistica ospitante e da altri soggetti specializzati convenzionati ad essa. Le modalità di svolgimento e la durata della gestione del Centro Visita da parte dei gestori della struttura turistica ospitante saranno concordate nell’ambito della convenzione con cui il Parco nazionale definirà gli interventi da realizzare su ciascuna struttura. Lo schema generale della convenzione è stato già approvato dal Consiglio

direttivo dell'Ente, ma prevede la possibilità di personalizzazione caso per caso. In merito ai Centri Visita oggetto di questo progetto il Parco nazionale ed i Comuni interessati hanno già attivato rapporti con alcuni gestori strutture turistiche idonee ad ospitare il centro visita.

Il Centro Visita a Sologno valorizzerà prevalentemente le emergenze geologiche dei Gessi Triassici di Poiano ed il rapporto che essi hanno con le valenze culturali dell'abitato di Sologno naturalistiche.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Struttura da definire – Sologno (Villa Minozzo)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centri visita

Progetti di promozione e marketing territoriale

Progetto Trias

Porta dei Gessi

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili;

Creare una rete diffusa di strutture ricettive dotate di strumentazioni, allestimenti e servizi che consentono al Ente Parco di organizzare efficacemente progetti di educazione ambientale o di altra natura;

Incrementare i flussi turistici nell'area limitrofa al centro visita

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa al centro visita ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

70.000,00 € per la realizzazione degli allestimenti funzionali ai servizi del Centro Visita, formazione del personale e piccoli adeguamenti strutturali.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti necessari Centro Visita

Inaugurazione Centro Visita

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione del centro visita da parte di turisti e residenti

Presenze turistiche nell'area limitrofa al Centro Visita.

TITOLO PROGETTO

Centro Visita a Febbio-Rescadore

Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.

STATO DI ATTUAZIONE

Completamente da realizzare

SINTESI

Centri visita” del Parco nazionale sono da attivare presso i principali luoghi di attrazione turistica del Parco, caratterizzati da una diffusa notorietà e frequentazione. La logica che il Parco ha deciso di portare avanti è quella di realizzare i centri visita in strutture ricettive che siano già esistenti e funzionanti, e di regolare la collaborazione tra ente, gestori e proprietari tramite una convenzione e un allegato tecnico, che andrà a definire gli interventi necessari per attrezzare ogni struttura scelta e renderla idonea a diventare un centro visita. La presenza del Parco all’interno di questi alberghi, bar e ristoranti coinciderà con un miglioramento e un’evoluzione degli stessi dal punto di vista dell’aspetto ma anche delle attrezzature, allo scopo di meglio rappresentare il Parco ma anche e soprattutto per creare le condizioni più favorevoli a una crescita delle presenze e delle potenzialità connesse ad ogni singolo centro, che è e deve rimanere anche un’attività di impresa. L’apporto di ognuno dei gestori delle strutture, che sarà definito dalle convenzioni, è fondamentale per la riuscita dell’intera rete dei centri visita del Parco che si verrà a creare, e il cui funzionamento sarà una grande opportunità per questo territorio. Le soluzioni progettuali saranno definite con la partecipazione di tutti gli attori della convenzione, e saranno effettuati sopralluoghi e incontri per meglio definire l’intervento e le sue modalità. L’intervento consisterà nella maggior parte dei casi in una rilettura di quanto già esiste, un miglioramento e una sottolineatura di quanto già funziona e un intervento più o meno grande su quanto merita di essere rivisto. Le attrezzature tecnologiche (lettore dvd, computer, dotazioni per sale convegni) saranno portate per tutti i centri allo stesso livello. Sulla base di una prima proposta progettuale si valuterà, insieme a tutti i firmatari della convenzione, quali dei punti indicati dalle linee guida portare avanti e secondo quali modalità attuare la convenzione. Ci saranno centri visita in cui tutti i criteri indicati saranno soddisfatti perché si riterrà necessario intervenire massicciamente, altri nei quali si sceglierà di lavorare solo su alcuni elementi e infine altri ancora in cui l’intervento sarà minimo, perché la situazione in cui i locali si trovano sarà ritenuta ottimale. Il Parco si è dotato di linee guida per la realizzazione dei Centri visita affinché siano realizzati secondo una certa coerenza e riconoscibilità, e al tempo stesso permettere ad ognuna delle strutture che saranno scelte di mantenere la sua individualità. Le strutture scelte per ospitare i Centri Visita del Parco dovranno garantire l’ospitalità (mangiare e dormire) durante tutto l’anno ed in particolare nei periodi di maggiore frequentazione (festività, week-end). Il personale delle strutture prescelte, se necessario, sarà formato in modo da accogliere i visitatori e di interagire con essi (anche in lingua straniera) indipendentemente che questi si avvalgano dei servizi della struttura. I centri visita potranno anche vendere prodotti tipici di tutto il territorio del Parco (gli arredi ed i frigoriferi saranno forniti dal parco) mediante convenzioni con aziende agricole locali e tenere in conto-vendita materiale del Parco (libri, guide cartine e magliette, spille, zaini...). I Centri visita potranno anche fornire ai turisti (direttamente o in convenzione con altri soggetti) servizi di accompagnamento, didattica, noleggio di attrezzature sportive, mobilità. Tutti i centri visita agiranno in rete garantendo scambi di prenotazioni per favorire i trekking e gli spostamenti all’interno del Parco.

La scelta del Parco Nazionale in merito alla realizzazione dei propri Centri Visita è molto innovativa soprattutto per quanto ne riguarda la gestione. Tutti i servizi del Centro Visita (informazione, accoglienza, promozione, coordinamento, servizi di accompagnamento ed educazione ambientale...) saranno gestiti direttamente dal personale della struttura turistica ospitante e da altri soggetti specializzati convenzionati ad essa. Le modalità di svolgimento e la durata della gestione del Centro Visita da parte dei gestori della struttura turistica ospitante saranno concordate nell’ambito della convenzione con cui il Parco nazionale definirà gli interventi da realizzare su ciascuna struttura. Lo schema generale della convenzione è stato già approvato dal Consiglio

direttivo dell'Ente, ma prevede la possibilità di personalizzazione caso per caso. In merito ai Centri Visita oggetto di questo progetto il Parco nazionale ed i Comuni interessati hanno già attivato rapporti con alcuni gestori strutture turistiche idonee ad ospitare il centro visita.

Il Centro Visita a Febbio Rescadore valorizzerà prevalentemente le emergenze naturalistiche/escursionistiche dell'area di Febbio e del Cusna oltre alle molte opportunità sportive invernali ed estive dell'area.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Struttura da definire – Febbio-Rescadre (Villa Minozzo)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centri visita

Progetti di promozione e marketing territoriale

Neve Natura

Centro Sport e Natura di Febbio

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili;

Creare una rete diffusa di strutture ricettive dotate di strumentazioni, allestimenti e servizi che consentono al Ente Parco di organizzare efficacemente progetti di educazione ambientale o di altra natura;

Incrementare i flussi turistici nell'area limitrofa al centro visita

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa al centro visita ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

70.000,00 € per la realizzazione degli allestimenti funzionali ai servizi del Centro Visita, formazione del personale e piccoli adeguamenti strutturali.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti necessari Centro Visita

Inaugurazione Centro Visita

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione del centro visita da parte di turisti e residenti

Presenze turistiche nell'area limitrofa al Centro Visita.

TITOLO PROGETTO

Centro Visita a Civago

Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

- b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.
- c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

- d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.
- j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;
- l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

- b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.

STATO DI ATTUAZIONE

Completamente da realizzare

SINTESI

Centri visita” del Parco nazionale sono da attivare presso i principali luoghi di attrazione turistica del Parco, caratterizzati da una diffusa notorietà e frequentazione. La logica che il Parco ha deciso di portare avanti è quella di realizzare i centri visita in strutture ricettive che siano già esistenti e funzionanti, e di regolare la collaborazione tra ente, gestori e proprietari tramite una convenzione e un allegato tecnico, che andrà a definire gli interventi necessari per attrezzare ogni struttura scelta e renderla idonea a diventare un centro visita. La presenza del Parco all’interno di questi alberghi, bar e ristoranti coinciderà con un miglioramento e un’evoluzione degli stessi dal punto di vista dell’aspetto ma anche delle attrezzature, allo scopo di meglio rappresentare il Parco ma anche e soprattutto per creare le condizioni più favorevoli a una crescita delle presenze e delle potenzialità connesse ad ogni singolo centro, che è e deve rimanere anche un’attività di impresa. L’apporto di ognuno dei gestori delle strutture, che sarà definito dalle convenzioni, è fondamentale per la riuscita dell’intera rete dei centri visita del Parco che si verrà a creare, e il cui funzionamento sarà una grande opportunità per questo territorio. Le soluzioni progettuali saranno definite con la partecipazione di tutti gli attori della convenzione, e saranno effettuati sopralluoghi e incontri per meglio definire l’intervento e le sue modalità. L’intervento consisterà nella maggior parte dei casi in una rilettura di quanto già esiste, un miglioramento e una sottolineatura di quanto già funziona e un intervento più o meno grande su quanto merita di essere rivisto. Le attrezzature tecnologiche (lettore dvd, computer, dotazioni per sale convegni) saranno portate per tutti i centri allo stesso livello. Sulla base di una prima proposta progettuale si valuterà, insieme a tutti i firmatari della convenzione, quali dei punti indicati dalle linee guida portare avanti e secondo quali modalità attuare la convenzione. Ci saranno centri visita in cui tutti i criteri indicati saranno soddisfatti perché si riterrà necessario intervenire massicciamente, altri nei quali si sceglierà di lavorare solo su alcuni elementi e infine altri ancora in cui l’intervento sarà minimo, perché la situazione in cui i locali si trovano sarà ritenuta ottimale. Il Parco si è dotato di linee guida per la realizzazione dei Centri visita affinché siano realizzati secondo una certa coerenza e riconoscibilità, e al tempo stesso permettere ad ognuna delle strutture che saranno scelte di mantenere la sua individualità. Le strutture scelte per ospitare i Centri Visita del Parco dovranno garantire l’ospitalità (mangiare e dormire) durante tutto l’anno ed in particolare nei periodi di maggiore frequentazione (festività, week-end). Il personale delle strutture prescelte, se necessario, sarà formato in modo da accogliere i visitatori e di interagire con essi (anche in lingua straniera) indipendentemente che questi si avvalgano dei servizi della struttura. I centri visita potranno anche vendere prodotti tipici di tutto il territorio del Parco (gli arredi ed i frigoriferi saranno forniti dal parco) mediante convenzioni con aziende agricole locali e tenere in conto-vendita materiale del Parco (libri, guide cartine e magliette, spille, zaini...). I Centri visita potranno anche fornire ai turisti (direttamente o in convenzione con altri soggetti) servizi di accompagnamento, didattica, noleggio di attrezzature sportive, mobilità. Tutti i centri visita agiranno in rete garantendo scambi di prenotazioni per favorire i trekking e gli spostamenti all’interno del Parco.

La scelta del Parco Nazionale in merito alla realizzazione dei propri Centri Visita è molto innovativa soprattutto per quanto ne riguarda la gestione. Tutti i servizi del Centro Visita (informazione, accoglienza, promozione, coordinamento, servizi di accompagnamento ed educazione ambientale...) saranno gestiti direttamente dal personale della struttura turistica ospitante e da altri soggetti specializzati convenzionati ad essa. Le modalità di svolgimento e la durata della gestione del Centro Visita da parte dei gestori della struttura turistica ospitante saranno concordate nell’ambito della convenzione con cui il Parco nazionale definirà gli interventi da realizzare su ciascuna struttura. Lo schema generale della convenzione è stato già approvato dal Consiglio

direttivo dell'Ente, ma prevede la possibilità di personalizzazione caso per caso. In merito ai Centri Visita oggetto di questo progetto il Parco nazionale ed i Comuni interessati hanno già attivato rapporti con alcuni gestori strutture turistiche idonee ad ospitare il centro visita.

Il Centro Visita a Civago valorizzerà prevalentemente le emergenze naturalistiche/escursionistiche dell'area dell'Abetina Reale (botaniche e faunistiche) ed il sistema di rifugi che la caratterizza ed i molti itinerari escursionistici che collegano Civago con Ligonchio, Piandelagotti e la Garfagnana.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Struttura da definire – Civago (Villa Minozzo)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centri visita

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili;

Creare una rete diffusa di strutture ricettive dotate di strumentazioni, allestimenti e servizi che consentono al Ente Parco di organizzare efficacemente progetti di educazione ambientale o di altra natura;

Incrementare i flussi turistici nell'area limitrofa al centro visita

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa al centro visita ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

70.000,00 € per la realizzazione degli allestimenti funzionali ai servizi del Centro Visita, formazione del personale e piccoli adeguamenti strutturali.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti necessari Centro Visita

Inaugurazione Centro Visita

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione del centro visita da parte di turisti e residenti

Presenze turistiche nell'area limitrofa al Centro Visita.

TITOLO PROGETTO

Centro Visita a Lagdei

Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.

STATO DI ATTUAZIONE

Completamente da realizzare

SINTESI

Centri visita” del Parco nazionale sono da attivare presso i principali luoghi di attrazione turistica del Parco, caratterizzati da una diffusa notorietà e frequentazione. La logica che il Parco ha deciso di portare avanti è quella di realizzare i centri visita in strutture ricettive che siano già esistenti e funzionanti, e di regolare la collaborazione tra ente, gestori e proprietari tramite una convenzione e un allegato tecnico, che andrà a definire gli interventi necessari per attrezzare ogni struttura scelta e renderla idonea a diventare un centro visita. La presenza del Parco all’interno di questi alberghi, bar e ristoranti coinciderà con un miglioramento e un’evoluzione degli stessi dal punto di vista dell’aspetto ma anche delle attrezzature, allo scopo di meglio rappresentare il Parco ma anche e soprattutto per creare le condizioni più favorevoli a una crescita delle presenze e delle potenzialità connesse ad ogni singolo centro, che è e deve rimanere anche un’attività di impresa. L’apporto di ognuno dei gestori delle strutture, che sarà definito dalle convenzioni, è fondamentale per la riuscita dell’intera rete dei centri visita del Parco che si verrà a creare, e il cui funzionamento sarà una grande opportunità per questo territorio. Le soluzioni progettuali saranno definite con la partecipazione di tutti gli attori della convenzione, e saranno effettuati sopralluoghi e incontri per meglio definire l’intervento e le sue modalità. L’intervento consisterà nella maggior parte dei casi in una rilettura di quanto già esiste, un miglioramento e una sottolineatura di quanto già funziona e un intervento più o meno grande su quanto merita di essere rivisto. Le attrezzature tecnologiche (lettore dvd, computer, dotazioni per sale convegni) saranno portate per tutti i centri allo stesso livello. Sulla base di una prima proposta progettuale si valuterà, insieme a tutti i firmatari della convenzione, quali dei punti indicati dalle linee guida portare avanti e secondo quali modalità attuare la convenzione. Ci saranno centri visita in cui tutti i criteri indicati saranno soddisfatti perché si riterrà necessario intervenire massicciamente, altri nei quali si sceglierà di lavorare solo su alcuni elementi e infine altri ancora in cui l’intervento sarà minimo, perché la situazione in cui i locali si trovano sarà ritenuta ottimale. Il Parco si è dotato di linee guida per la realizzazione dei Centri visita affinché siano realizzati secondo una certa coerenza e riconoscibilità, e al tempo stesso permettere ad ognuna delle strutture che saranno scelte di mantenere la sua individualità. Le strutture scelte per ospitare i Centri Visita del Parco dovranno garantire l’ospitalità (mangiare e dormire) durante tutto l’anno ed in particolare nei periodi di maggiore frequentazione (festività, week-end). Il personale delle strutture prescelte, se necessario, sarà formato in modo da accogliere i visitatori e di interagire con essi (anche in lingua straniera) indipendentemente che questi si avvalgano dei servizi della struttura. I centri visita potranno anche vendere prodotti tipici di tutto il territorio del Parco (gli arredi ed i frigoriferi saranno forniti dal parco) mediante convenzioni con aziende agricole locali e tenere in conto-vendita materiale del Parco (libri, guide cartine e magliette, spille, zaini...). I Centri visita potranno anche fornire ai turisti (direttamente o in convenzione con altri soggetti) servizi di accompagnamento, didattica, noleggio di attrezzature sportive, mobilità. Tutti i centri visita agiranno in rete garantendo scambi di prenotazioni per favorire i trekking e gli spostamenti all’interno del Parco.

La scelta del Parco Nazionale in merito alla realizzazione dei propri Centri Visita è molto innovativa soprattutto per quanto ne riguarda la gestione. Tutti i servizi del Centro Visita (informazione, accoglienza, promozione, coordinamento, servizi di accompagnamento ed educazione ambientale...) saranno gestiti direttamente dal personale della struttura turistica ospitante e da altri soggetti specializzati convenzionati ad essa. Le modalità di svolgimento e la durata della gestione del Centro Visita da parte dei gestori della struttura turistica ospitante saranno concordate nell’ambito della convenzione con cui il Parco nazionale definirà gli interventi da realizzare su ciascuna struttura. Lo schema generale della convenzione è stato già approvato dal Consiglio

direttivo dell'Ente, ma prevede la possibilità di personalizzazione caso per caso. In merito ai Centri Visita oggetto di questo progetto il Parco nazionale ed i Comuni interessati hanno già attivato rapporti con alcuni gestori strutture turistiche idonee ad ospitare il centro visita.

Il Centro Visita a Lagdei, nell'omonimo rifugio, valorizzerà prevalentemente le emergenze naturalistiche/escursionistiche dell'area del Lago Santo parmense e della porzione di crinale circostante, nonché la torbiera di Lagdei, ultima vestigia di un antico lago glaciale. Il Centro Visita valorizzerà anche il sistema di rifugi adiacenti ed i molti itinerari escursionistici, estivi ed invernali, che caratterizzano l'area.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Rifugio Lagdei (Corniglio)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centri visita

Progetti di promozione e marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili;

Creare una rete diffusa di strutture ricettive dotate di strumentazioni, allestimenti e servizi che consentono al Ente Parco di organizzare efficacemente progetti di educazione ambientale o di altra natura;

Incrementare i flussi turistici nell'area limitrofa al centro visita

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa al centro visita ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

30.000,00 € per la realizzazione degli allestimenti funzionali ai servizi del Centro Visita, formazione del personale e piccoli adeguamenti strutturali.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti necessari Centro Visita

Inaugurazione Centro Visita

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione del centro visita da parte di turisti e residenti

Presenze turistiche nell'area limitrofa al Centro Visita.

TITOLO PROGETTO

Centro visita a Treschietto

Centri per l'accoglienza e l'orientamento dei visitatori convenzionati con operatori privati

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

- b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.
- c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

- d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.
- j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;
- l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

- b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

I Centri visita” del Parco nazionale sono da attivare presso i principali luoghi di attrazione turistica del Parco, caratterizzati da una diffusa notorietà e frequentazione. La logica che il Parco ha deciso di portare avanti è quella di realizzare i centri visita in strutture ricettive che siano già esistenti e funzionanti, e di regolare la collaborazione tra ente, gestori e proprietari tramite una convenzione e un allegato tecnico, che andrà a definire gli interventi necessari per attrezzare ogni struttura scelta e renderla idonea a diventare un centro visita. La presenza del Parco all’interno di questi alberghi, bar e ristoranti coinciderà con un miglioramento e un’evoluzione degli stessi dal punto di vista dell’aspetto ma anche delle attrezzature, allo scopo di meglio rappresentare il Parco ma anche e soprattutto per creare le condizioni più favorevoli a una crescita delle presenze e delle potenzialità connesse ad ogni singolo centro, che è e deve rimanere anche un’attività di impresa. L’apporto di ognuno dei gestori delle strutture, che sarà definito dalle convenzioni, è fondamentale per la riuscita dell’intera rete dei centri visita del Parco che si verrà a creare, e il cui funzionamento sarà una grande opportunità per questo territorio. Le soluzioni progettuali saranno definite con la partecipazione di tutti gli attori della convenzione, e saranno effettuati sopralluoghi e incontri per meglio definire l’intervento e le sue modalità. L’intervento consisterà nella maggior parte dei casi in una rilettura di quanto già esiste, un miglioramento e una sottolineatura di quanto già funziona e un intervento più o meno grande su quanto merita di essere rivisto. Le attrezzature tecnologiche (lettore dvd, computer, dotazioni per sale convegni) saranno portate per tutti i centri allo stesso livello. Sulla base di una prima proposta progettuale si valuterà, insieme a tutti i firmatari della convenzione, quali dei punti indicati dalle linee guida portare avanti e secondo quali modalità attuare la convenzione. Ci saranno centri visita in cui tutti i criteri indicati saranno soddisfatti perché si riterrà necessario intervenire massicciamente, altri nei quali si sceglierà di lavorare solo su alcuni elementi e infine altri ancora in cui l’intervento sarà minimo, perché la situazione in cui i locali si trovano sarà ritenuta ottimale. Il Parco si è dotato di linee guida per la realizzazione dei Centri visita affinché siano realizzati secondo una certa coerenza e riconoscibilità, e al tempo stesso permettere ad ognuna delle strutture che saranno scelte di mantenere la sua individualità. Le strutture scelte per ospitare i Centri Visita del Parco dovranno garantire l’ospitalità (mangiare e dormire) durante tutto l’anno ed in particolare nei periodi di maggiore frequentazione (festività, week-end). Il personale delle strutture prescelte, se necessario, sarà formato in modo da accogliere i visitatori e di interagire con essi (anche in lingua straniera) indipendentemente che questi si avvalgano dei servizi della struttura. I centri visita potranno anche vendere prodotti tipici di tutto il territorio del Parco (gli arredi ed i frigoriferi saranno forniti dal parco) mediante convenzioni con aziende agricole locali e tenere in conto-vendita materiale del Parco (libri, guide cartine e magliette, spille, zaini...). I Centri visita potranno anche fornire ai turisti (direttamente o in convenzione con altri soggetti) servizi di accompagnamento, didattica, noleggio di attrezzature sportive, mobilità. Tutti i centri visita agiranno in rete garantendo scambi di prenotazioni per favorire i trekking e gli spostamenti all’interno del Parco.

La scelta del Parco Nazionale in merito alla realizzazione dei propri Centri Visita è molto innovativa soprattutto per quanto ne riguarda la gestione. Tutti i servizi del Centro Visita (informazione, accoglienza, promozione, coordinamento, servizi di accompagnamento ed educazione ambientale...) saranno gestiti direttamente dal personale della struttura turistica ospitante e da altri soggetti specializzati convenzionati ad essa. Le modalità di svolgimento e la durata della gestione del Centro Visita da parte dei gestori della struttura turistica ospitante saranno concordate nell’ambito della convenzione con cui il Parco nazionale definirà gli interventi da realizzare su ciascuna struttura. Lo schema generale della convenzione è stato già approvato dal Consiglio

direttivo dell'Ente, ma prevede la possibilità di personalizzazione caso per caso. In merito ai Centri Visita oggetto di questo progetto il Parco nazionale ed i Comuni interessati hanno già attivato rapporti con alcuni gestori strutture turistiche idonee ad ospitare il centro visita.

Il centro visita di Treschietto, oltre a valorizzare la produzione e la degustazione della omonima e rinomata cipolla, e le peculiarità storiche ed architettoniche del borgo ed il castello, promuoverà i percorsi che salgono ai crinali del Monte Orsaro e l'intera area di Bagnone.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Treschietto – Bagnone (MS)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centri visita

Progetti di promozione e marketing territoriale

Progetti di promozione delle peculiarità agro-alimentari del parco

RISULTATI ATTESI

Orientare i visitatori (ed i residenti) alla conoscenza più approfondita del luogo in cui sono e più in generale di tutto il Parco e alla fruizione dei servizi disponibili;

Creare una rete diffusa di strutture ricettive dotate di strumentazioni, allestimenti e servizi che consentono al Ente Parco di organizzare efficacemente progetti di educazione ambientale o di altra natura;

Incrementare i flussi turistici nell'area limitrofa al centro visita

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

Residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa al centro visita ma più in generale tutto il parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

70.000,00 € per la realizzazione degli allestimenti funzionali ai servizi del Centro Visita, formazione del personale e piccoli adeguamenti strutturali.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle opere/allestimenti necessari Centro Visita

Inaugurazione Centro Visita

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Frequentazione del centro visita da parte di turisti e residenti

Presenze turistiche nell'area limitrofa al Centro Visita.

TITOLO PROGETTO

Accesso al trekking Lunigiana a Sassalbo ed al Frignoli

Miglioramento dell'accesso e fruizione del tratto del Trekking Lunigiana prospiciente il Parco nazionale.

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

g. Favorire la valorizzazione di alcuni sentieri polifunzionali che consentano di creare un collegamento tra i borghi e le principali emergenze naturalistiche e culturali del territorio del parco.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Il tratto di Trekking Lunigiana che lambisce l'Appennino sulla sinistra idrografica del Magra rappresenta una naturale e significativa via di accesso “sostenibile” ai territori del Parco nazionale Appennino toско-emiliano.

Il Trekking Lunigiana infatti interseca in più punti i sentieri del CAI che salgono verso il crinale tutelato dal Parco nazionale (valico di Linari, Passo del Lagastrello, Cime dei Groppi di Camporaghena, Passo dell'Ospedalaccio, Passo del Cerreto, lago Padule, Monte La Nuda).

Il tracciato, sebbene per lunghi tratti al di fuori dei confini del Parco (interessando comunque sempre i territori dei Comuni del parco), costituisce un'infrastruttura culturale e ambientale di mezza costa alta che collega trasversalmente tutti i più significativi borghi montani che costituiscono i punti di accesso carrabile alla sentieristica CAI che conduce in quota nei territori di crinale del Parco. Si può pertanto configurare come un sistema organizzato a rete di accessi al Parco che consente inoltre la fruizioni ad un patrimonio di manufatti rurali storici di notevole rilevanza (borghi in galleria, mulattiere in pietra e secco, maestà, mulini, abbeveratoi e fontane scolpiti nel Macigno, ruderi di castelli, ecc.), rappresentando, un'importante occasione di fruibilità per le emergenze naturali e culturali del Parco del versante toscano e di penetrazione negli ambienti naturali di crinale (praterie sommitali, modellamenti e laghi glaciali, foreste, prati pascoli umidi, marmitte dei giganti e cascate).

L'intervento proposto si concentra in due punti di accesso al Trekking Lunigiana strategici per la fruibilità dei territori del Parco Nazionale il borgo di Sassalbo in cui il Parco Nazionale ha sede ed il Centro per la Biodiversità dei Frignoli posto sulla statale 63 del Passo del Cerreto, entrambi sono 'porte' molto importanti in termini di flussi di visitatori, ma ad oggi non valorizzati a pieno per la difficoltosa accessibilità, visibilità e mancanza di luoghi attrezzati per la sosta. Il progetto si pone

l'obiettivo di valorizzare e facilitare questi “ingressi” al trekking Lunigiana in modo da favorire i percorsi di conoscenza delle emergenze del Parco nazionale.

Gli interventi previsti sono:

- miglioramento dell'accesso e fruizione al tratto di trekking Lunigiana Apella-Resti dalla sede del Parco nazionale di Sassalbo (Fivizzano) mediante la realizzazione parcheggi a spazi sosta accessibili all'Utenza Ampliata.

- miglioramento dell'accesso e fruizione al tratto di trekking Lunigiana Apella-Resti dalla Statale 63 del Passo del Cerreto in coincidenza con il Centro per la Biodiversità dei Frignoli mediante la : realizzazione segnaletica e cartellonistica a servizio dei flussi di turisti che percorrono la SS63 verso il Centro dei Frignoli e il trekking Lunigiana

- riqualificazione degli spazi di sosta già presenti sulla SS 63 prospicienti il Centro per la Biodiversità dei Frignoli

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Frignoli – Sassalbo (Fivizzano)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Sede del Parco nazionale di Sassalbo

RISULTATI ATTESI

Incrementare il numero di visitatori che fruiscono del Trekking Lunigiana

Migliorare la connessione tra la sede del Parco e l'orto botanico dei Frignoli al fine di aumentare le offerte didattica/ricreativa nell'area per scolaresche e turisti

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Operatori turistici

Scuole e studenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

La Lunigiana ed in particolare l'abitato di Sassalbo

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Altri Parchi

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

140.000,00 € per realizzare le opere e gli allestimenti previsti

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti Regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione degli interventi

Azioni di promozione dell'accesso al Trekking Lunigiana

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di visitatori che fruiscono del tratto Sassalbo Frignoli

Numero di escursionisti che frequentano il Trekking Lunigiana nel tratto oggetto dell'intervento

TITOLO PROGETTO

Valorizzazione del Centro Fiere Comano Cavalli

Azioni di promozione e valorizzazione del turismo equestre nel Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.4 Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale

b. Stimolare le aziende agricole alla multifunzione: energia, manutenzione territorio, turismo (ricettività e servizi), lavorazione/commercializzazione diretta prodotti.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

b. Realizzare iniziative di carattere pedagogico e scientifico in grado di attrarre turismo scolastico (di ogni ordine e grado) e promuovere percorsi di educazione ambientale, approfondimento e ricerca scientifica che prevedano il soggiorno e la relazione con il territorio.

c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.

STATO DI ATTUAZIONE

Completato ma necessita di integrazioni

SINTESI

Il Centro Fiere Comano Cavalli, recentemente realizzato tramite un Patto Territoriale e con la partecipazione del Parco Nazionale dell'Appennino tosco-emiliano, della Provincia di Massa Carrara e della Comunità Montana della Lunigiana, attualmente ospita le edizioni della rassegna equina "Comano Cavalli" nata nel lontano 1967 e cresciuta negli anni sia per quanto riguarda il numero dei cavalli esposti che per il numero dei visitatori.

La struttura però, oltre ospitare la rassegna equina, è in grado di diventare punto di riferimento per tutta la zootecnia della Provincia di Massa Carrara oltre ad essere un centro ippico in cui potrebbero essere svolte una serie di attività didattico/turistico legate al cavallo dall'allevamento, al maneggio, alla pensione cavalli, alla ippoterapia ecc.

Tuttavia ad oggi queste potenzialità non sono ancora state concretizzate, il Parco perciò per valorizzare questa importante struttura e la vocazione del proprio territorio al turismo equestre intende attivare progetti educativi/turistici aventi come tema centrale il cavallo e la conoscenza del territorio attraverso esso.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Comano

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Castagneto Scuola

Altri progetti educativi

RISULTATI ATTESI

Utilizzo del Centro Fiere Comano Cavalli

Presenze di turismo scolastico correlate ai servizi del centro

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

Allevatori

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Prevalentemente la Lunigiana ma anche i territori limitrofi al Passo del Lagastrello

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

10.000,00 per organizzare un'esperienza pilota di turismo scolastico correlato al cavallo

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti provinciali

Finanziamenti privati

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione di iniziative turistico/educative organizzate presso il Centro Fiere Comano Cavalli

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

n. di studenti partecipanti

n. di iniziative realizzate

TITOLO PROGETTO

Centro per il turismo equestre in località Valditacca

Valorizzazione turistica della vocazione territoriale all'allevamento di cavalli

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- a. Promuovere la qualificazione degli operatori turistici e la creazione di nuove strutture ricettive e di servizio in grado di essere interessanti per i molteplici profili dell'eco-turista.
- c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Il Parco è attraversato dalla Grande Ippovia dell'Appennino Emilia Romagna, una rete di percorsi che si sviluppa per oltre 1000 chilometri, dalla Provincia di Rimini alla Provincia di Piacenza, attrezzata con punti di sosta per cavalli e cavalieri. Questa rete rappresenta un riferimento per chi vuole attraversare a cavallo il Parco Nazionale, ed è un importante collegamento con i territori toscani del Parco. Il Comune di Monchio delle Corti è attraversato dalla Grande Ippovia ma ad oggi è provvisto solo di un punto sosta in località Pianetto non attrezzato per l'alloggio. L'intervento proposto a Valditacca consiste invece nel recupero (isolamento termico, impianto elettrico, fornitura idrica, fognature) di un edificio posto in prossimità della realizzando 10 box per la sosta e l'alloggio di cavalli oltre che un magazzino, un locale per la cura del cavallo ed un locale, per i cavalieri, da adibire a servizio igienico e spogliatoio. Anche il piazzale antistante verrà sistemato prevedendone il livellamento. La realizzazione di alloggi per cavalli ben si inquadra nell'ottica di sviluppo di turismo equestre dell'area poiché Valditacca è già dotata di strutture ricettive capaci di offrire alloggio e ristoro ai cavalieri. La realizzazione dell'intervento funzionale al turismo equestre di Valditacca si inserisce in un ambito territoriale storicamente vocato al cavallo (Monchio delle Corti-Ramiseto-Comano) che trova baricentro nel Passo del Lagastrello e sviluppo nelle Grande Ippovia dell'Emilia Romagna che congiunge, cavalcando il crinale appenninico, Piacenza a Rimini. L'antica via del Sale del passo del Lagastrello, importante via di comunicazione tra i due versanti dell'Appennino, è attrezzata come Ippovia sia nel tratto emiliano sia in quello toscano e ligure, dove prosegue toccando i comuni di Comano, Licciana Nardi, Aulla, per collegarsi con l'Alta Via dei Monti Liguri. Dal passo del Lagastrello l'itinerario equestre percorre sul versante emiliano il suo

tratto più alto nel cuore del parco nazionale: si cammina (o si pedala) sul crinale dell'Appennino reggiano, fino al passo di Pradarena, al passo di Lama Lite e al Passo delle Forbici. Una prima variante porta da Succiso Nuovo a Cècciola e a Montemiscoso, passando per il crinale prativo di Pratzzano e il vicino lago Calamone; una seconda variante, alternativa a quella di crinale, dal passo di Pradarena porta a Ligonchio, quindi a Rescadore di Fèbbio e al rifugio «Segheria» all'Abetina Reale. Con San Geminiano l'ippovia entra in provincia di Modena e nel Parco regionale del Frignano. La realizzazione di interventi come questo, tra loro interconnessi, favoriscano lo sviluppo del turismo equestre nel Parco Nazionale in quanto questa forma di conoscenza e fruizione del territorio necessita di un continua ed idonea serie di infrastrutture a sostegno di trekking e passeggiate. Questa nicchia di turismo è molto interessante per il nostro territorio sia perché estremamente sostenibile negli spostamenti sia perché estremamente correlata alla valenze paesistiche, culturali ed enogastronomiche. La presenza di vie storiche di comunicazione, di elementi paesaggistici e ambientali di particolare interesse, e la morfologia stessa del territorio rendono l'area del crinale appenninico compresa nel Parco Nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano, particolarmente adatta e interessante per l'utilizzo del cavallo come mezzo di trasporto e fruizione turistica.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Valditacca nel Comune di Monchio delle Corti

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centro per il Turismo Equestre di Comano

Porta del Passo di Lagastrello

Castagneto Scuola

RISULTATI ATTESI

Incrementare i flussi turistici dell'area correlati al turismo equestre

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

Turisti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area prospiciente la Val di Tacca ed il Passo del Lagastrello, ma più in generale tutto il Parco lungo le ippovie collegate al centro per il turismo equestre

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Altri Parchi

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

100.000,00 € per la realizzazione degli interventi e la promozione dell'iniziativa

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti regionali/europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione e attivazione del Centro

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero cavalli/anno che usufruiscono del centro per soste durante trekking

Numero di cavalli/anno in transito nel centro nell'ambito di Trekking

Numero di presenze turistiche nell'area limitrofa al centro riconducibili al turismo equestre

TITOLO PROGETTO

Riqualficazione del Rifugio Segheria

Recupero e valorizzazione del rifugio e della foresta demaniale Abetina Reale

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

- a. Tutelare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco garantendone una corretta e sostenibile fruizione odierna e la conservazione per le generazioni future.
- b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- a. Promuovere la qualificazione degli operatori turistici e la creazione di nuove strutture ricettive e di servizio in grado di essere interessanti per i molteplici profili dell'eco-turista.
- b. Realizzare iniziative di carattere pedagogico e scientifico in grado di attrarre turismo scolastico (di ogni ordine e grado) e promuovere percorsi di educazione ambientale, approfondimento e ricerca scientifica che prevedano il soggiorno e la relazione con il territorio.
- g. Favorire la valorizzazione di alcuni sentieri polifunzionali che consentano di creare un collegamento tra i borghi e le principali emergenze naturalistiche e culturali del territorio del parco.

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

L'Abetina Reale è il baricentro di località interessate da flussi turistici diversi: Case Cattalini – Civago (RE), Rifugio Prati Fiorentini – Piandelagotti (MO), Casone di Profecchia (LU), Pianvallese – Febbio (RE). Tutti questi luoghi sono posti all'interno o nelle immediate vicinanze dei confini del Parco Nazionale.

Il bosco dell'Abetina Reale si trova all'incrocio di vecchie strade e percorsi storici che collegavano Villa Minozzo, Castelnuovo Garfagnana, Casoni di Profecchia e Frassionoro, località oggi collocate in tre differenti province (Reggio Emilia, Modena e Lucca) che trovano nel passo delle Forbici il punto di confine ed incontro.

Il Bosco fu donato dai Gazzesi agli Estensi nel 1451, veniva sfruttata per il legname. La prima segheria fu costruita in occasione dell'inizio dei lavori per la costruzione della fortezza di Castelnuovo Garfagnana (1568), infatti il legname necessario venne in gran parte prelevato dall'Abetina Reale. All'inizio del XIX sec. la segheria fu ricostruita e lo sfruttamento dell'Abetina si intensificò, a spese soprattutto della popolazione di abete bianco; questo fino ad arrivare al 1977 quando fu acquistata dalla Regione Emilia Romagna facendola divenire patrimonio demaniale.

La vecchia segheria, rimasta funzionante fino alla fine degli anni 70, è ora un rifugio che dispone di 46 posti letto divisi in 6 accoglienti camere, ampio salone con camino, cucina attrezzata e servizi igienici. L'energia necessaria al rifugio viene tuttora fornita da una micro-centrale idroelettrica che garantisce acqua calda e illuminazione durante tutto l'anno. Il Rifugio oltre ad essere un eccezionale punto di partenza per molte delle principali escursioni alle cime appenniniche che caratterizzano il confine appenninico tra la Provincia di Modena e Reggio Emilia, è un punto tappa nella Ciclopista-Ippovia del Gigante e dispone di 25 posti per cavalli e deposito coperto per mountain-bike.

L'Abetina Reale ed il rifugio segheria sono al centro di una serie di percorsi forestali che in inverno è utilizzata per l'esercizio di pratiche sciistiche ed escursionistiche, quando possibile il Parco nazionale ha sostenuto la battitura di tali percorsi, e per promuovere il collegamento è stata ideata una manifestazione escursionistica "Appennino Reale" per promuoverne la fruizione il cui punto di arrivo è proprio il Rifugio Segheria.

Attualmente il rifugio è aperto da giugno a settembre tutti i giorni, gli altri mesi solo al sabato e alla domenica o su prenotazione, ma necessità di interventi di ristrutturazione, ammodernamento e messa a norma dei locali nonché la rimessa in funzione dell'impianto di fitodepurazione delle acque reflue. Sarebbe inoltre opportuno recuperare l'immobile antistante il rifugio, per ampliarne la capacità ricettiva, prevedere delle opere di ripristino dei prati-pascolo circostanti (eventualmente utilizzabili anche come campeggio temporaneo associato al rifugio), realizzare, a partire dal rifugio, percorsi escursionistico-didattico, di cui almeno uno che collega con l'abitato di Civago sulla vegetazione forestale ed un altro che collega con il Monte Prado sulla vegetazione floristica.

Più in generale il rifugio necessiterebbe di una riqualificazione generale, anche negli allestimenti, nella gestione e nella tipologia di offerta, capace di caratterizzarsi nei mesi estivi e nei fine settimana invernali come struttura prevalentemente turistica, mentre in primavera ed in autunno come centro di educazione ambientale capace di ospitare scolaresche coinvolgendole in percorsi didattici ambientali (biodiversità, energie rinnovabili, gestione sostenibile) storici e culturali.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Civago – Villa Minozzo

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Neve Natura

Appennino Reale

RISULTATI ATTESI

Incremento dei flussi turistici

Incremento dell'offerta turistica scolastica

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti

Scuole e studenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area di Civago e dell'Appennino Reale

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Non facilmente definibile ma almeno 150.000,00 € per opere di sistemazione straordinaria del rifugio, a cui dovranno aggiungersi i costi per nuovi allestimenti, realizzazione di percorsi didattici e promozione ed eventualmente per la ristrutturazione dell'immobile antistante.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Privati

Fondi provinciali, regionali

GAL

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Ristrutturazione del rifugio

Creazione di percorsi didattici

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di visitatori/anno

Numero di scolaresche che vi soggiornano/anno

Giornate di apertura/anno del rifugio

TITOLO PROGETTO

Percorsi di educazione ambientale nelle aziende agricole del Parco

L'equilibrio tra la filiera agricola tradizionale e tipica la conservazione della biodiversità

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

- b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.
- c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.4 Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale

- a. Valorizzare e promuovere le produzioni agroalimentari tipiche e di qualità ed il rapporto con territorio e biodiversità parco.
- b. Stimolare le aziende agricole alla multifunzione: energia, manutenzione territorio, turismo (ricettività e servizi), lavorazione/commercializzazione diretta prodotti.
- c. Favorire recupero produzioni tradizionali di qualità abbandonate.
- e. Favorire le aziende agricole che si impegnano nel recupero e sviluppo di produzioni che consentono mantenimento di biodiversità coltivata/allevata nel Parco.
- f. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- b. Realizzare iniziative di carattere pedagogico e scientifico in grado di attrarre turismo scolastico (di ogni ordine e grado) e promuovere percorsi di educazione ambientale, approfondimento e ricerca scientifica che prevedano il soggiorno e la relazione con il territorio.
- c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Le produzioni agricole tradizionali e tipiche rappresentano degli straordinari esempi di come sia possibile un equilibrio tra conservazione della biodiversità e pratica delle attività umane.

Queste filiere agricole rappresentano spesso l'unico presidio antropico di territori “economicamente marginali” ma “ambientalmente ricchi” di cui sono attivi tutori. La qualità dei prodotti tipici è infatti strettamente correlata alla qualità ambientale dei territori di origine, per tanto anche estremamente soggetti ai rischi ed alle evidenze dei cambiamenti climatici in atto. Percorsi di educazione ambientale in merito alle competenze ed i valori di queste filiere agricole possono innescare un circolo virtuoso di modifica degli atteggiamenti in tutti i settori economici e suggerire stili di vita, ed in particolar modo di acquisto, sostenibili.

I percorsi didattici, realizzati all'interno delle aziende agricole saranno finalizzati a far emergere lo stretto legame tra il prodotto e la filiere tradizionale, tra la pratica agricola e la tutela ambientale. I percorsi all'interno delle aziende agricole faranno emergere ai fruitori, probabilmente attratti dall'aspetto enogastronomico, come i prodotti di qualità siano strettamente correlati ad ambienti di qualità. L'obiettivo educativo dei percorsi didattici si scorpora prevalentemente su due target:

- adulti (prevalentemente flussi turistici attratti dal Parco Nazionale) verso cui stimolare cambiamenti nelle scelte quotidiane di acquisto (non solo alimentare) verso produzioni che sappiano garantire il rispetto dell'ambiente.
- giovani (prevalentemente scolaresche) verso cui far comprendere l'evidenza dei cambiamenti climatici in atto attraverso le conoscenze delle filiere agricole, riconoscendo il ruolo di tutela della pratiche agricole sostenibili ed il valore dell'attenzione all'ambiente in tutti i settori umani.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Autunno d'Appennino

Progetti di Educazione Ambientale

RISULTATI ATTESI

Sviluppo della multifunzione agricola

Aumento della cultura e conoscenza dei prodotti agroalimentari tipici del Parco

recuperare produzioni agricole tradizionali di qualità abbandonate o a rischio di abbandono

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Aziende agricole

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Associazioni di Categoria

Scuole

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Circa 5.000,00 euro per ideare e realizzare i percorsi didattici in ogni azienda agricola coinvolta.

Circa 15.000,00 euro per promuovere il circuito e le attività previste.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

GAL

Fondi provinciali

Privati

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Numero di percorsi realizzati

Numero di produzioni agricole interessate dei percorsi

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di aziende agricole coinvolte

Numero di fruitori dei percorsi didattici realizzati/anno

Numero di produzioni agroalimentari di qualità abbandonate o in via di abbandono recuperate

TITOLO PROGETTO

EMAS territoriale per Cerreto Laghi

Elaborazione di un modello gestionale di cluster per il miglioramento delle prestazioni ambientali

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

a. Tutelare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco garantendone una corretta e sostenibile fruizione odierna e la conservazione per le generazioni future.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

a. Promuovere la qualificazione degli operatori turistici e la creazione di nuove strutture ricettive e di servizio in grado di essere interessanti per i molteplici profili dell'eco-turista.

d. Stimolare la riconversione e l'innovazione delle stazioni per lo sci alpino.

l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Cerreto Laghi (Collagna) è una consolidata stazione sciistica che sta diventando nel tempo una piccola “città di montagna” che per svilupparsi coerentemente alla sua vocazione turistica nell'ambito del Parco nazionale necessita di elaborare un obiettivo a lungo termine per il miglioramento delle prestazioni ambientali del proprio cluster turistico in modo da incentivare lo sviluppo dell'efficienza e risparmio energetico, della mobilità sostenibile, dell'eco-ricettività, della qualità della vita e dei servizi.

Per ottenere questi ambiziosi risultati lo strumento adatto è il sistema di gestione ambientale di distretto EMAS realizzato creando una solida partnership tra pubblico e privato.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Cerreto Laghi (Collagna)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Certificazione Ecolabel dei centri visita e Carta per il Turismo sostenibile nelle aree protette

RISULTATI ATTESI

Certificazione EMAS di distretto per il cluster turistico di Cerreto Laghi

Riduzione degli impatti ambientali correlati alla stazione sciistica ed ai flussi di turismo dell'area

Marketing turistico correlato all'ottenimento della certificazione EMAS di distretto per il cluster turistico di Cerreto Laghi

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

Residenti di Cerreto Laghi

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente Cerreto Laghi e territorio limitrofo

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

CCIAA

Associazioni di Categoria

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

100.000,00 per l'implementazione e la certificazione del sistema di gestione e la formazione degli operatori

Costi non prevedibili per le opere di adattamento necessarie

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti europei

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Ottenimento della certificazione del sistema di gestione EMAS di distretto per il cluster turistico di Cerreto Laghi

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Indicatori delle performance ambientali del sistema di gestione

Risultati in termini di marketing ottenuti da Cerreto laghi correlati all’ottenimento della certificazione

TITOLO PROGETTO

Certificazione Ecolabel dei centri visita e Carta per il Turismo sostenibile nelle aree protette

Attuazione di una strategia di eco-adequamento delle strutture turistiche

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- a. Promuovere la qualificazione degli operatori turistici e la creazione di nuove strutture ricettive e di servizio in grado di essere interessanti per i molteplici profili dell'eco-turista.
- j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;
- l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.6 Favorire lo sviluppo sostenibile di filiere energia rinnovabile e dell'efficienza energetica

- a. Favorire la diffusione tra cittadini ed imprese residenti nei comuni del Parco, in forma singola o aggregata, di interventi volti alla produzione di energia rinnovabile ed alla efficienza energetica degli edifici;

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Un'area protetta caratterizzata da flussi turistici deve favorire la qualificazione delle strutture e dei modelli organizzativi turistici affinché gli impatti ambientali correlabili al turismo siano ridotti al minimo e comunque entro i limiti imposti dalla capacità di carico del territorio e della biodiversità tutelata (nonché oggetto stesso di buona parte del turismo).

A tale scopo è stata ideata la Carta europea del turismo sostenibile per le aree protette sostenuta e promossa, in Italia, anche da FederParchi. Aderire alla Carta significa rispettare l'approccio strategico dello sviluppo turistico sostenibile. Significa realizzare una diagnosi, consultare e coinvolgere i partner, stabilire gli obiettivi strategici, assegnare i mezzi necessari, realizzare un programma di azioni e valutarne i risultati. I candidati, per potere sottoscrivere la Carta, devono redigere una strategia di sviluppo turistico sostenibile ed impegnarsi ad un piano d'azione concordato specifico per l'area.

Oltre ad aderire alla Carta e attivare gli strumenti che prevede il Parco dovrà anche parallelamente favorire l'ottenimento di tutti i centri visita del Parco la certificazione Ecolabel per le strutture turistiche¹⁴

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

EMAS territoriale per Cerreto Laghi

Centri Vista del parco

RISULTATI ATTESI

Riduzione degli impatti ambientali correlati al turismo

Attività di marketing territoriale correlata all'offerta di turismo sostenibile

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

¹⁴ Il 14 aprile 2003, con la Decisione 2003/287/CE, la Commissione Europea ha ufficialmente esteso l'applicabilità dell'Ecolabel ai servizi di ricettività turistica. Alla base dell'iniziativa c'è l'intento di incoraggiare le strutture nonché gli stessi turisti al rispetto dell'ambiente ed al risparmio di risorse naturali.

L'art. 2 della Decisione 2003/287/CE definisce il servizio di ricettività turistica come: *“l'erogazione a pagamento del servizio di pernottamento in strutture ricettive dotate di stanze adeguatamente attrezzate con almeno un letto, offerto come attività principale a turisti, viaggiatori e ospiti. Il servizio di pernottamento può comprendere l'erogazione di servizi di ristorazione, attività di fitness e/o spazi verdi.”*

Nel servizio di ricettività turistica sono comprese differenti tipologie di strutture ricettive, fra cui alberghi, motel, case-albergo, villaggi turistici, bed & breakfast, agriturismi, ostelli della gioventù, rifugi di montagna etc. ad esclusione dei campeggi che rientrano nella categoria “servizi per i campeggi”.

POSSIBILI PARTNERSHIP

Province

Regioni

CCIAA

Associazioni di Categoria

Università

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Circa 30.000,00 per attivare e sviluppare le attività della Carta per il Turismo Sostenibile e fare campagne di formazione/sensibilizzazione nei confronti degli operatori

Circa 8.000 per l'ottenimento della certificazione Ecolabel di ciascun centro visita

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti CCIAA

Finanziamenti provinciali

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Attivazione della Carta per il Turismo sostenibile

Ottenimento di Ecolabel da parte dei Centri Visita

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

n. di centri visita che ottengono la certificazione Ecolabel

riduzione misurabile dell'impatto ambientale del turismo e/o delle strutture turistiche

TITOLO PROGETTO

Appennino Reale

Una rete di sentieri invernali e percorsi polifunzionali tra Appennino reggiano, modenese e Garfagnana

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.
- d. Stimolare la riconversione e l'innovazione delle stazioni per lo sci alpino.
- e. Favorire lo sviluppo di forme di turismo di comunità, specialmente nei piccoli borghi di crinale, facilitando anche la costruzione di un circuito turistico e di azioni di collaborazione tra le diverse realtà.
- g. Favorire la valorizzazione di alcuni sentieri polifunzionali che consentano di creare un collegamento tra i borghi e le principali emergenze naturalistiche e culturali del territorio del parco.
- i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.
- k. Favorire sinergie e collaborazioni con i “Parchi di Mare e di Appennino” per lo sviluppo di un distretto turistico integrato;

STATO DI ATTUAZIONE

Completato e pronto per essere diffuso e replicato

SINTESI

Appennino Reale è un progetto volto a favorire la pratica sostenibile del territorio sia nella stagione invernale che estiva. Il progetto, che si svolge nel Parco nazionale e nel Parco regionale del Frignano, prevede d'inverno la battitura del tracciato di alcune strade forestali per favorire l'esercizio di pratiche sciistiche ed escursionistiche invernali, quali lo sci di fondo e le ciaspole. I Parchi inoltre, in determinante manifestazioni, mettono a disposizione dei fruitori attrezzature sportive e accompagnatori o maestri. Gli stessi itinerari potranno poi essere valorizzati durante il periodo estivo per la pratica della bicicletta, o del turismo equestre.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

L'area di Appennino tra Civago, Piandelagotti e l'alta Garfagnana

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centro Visita Civago

Valorizzazione Rifugio Segheria

NeveNatura

RISULTATI ATTESI

Aumento delle presenze turistiche (prevalentemente in inverno) nell'area

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

Turisti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Prevalentemente l'area dell'“Appennino Reale”

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Altri Parchi

Aziende private

Associazioni sportive

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

15.000 € all'anno per la stagione invernale

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

GAL

Finanziamenti privati

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Lunghezza delle piste battute

Numero di eventi organizzati

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di persone che usufruiscono dei percorsi battuti

TITOLO PROGETTO

Riserve turistiche di pesca, raccolta funghi e frutti di bosco

Iniziative per rafforzare il rapporto tra ospitalità turistica e fruizione delle risorse del territorio

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

b. Facilitare la nascita di nuove imprese (preferibilmente composte da giovani, donne, e/o da soggetti diversamente abili) e lo sviluppo/innovazione di quelle esistenti nei settori turismo, commercio, servizi alla persona ed alle famiglie.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

f. Favorire la creazione di relazioni dirette tra caccia, pesca, raccolta dei funghi e prodotti del sottobosco ed il settore turistico.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Il territorio del Parco nazionale dell'Appennino tosco-emiliano è caratterizzato da un'elevata frequentazione di appassionati di pesca, raccolta di funghi e di frutti del bosco residenti al di fuori del territorio dei Comuni del Parco. Tale frequentazione, seppur assoggettata all'acquisto di permessi, non connotandosi come una forma di turismo (non vi è quasi mai un pernottamento associato a queste visite e solo raramente la consumazione di pasti) lascia un valore marginale sul territorio in confronto al valore delle risorse prelevate e dell'impatto creato. Vanno per tanto create delle situazioni, dei territori limitati (delle riserve) di particolare valore per la pesca e la raccolta dei funghi e dei frutti di bosco, in cui, queste attività, sono riservate o favorite (ad esempio concedendo un giorno in più di raccolta rispetto al normale o una quantità maggiore) a chi almeno pernotta una notte in strutture ricettive del territorio. Queste "riserve" devono essere collocate nei pressi di borghi dove vi sono strutture ricettive ed in cui è possibile attivare anche un servizio specifico di controllo.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del parco, in particolare nei pressi dei borghi del crinale

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Cooperative di borgo

RISULTATI ATTESI

Incrementare il turismo in autunno e nelle stagioni marginali

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

Cooperative di borgo

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del parco, in particolare nei pressi dei borghi del crinale

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comunità Montane – Unioni di Comuni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

L'intervento a solo dei costi organizzativi, ma può comportare, eventualmente, una riduzione delle entrate generate dalla vendita dei permessi.

L'iniziativa necessiterà però di una adeguata promozione il cui costo può essere stimabile per il primo anno in 5.000,00 euro

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

nessuno

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Organizzazione e attivazione delle “riserve”

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di presenze turistiche generate da questa iniziativa

TITOLO PROGETTO

La rete dei rifugi del Parco

Collegamenti ed interazione tra i rifugi del Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- g. Favorire la valorizzazione di alcuni sentieri polifunzionali che consentano di creare un collegamento tra i borghi e le principali emergenze naturalistiche e culturali del territorio del parco.
- i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.
- j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

I rifugi presenti nel crinale Appenninico del Parco rappresentano un patrimonio in termini turistici per tutto il territorio del Parco. Tale patrimonio deve essere valorizzato anche attraverso la creazione di una rete stabile e attiva che proponga non solo ai turisti facili collegamenti tra un rifugio e l'altro, ma anche e soprattutto sinergie e collaborazioni tra le varie strutture nella creazione di un offerta comune ed integrata. Il Parco dovrà favorire la creazione di tale rete e sostenerne l'avvio attraverso iniziative di marketing e di qualificazione dei principali sentieri che collegano i rifugi.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Progetti di marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Incremento delle presenze turistiche nei rifugi e/o correlate alle attività escursionistiche

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Gestori dei rifugi e operatori turistici del crinale

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Altri Parchi

CAI

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

30.000, 00 per la riqualificazione dei sentieri di collegamento, l'allestimento di specifica segnaletica e l'implementazione di attività di marketing

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti provinciali/regionali

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Creazione della Rete

Riqualificazione dei sentieri

Realizzazione di attività di marketing

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Incremento della ricettività turistica nei rifugi e/o correlata all'attività escursionistica

TITOLO PROGETTO

Un Parco per tutti

Valorizzazione ed ampliamento dei percorsi per diversamente abili

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

h. Favorire lo sviluppo di attività e servizi che permettano, facilitino ed stimolino la fruizione del Parco da parte di persone diversamente abili.

STATO DI ATTUAZIONE

Completato ma necessita di integrazioni

SINTESI

Nel territorio del Parco nazionale attualmente esistono 4 percorsi, specificatamente realizzati per consentire la fruizione di alcune dei valori del Parco anche a diversamente abili: tre si trovano nella Riserva dell'Orecchiella in Garfagnana ed uno a Lagdei (Corniglio).

I percorsi per diversamente abili nella Riserva Naturale dell'Orecchiella si intersecano tra loro in poli di attrazione comuni a tutti i turisti: il centro visitatori, i recinti faunistici, il recinto degli Orsi. Il sentiero del Fontanone lungo circa 450 metri con una pendenza media del 6% si sviluppa in un bosco di conifere ed è consigliato in modo particolare ai non vedenti per la ricchezza di suoni (uccelli, fronde, acque) e profumi. Un corrimano in legno rende sicuro il percorso sul lato valle. Con una lunghezza di 1020 metri il Sentiero degli Orsi permette di avvicinare i plantigradi - separati dai visitatori da una robusta struttura - in un ambiente naturale e con una vista splendida sulle Alpi Apuane. La vegetazione è unicamente arbustiva (ginestre, felci e rose canine) e i pascoli recano le tracce del passaggio dei cinghiali e dei cervi. Poco distante ha inizio il Sentiero dei Cervi, una delle aree più visitate del parco, dove, sulla distanza di 320 metri si trovano recinti faunistici che ospitano cervi, mufloni, galli forcelli e caprioli.

Il percorso di Lagdei sorge attorno l'omonima torbiera, ultima vestigia di un antico lago glaciale, dove fioriscono orchidee selvatiche come la *Dactylorhiza fuchsii* e il *Coeloglossum viride*, alla fine di giugno appaiono i candidi pennacchi dell'Erioforo, mentre in Agosto si ammanta di fiori blu la *Genziana di Esculapio*. Il percorso, lungo circa 400 m, attraversa gli ambienti più interessanti e

ricchi di specie animali e vegetali. Perfettamente pianeggiante, per lunghi tratti realizzato in legno su palafitta, il sentiero è accessibile a tutti; cinque pannelli interattivi e dodici cartelli illustrati raccontano l'evoluzione della torbiera e le specie principali che la abitano. Il Parco nazionale deve implementare l'offerta sul territorio di percorsi analoghi, sia realizzandone di nuovi (a partire dal versante reggiano e da quello della Lunigiana) sia potenziando questi due poli (Orecchiella e Lagdei) in modo tale che possano caratterizzarsi per un offerta specifica e interessante per questo specifico target di turisti.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Orecchiella, Lagdei e altri luoghi da definire in Lunigiana e Appennino Reggiano

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Progetti educazione ambientale

Centro visita dell'Orecchiella

Centro Visita di Lagdei

RISULTATI ATTESI

Favorire e promuovere la conoscenza e la fruizione del Parco anche da persone diversamente abili

Aumentare la presenza turistica di persone e gruppi diversamente abili

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Turisti e visitatori diversamente abili

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area della riserva dell'Orecchiella e di Lagdei e le località dove verranno realizzati i nuovi percorsi

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Non prevedibile, a seconda del percorso che si vuole realizzare

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti provinciali/regionali

Sponsor privati

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione di nuovi percorsi e loro promozione

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di visitatori (diversamente abili e non) che fruiscono dei percorsi

TITOLO PROGETTO

Da Parco a Parco

Organizzazioni di collegamenti sperimentali a piedi, in bici o a cavallo con i Parchi di Mare e di Appennino

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.

k. Favorire sinergie e collaborazioni con i “Parchi di Mare e di Appennino” per lo sviluppo di un distretto turistico integrato;

STATO DI ATTUAZIONE

Completato e pronto per essere diffuso e replicato

SINTESI

Il parco intende sostenere iniziative che sperimentino itinerari di più giorni di escursionismo a piedi, in bicicletta o a cavallo che colleghino il parco dell’Appennino tosco-emiliano con altri Parchi del network Parchi di Mare e di Appennino.

Oltre ad un sostegno organizzativo, il Parco supporterà queste iniziative con contenuti ed eventi che possano animare le serate passate nei borghi/rifugi del Parco, sia dandovi ampia diffusione mediatica.

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centri Visita

La rete dei Rifugi del Parco

RISULTATI ATTESI

Promuovere le opportunità turistiche del Parco nel settore dell'escursionismo, stimolando l'emulazione di questi itinerari da parte di altri gruppi di escursionisti.

Rafforzare il legame ed il rapporto con i Parchi di Mare e di Appennino

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Altri Parchi

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Non definibile a priori ma nell'ordine di poche migliaia di euro per il sostegno all'organizzazione del trekking e la promozione

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Sponsor privati

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Numero di trekking da Parco a Parco realizzati all'anno con il sostegno del Parco

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di partecipanti/anno a trekking da Parco a Parco complessivamente e senza il sostegno del Parco

TITOLO PROGETTO

Il Parco per lo sport

Sostegno agli eventi sportivi di richiamo, in discipline connesse alle peculiarità del territorio

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

Completato ma necessita di integrazioni

SINTESI

Le attività sportive, in particolare quelle che si svolgono all'aria aperta a stretto contatto con la natura, rappresentano un punto di forza della potenziale offerta turistica del Parco, non ancora adeguatamente sfruttata. Il Parco intende attivare una specifica azione di marketing in tal senso, patrocinando, sostenendo e supportando l'organizzazione di eventi sportivi nel territorio del Parco, capaci di avere un importante e diffuso riconoscimento nell'ambito degli appassionati di quelle discipline. Le discipline sportive saranno, prioritariamente, quelle che consentono anche una fruizione del territorio ed un contatto non invasivo del territorio in particolare: la corsa trail (Ecomaratona del Ventasso), il podismo (giro della Pietra di Bismantova), il ciclismo su strada ed in mountain bike, le ciaspole (ciaspolata del Ventasso), lo sci alpino (Trofeo schiaffino), l'equitazione, lo sleddog (traversata dell'Appennino) l'arrampicata sportiva, lo sci di fondo e alpino.

Il sostegno prevederà anche l'offerta di contenuti e servizi ai partecipanti agli eventi, ai loro accompagnatori ed al pubblico affinché tutte le valenze ed emergenze del Parco possano essere conosciute ed apprezzate.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco a partire dalle manifestazioni che il Parco sta già sostenendo

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Progetti di marketing territoriale

RISULTATI ATTESI

Promuovere il territorio del Parco presso nicchie specifiche di appassionati sportivi come ambito ideale dove praticare la loro attività

Incrementare i flussi turistici correlati alle attività sportive ed alle manifestazioni sportive.

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Associazioni sportive del territorio

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco a partire dalle manifestazioni che il Parco sta già sostenendo

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Non prevedibile a priori, dipende dall'odience e dall'importanza della manifestazione che deve essere organizzata

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Sponsor privati

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Numero di eventi sportivi che il Parco supporta in un anno

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di partecipanti alle manifestazioni sportive supportate dal parco

Rassegna stampa nazionale delle manifestazioni sportive supportate dal parco

Presenze turistiche direttamente correlabili alle iniziative sportive sostenute dal Parco

TITOLO PROGETTO

Fare per Capire in Appennino

Esperienze di studio lavoro

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

b. Realizzare iniziative di carattere pedagogico e scientifico in grado di attrarre turismo scolastico (di ogni ordine e grado) e promuovere percorsi di educazione ambientale, approfondimento e ricerca scientifica che prevedano il soggiorno e la relazione con il territorio.

2.3.7 Offrire occasioni di socialità e crescita culturale

b. Favorire la costruzione di relazioni tra il territorio e le comunità del Parco ed il “mondo esterno”.

STATO DI ATTUAZIONE

Completato e pronto per essere diffuso e replicato

SINTESI

“*Fare per capire in Appennino*” propone la realizzazione di soggiorni studio-lavoro nei periodi di chiusura delle scuole (prevalentemente nel mese di Giugno), rivolti a studenti di scuola superiore. Si prevede la partecipazione di gruppi di circa n. 15-ragazzi per turni di 7-8 giorni. Ogni gruppo avrà un tutor/educatore di riferimento che si occuperà degli aspetti organizzativi e formativi. Il soggiorno dei ragazzi sarà presso strutture ricettive (Ostelli, ospitali, Case Vacanze) dei borghi dei

Comuni del Parco Nazionale. Dopo l'iscrizione degli studenti e la costituzione dei gruppi e dei diversi turni, saranno individuate le attività lavorative in cui saranno impiegati i ragazzi, distinte per zone e tipologie di intervento. Le attività in cui i ragazzi potranno essere coinvolti sono: manutenzione della rete sentieristica e recupero di vecchi percorsi, manutenzione di piccole opere e manufatti per la loro valorizzazione, partecipazione alle fasi di censimento e raccolta dati (schedatura manufatti, monitoraggio sorgenti, recupero di fonti orali...). I ragazzi durante il soggiorno avranno modo di conoscere ed incontrare testimoni-chiave, che possano raccontare e trasmettere l'amore e l'attaccamento per la montagna e per la natura esperti e almeno un personaggio di alto spessore culturale che contribuiranno a dare “significato e intensità” all'esperienza.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Neve Natura

Castagneto scuola

Centri Visita

RISULTATI ATTESI

Creare un rapporto diretto e duraturo tra studenti e residenti dei borghi del Parco

Promuovere la conoscenza del territorio e la consapevolezza del paesaggio

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Scuole/studenti

Operatori turistici

Residenti dei Borghi del Parco

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Scuole

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Variabile tra i 20.000,00 ed i 50.000,00 € all'anno a seconda del numero di settimane che si vogliono organizzare e sostenere

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Province/Regioni

Sponsor privati

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione delle settimane di studio-lavoro

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

n. di studenti partecipanti/anno

n. di località in cui è stato organizzato Fare per capire

n. di operatori turistici e di residenti coinvolti

TITOLO PROGETTO

Pacchetti turistici integrati

Costruzione di relazioni turistiche strutturate con i Parchi di Mare e di Appennino e le città d'arte limitrofe

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.
- j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;
- k. Favorire sinergie e collaborazioni con i “Parchi di Mare e di Appennino” per lo sviluppo di un distretto turistico integrato;
- l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

Il Parco Nazionale intende far leva sui valori di eccellenza del territorio, a partire da quelli naturalistici, paesaggistici, storici e culturali per attivare le risorse umane esistenti, indurre nuove attività, anche in stagioni marginali di presenza turistica, per favorire la crescita di un turismo responsabile e consapevole, della creazione di circuiti di sapere e di comunicazione che diano valore all'uso corretto del territorio, all'agricoltura, al bosco, ai borghi, al paesaggio. La stretta collaborazione con i Parchi di Mare e di Appennino che insistono su territori differenziati, ma contigui e naturalmente interconnessi permette di valutare che un offerta complessa e coordinata possa godere di maggiore competitività ed efficacia rispetto alla somma delle singole iniziative. I Parchi di Mare e di Appennino possono rappresentare uno dei complessi turistici, culturali e ambientali più attrattivi del panorama italiano. L'offerta del territorio del Parco Nazionale dell'Appennino toscano-emiliano può però trovare altri soggetti, oltre alle aree protette, con cui costruire percorsi ed itinerari turistici, ad esempio le “Città d'Arte”, sia quelle già frequentate da rilevanti flussi turistici, sia quelle impropriamente dette minori, che potrebbero però destare forte interesse nel profilo del turista potenzialmente interessato alle aree protette. In particolar modo rivolgendosi ai flussi di turismo internazionale potrebbe avere successo proporre un prodotto turistico, declinato in pacchetti da presentare ai *tour operators*, che preveda la visita delle “Città d'Arte” ed il *soggiorno nei Parchi*.

Il Parco intende supportare la costruzione di questi pacchetti turistici facendoli poi accreditare e commercializzare ai tour-operator più competenti ed interessati.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Progetti di marketing turistico

Parchi di Mare e di Appennino

RISULTATI ATTESI

Aumento delle presenze turistiche nel territorio del Parco

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

Operatori economici in generale

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Altri Parchi

CCIAA

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Circa 5.000 euro per la costruzione di ciascun pacchetto

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Difficilmente reperibili

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Accreditamento e commercializzazione dei pacchetti da parte di agenzie e tour operator

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

n. di presenze turistiche sul territorio del Parco all'anno correlate ai pacchetti realizzati

TITOLO PROGETTO

Parchi di Mare e di Appennino

Azioni sinergiche di marketing territoriale e collaborazione con le aree protette adiacenti

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

k. Favorire sinergie e collaborazioni con i “Parchi di Mare e di Appennino” per lo sviluppo di un distretto turistico integrato;

2.3.7 Offrire occasioni di socialità e crescita culturale

b. Favorire la costruzione di relazioni tra il territorio e le comunità del Parco ed il “mondo esterno”.

STATO DI ATTUAZIONE

Completato ma necessita di integrazioni

SINTESI

Azioni di collaborazione, sinergia e supporto, nell’ambito degli obiettivi previsti dai protocolli di intesa sanciti con i Parchi di Mare e d’Appennino: il Parco nazionale delle Cinque Terre, con la sua area marina protetta; il Parco nazionale dell’Appennino tosco-emiliano; i parchi regionali delle Apuane, dei Cento Laghi parmensi, del Frignano modenese e di Monte Marcello-Magra, questi tutti nell’arco di 60 km dal Passo del Cerreto, a cui si sono aggiunti recentemente anche Parco regionale di Migliarino-San Rossore ed il Parco nazionale delle Foreste Casentinesi.

Tra le azioni previste vi sono, a titolo esemplificativo, la partecipazione comune a fiere ed eventi di promozione turistica del territorio e delle sue peculiarità agro-alimentari, la realizzazione sinergica di progetti di educazione ambientale, lo scambio di buone pratiche.

Il progetto che si sta sviluppando, con il supporto tecnico di Legambiente, vuole anche coinvolgere altri soggetti pubblici e privati, sociali ed economici, affinché vengano strette altre alleanze tra questi territori e si vada a creare un unico e consolidato distretto socio-economico orientato dalle valenze ambientali, storiche e culturali delle aree protette.

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Progetti di marketing territoriale

Pacchetti turistici del Parco

RISULTATI ATTESI

Accrescere la notorietà e la conoscenza del Parco dell'Appennino tosco-emiliano

Creare le condizioni affinché incrementino i flussi turistici e la vendita dei prodotti tipici del territorio

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

Produttori agroalimentari tipici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Altri Parchi

Ministero dell'Ambiente

CCIAA

Associazioni di Categoria

Aziende private

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Non prevedibile in quanto dipendente dalle iniziative che si vogliono mettere in campo di anno in anno. È comunque possibile prevedere un impegno annuo non inferiore a 30.000 euro.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Ministero dell'Ambiente

Programmi europei

Contributi regionali

Contributi di CCIAA

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

N. di attività realizzate assieme ai Parchi di Mare e di Appennino all'anno

n. di protocolli di intesa sanciti da altri soggetti socio-economici correlabili allo sviluppo del progetto
Parchi di Mare e di Appennino

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Crescita delle presenze turistiche sul territori provenienti da altri Parchi

Fatturato di Vendita dei prodotti tipici del territorio in panieri od eventi comuni con i prodotti di altri Parchi.

TITOLO PROGETTO

Autunno d'Appennino

Valorizzazione turistica della stagione autunnale

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.

j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

Completato e pronto per essere diffuso e replicato

SINTESI

Autunno di Appennino, più che un singolo progetto racchiude e mette in connessione tra di loro altri progetti, tutti finalizzati, in modo diverso, a promuovere la visita del territorio del Parco ed il turismo anche nei mesi autunnali in cui le valenze naturali, paesaggistiche, agroalimentari e culturali del territorio non sono assolutamente meno interessanti e di valore rispetto ad altre stagioni.

Autunno d'Appennino non si limita però ad essere una cornice di appuntamenti, ma cerca di essere una strategia capace di coinvolgere nuovi attori, idee e opportunità per far sì che la stagione turistica si prolunghi all'autunno, periodo dell'anno che anche da un punto di vista “sociale – ricreativo” il territorio e la popolazione residente necessita maggiormente di intensificare le relazioni con l'esterno.

Ciascun progetto inserito nell'ambito di Autunno di Appennino ha il proprio budget, perciò gli investimenti relativi all'attuazione della strategia in se sono minimi, correlabili essenzialmente all'attività di coordinamento del personale del Parco, all'ideazione di un logo ed un immagine coordinata con cui caratterizzare tutte le iniziative autunnali o alla realizzazione di specifici strumenti di comunicazione.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Castagneto Scuola

Castagneto Giardino

Concorso menù a Km zero

RISULTATI ATTESI

Incrementare le presenze turistiche ed il commercio nel periodo autunnale

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici ed operatori economici in generale

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

5.000,00 euro all'anno per azioni di promozione e comunicazione della strategia Autunno d'Appennino

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Non sono prevedibili specifici finanziamenti

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione di eventi ed iniziative sotto l’egida di Autunno di Appennino

realizzazione di specifici strumenti di promozione realizzati

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Incremento delle presenze turistiche nel periodo autunnale

Numero di eventi - iniziative autunnali organizzate sul territorio

TITOLO PROGETTO

Centro congressuale a Cerreto Laghi

Strutturare il Parco come metà di turismo congressuale

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- a. Promuovere la qualificazione degli operatori turistici e la creazione di nuove strutture ricettive e di servizio in grado di essere interessanti per i molteplici profili dell'eco-turista.
- d. Stimolare la riconversione e l'innovazione delle stazioni per lo sci alpino.

2.3.7 Offrire occasioni di socialità e crescita culturale

- b. Favorire la costruzione di relazioni tra il territorio e le comunità del Parco ed il “mondo esterno”.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Nel territorio del Parco nazionale manca una struttura specificatamente dedicata a poter ospitare conferenze e congressi di medio ed elevato livello. Questa carenza fa sì che il Parco, location interessante per molti soggetti organizzatori di meeting e congressi, debba rinunciare a questa opportunità ed allo stesso tempo manchi una location adeguata e strutturata per organizzare incontri scientifici sui temi e le peculiarità del proprio territorio.

Cerreto Laghi, per la sua centralità, per i servizi turistici e ricettivi che già offre, è la location ideale per realizzare una struttura congressuale che possa anche sostenere un ampliamento dell'offerta turistica (prevalentemente invernale) della località e di quella porzione di territorio.

Il Parco non può sostenere l'investimento di realizzare tale struttura, ma può favorirne l'attività una volta realizzata, sia organizzandovi degli eventi sia cercando di attrarre con la propria marca altri soggetti.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Cerreto Laghi (Collagna)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Emas territoriale di Cerreto Laghi

RISULTATI ATTESI

Realizzazione di un pala congressi nel territorio del Parco

Attivazione di forme di turismo congressuale

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

Soggetti socio-economici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area di Cerreto Laghi e del Passo del Cerreto

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

CCIAA

Associazioni di Categoria

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

L'intervento non avrebbe un costo diretto per il Parco che si limiterebbe a garantire l'utilizzo della struttura per le sue principali iniziative convegnistiche e a fare attività di attrazione di altri potenziali soggetti interessati.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Non prevedibili

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione del pala congressi

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di eventi/anno organizzati nel pala congressi

Numero di presenze turistiche riconducibili all'attività del pala congressi

TITOLO PROGETTO

Mobilità dolce nella Valle del Secchia

Percorsi per fruizione della natura e del paesaggio nel medio corso del fiume Secchia

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.

2.3.3 Migliorare le connessioni tra i vari territori del Parco e tra questi e “l'esterno”

e. Favorire collegamenti di mobilità collettiva con principali città limitrofe ed distretti turistici limitrofi.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

g. Favorire la valorizzazione di alcuni sentieri polifunzionali che consentano di creare un collegamento tra i borghi e le principali emergenze naturalistiche e culturali del territorio del parco.

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

L'intervento si inserisce in un “accordo di programma” già sottoscritto tra PNATE, U.d.C. dell'Alto Appennino Reggiano, Comune di Villa Minozzo, Comune di Castelnovo ne' Monti, Comunità Montana dell'Appennino Reggiano, Provincia di Reggio Emilia relativo ad un progetto per la realizzazione di un percorso per la mobilità dolce nella valle del fiume Secchia.

Obiettivo dell'accordo, in termini generali, è quello di creare un percorso ciclabile, pedonale, ippoturistico, lungo il fiume Secchia, tra la Riserva Naturale Regionale delle Casse di Espansione (Comune di Rubiera) e il Parco Nazionale, abitato di Giarola (Comune di Busana).

In concreto si intende realizzare il tratto di percorso che dalle Fonti di Poiano (Villa Minozzo) raggiunge Giarola, lungo l'alveo del fiume Secchia nel suo tratto più prezioso dal punto di vista naturalistico e paesaggistico (area dei Gessi Triassici).

Il percorso potrà essere realizzato utilizzando tracciati e sentieri esistenti collocati, per quanto possibile all'interno o prossimi all'alveo del fiume Secchia.

L'area si presta in modo particolare all'osservazione dell'avifauna stanziale (airone cenerino, rapaci, falco pecchiaiolo, astore e corvidi) e gli ungulati tra cui il cervo e i chiroteri.

Poiché l'area non presenta dislivelli impegnativi o morfologie accidentate il percorso potrà essere progettato e realizzato anche per essere utilizzato da persone disabili.

Il tema dei percorsi “per tutti” sarà sviluppato anche nell'area circostante la Pietra di Bismantova che costituisce la maggiore emergenza paesaggistica tra le aree dell'accordo.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Pietra di Bismantova e media valle del Secchia

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Progetto Trias

Cuore nel Parco – camminare Bismantova

Centro Visita del Ginepro

Porta dei gessi

Centro Visita di Sologno

RISULTATI ATTESI

Incrementare l'offerta turistica in particolare cicloturistica ed equestre

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente Comune di Castelnovo ne' Monti (RE) e Villa Minozzo (RE)

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Altri Parchi

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

200.000,00 €

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Canali di finanziamento ministeriali o regionali per la mobilità ciclabile

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione dei percorsi

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Monitoraggio utilizzo dei percorsi da parte di turisti e residenti

TITOLO PROGETTO

Parco Bike

Mobilità sostenibile e accessibilità turistica

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.3 Migliorare le connessioni tra i vari territori del Parco e tra questi e “l'esterno”

d. Favorire il coordinamento e le connessioni tra servizi mobilità pubblica di diversi territori e tratte anche di collegamento tra le valli parallele;

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.

e. Favorire lo sviluppo di forme di turismo di comunità, specialmente nei piccoli borghi di crinale, facilitando anche la costruzione di un circuito turistico e di azioni di collaborazione tra le diverse realtà.

h. Favorire lo sviluppo di attività e servizi che permettano, facilitino ed stimolino la fruizione del Parco da parte di persone diversamente abili.

i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.

STATO DI ATTUAZIONE

Completato e pronto per essere diffuso e replicato

SINTESI

Con questo progetto il Parco nazionale promuove un nuovo mezzo per attraversare le montagne senza fatica e godersi in silenzio gli scenari più belli dell'Appennino. Dal 31 luglio 2010 sono infatti a disposizione di turisti, visitatori, appassionati o semplici curiosi, le Parco Bike, dieci speciali biciclette a pedalata assistita per girovagare comodamente ed ecologicamente per le nostre strade più belle. Le biciclette a pedalata assistita non vanno confuse con le classiche biciclette elettriche da città, ma sono mezzi specializzati, nati dalla ricerca per la riabilitazione motoria e la prevenzione delle malattie cardiovascolari e solo in seguito utilizzate per il turismo. Cavalcando queste bici, con un minimo sforzo, anche una persona non allenata può affrontare percorsi ripidi e faticosi, senza sudare, ma facendo quella leggera attività fisica che consente di mantenere il fisico

in un buon stato di forma. Sarà così possibile, pedalando lungo i pendii e le strade di montagna, raggiungere borghi, monti, valli e castelli e passare una piacevole giornata a diretto contatto con la natura.

Le biciclette sono dotate di cambio, freni a disco anteriori e posteriori e ruote e coperture che consentono la massima sicurezza in ogni situazione.

Per l'estate 2010, in via sperimentale, le biciclette saranno a noleggio da turisti e residenti, a rotazione, presso i quattro Centri Visita del Parco.

In futuro tutti i centri visita ed altri punti strategici del territorio dovranno essere dotati di queste biciclette e dovrà essere organizzato un sistema di “poste” in cui i turisti potranno prelevare e lasciare le biciclette, integrando tali spostamenti a tratti fatti a piedi o con altri mezzi.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Apella (MS), Succiso (RE), Lagdei (PR), Pontecchio (LU)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Centri Visita

Progetti di promozione turistica

RISULTATI ATTESI

Incrementare e migliorare l'offerta turistica

Ampliare i servizi offerti dai Centri Visita del Parco

Offrire la possibilità di visitare il Parco in bicicletta anche a persone non spiccatamente atletiche

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

Centri Visita

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco in cui verranno rese disponibili le biciclette

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Altri Parchi

CCIAA

Aziende private

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

50.000 per 20 biciclette ed attività di promozione

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Canali di finanziamento europei o ministeriali correlati alla mobilità sostenibile

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Numero di biciclette disponibili sul territorio del Parco

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Giornate di noleggi/utilizzi per bicicletta all'anno

TITOLO PROGETTO

Albergo diffuso a Camporaghena e Torsana

Promozione di una forma di turismo sostenibile nei borghi del Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

b. Facilitare la nascita di nuove imprese (preferibilmente composte da giovani, donne, e/o da soggetti diversamente abili) e lo sviluppo/innovazione di quelle esistenti nei settori turismo, commercio, servizi alla persona ed alle famiglie.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

e. Favorire lo sviluppo di forme di turismo di comunità, specialmente nei piccoli borghi di crinale, facilitando anche la costruzione di un circuito turistico e di azioni di collaborazione tra le diverse realtà.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Organizzazione e promozione di una forma di ospitalità diffusa nei borghi di Camporaghena e Torsana, coinvolgendo in tale progetto tutti i soggetti interessati sia privati cittadini che aziende turistiche pre-esistenti.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Camporaghena e Torsana – Comano (MS)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Accessibilità per i borghi di Camporaghena e Torsana

RISULTATI ATTESI

Flussi turistici nei borghi oggetto del progetto e nell'area limitrofa

Aumento delle case ristrutturate nei borghi

Aumento dei residenti e dei semiresidenti nei borghi

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici, residenti e proprietari di immobili nei due borghi.

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

I borghi di Camporaghena e Torsana e l'area limitrofa, ma qualora l'esperimento avesse successo potrebbe essere ripetuto in altri borghi del territorio del parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

30.000,00 per organizzare l'offerta e promuoverla

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Fondi Leader

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione di un offerta di albergo diffuso nei borghi di Camporaghena e Torsana

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di turisti che fruiscono dell'offerta all'anno

Aumento dei residenti o semiresidenti nei due borghi

Aumento di case ristrutturate nei due borghi

TITOLO PROGETTO

La strada della storia nel Parco

Connessione e valorizzazione delle principali realtà storiche ed architettoniche del territorio

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

- a. Tutelare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco garantendone una corretta e sostenibile fruizione odierna e la conservazione per le generazioni future.
- b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.
- c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- b. Realizzare iniziative di carattere pedagogico e scientifico in grado di attrarre turismo scolastico (di ogni ordine e grado) e promuovere percorsi di educazione ambientale, approfondimento e ricerca scientifica che prevedano il soggiorno e la relazione con il territorio.
- c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.
- g. Favorire la valorizzazione di alcuni sentieri polifunzionali che consentano di creare un collegamento tra i borghi e le principali emergenze naturalistiche e culturali del territorio del parco.
- h. Favorire lo sviluppo di attività e servizi che permettano, facilitino ed stimolino la fruizione del Parco da parte di persone diversamente abili.

2.3.7 Offrire occasioni di socialità e crescita culturale

- a. Stimolare occasioni di crescita culturale, socialità consolidamento dell'identità territoriale e delle tradizioni, favorendo innanzitutto la conoscenza e lo scambio reciproca tra i diversi “versanti” del Parco e valorizzando, in particolare, le numerose esperienze di volontariato di coesione sociale e di solidarietà.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Creazione di un circuito che metta in connessione, valorizzi e promuova le principali realtà storiche ed architettoniche presenti nel territorio del Parco, (sacra stele, castelli, linea gotica, pievi, edilizia rurale....) offrendo una ulteriore ed interessante chiave di lettura del territorio per turisti e residenti

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Porte del Parco

Centri Visita

RISULTATI ATTESI

Valorizzare le peculiarità storiche ed architettoniche del territorio, creando nuovi flussi turistici attratti dal connubio di tale offerta con il patrimonio ambientale del Parco.

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Altri Parchi

Ministero dei beni culturali

Soprintendente ai beni culturali

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Non meno di 200.000,00 € ma la cifra può aumentare significativamente a seconda del numero di elementi che si vogliono mettere in rete e delle attività di promozione che verranno organizzate.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Fund raising da parte di privati

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione della “strada della storia nel Parco” e sua promozione

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di turisti/anno che fruiscono delle offerte correlate alla “strada della storia nel Parco”

TITOLO PROGETTO

Valle del Lucola un paesaggio da vivere

Creazione di una percorso turistico legato al territorio, all'agricoltura e alla sua cultura materiale.

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

- a. Tutelare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco garantendone una corretta e sostenibile fruizione odierna e la conservazione per le generazioni future.
- b. Far conoscere e valorizzare le risorse ambientali, paesaggistiche, naturali e storiche del Parco.
- c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

- a. Comprendere e valorizzare il ruolo sociale e culturale dei cittadini affettivi facilitandone la semiresidenza.
- b. Facilitare la nascita di nuove imprese (preferibilmente composte da giovani, donne, e/o da soggetti diversamente abili) e lo sviluppo/innovazione di quelle esistenti nei settori turismo, commercio, servizi alla persona ed alle famiglie.
- c. Facilitare flussi migratori di famiglie interessate a sviluppare attività nel settore agro-silvo-pastorali nelle porzioni più alte del territorio e secondo le tecniche tradizionali ed estensive.
- d. Mitigare le criticità dei borghi dell'alto crinale e offrire loro occasioni di ripresa prevalentemente sociale e demografica, facilitando lo sviluppo di forme di cooperazione e mutuo soccorso tra i residenti nei borghi per potenziare i servizi di base offerti ed incrementare la qualità della vita.
- e. Creare le condizioni e favorire l'insediamento di persone provenienti per lo più da ambiti metropolitani in cerca di “un maggior qualità della vita” ed in grado di mettere a disposizione del territorio risorse economiche ed esperienze professionali qualificate.

2.3.3 Migliorare le connessione tra i vari territori del Parco e tra questi e “l'esterno”

- a. Favorire la possibilità per tutto il territorio di connessioni veloci e stabili ad Internet.
- b. Migliorare i collegamenti del crinale con aeroporti e stazioni ferroviarie limitrofe
- c. Sviluppare formule innovative di servizi di trasporto collettivo fruibili dagli abitanti dei piccoli borghi
- d. Favorire il coordinamento e le connessioni tra servizi mobilità pubblica di diversi territori e tratte anche di collegamento tra le valli parallele;
- e. Favorire collegamenti di mobilità collettiva con principali città limitrofe ed distretti turistici limitrofi.
- f. Valorizzare le linee ferroviarie Aulla-Lucca, Parma-Aulla e le connessioni tra le stazioni ed il crinale del Parco

2.3.4 Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale

- a. Valorizzare e promuovere le produzioni agroalimentari tipiche e di qualità ed il rapporto con territorio e biodiversità parco.
- b. Stimolare le aziende agricole alla multifunzione: energia, manutenzione territorio, turismo (ricettività e servizi), lavorazione/commercializzazione diretta prodotti.
- c. Favorire recupero produzioni tradizionali di qualità abbandonate.
- d. Favorire ottenimento marchi di qualità e tracciabilità dei prodotti.
- e. Favorire le aziende agricole che si impegnano nel recupero e sviluppo di produzioni che consentono mantenimento di biodiversità coltivata/allevata nel Parco.
- f. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- a. Promuovere la qualificazione degli operatori turistici e la creazione di nuove strutture ricettive e di servizio in grado di essere interessanti per i molteplici profili dell'eco-turista.
- b. Realizzare iniziative di carattere pedagogico e scientifico in grado di attrarre turismo scolastico (di ogni ordine e grado) e promuovere percorsi di educazione ambientale, approfondimento e ricerca scientifica che prevedano il soggiorno e la relazione con il territorio.
- c. Favorire la sperimentazione di modelli di offerta turistica in tutte le stagioni ed in tutti i borghi/aree del Parco in particolare correlata alle attività sportive, alla valorizzazione dei prodotti tipici ed alla conoscenza delle valenze storiche e culturali del territorio.
- d. Stimolare la riconversione e l'innovazione delle stazioni per lo sci alpino.

- e. Favorire lo sviluppo di forme di turismo di comunità, specialmente nei piccoli borghi di crinale, facilitando anche la costruzione di un circuito turistico e di azioni di collaborazione tra le diverse realtà.
- f. Favorire la creazione di relazioni dirette tra caccia, pesca, raccolta dei funghi e prodotti del sottobosco ed il settore turistico.
- g. Favorire la valorizzazione di alcuni sentieri polifunzionali che consentano di creare un collegamento tra i borghi e le principali emergenze naturalistiche e culturali del territorio del parco.
- h. Favorire lo sviluppo di attività e servizi che permettano, facilitino ed stimolino la fruizione del Parco da parte di persone diversamente abili.
- i. Favorire la creazione di reti tra operatori, anche di territori differenti affinché si sviluppino e vengano gestiti molteplici offerte declinate in pacchetti turistici pronti ad essere commercializzati.
- j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;
- k. Favorire sinergie e collaborazioni con i “Parchi di Mare e di Appennino” per lo sviluppo di un distretto turistico integrato;
- l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.6 Favorire lo sviluppo sostenibile di filiere energia rinnovabile e dell'efficienza energetica

- a. Favorire la diffusione tra cittadini ed imprese residenti nei comuni del Parco, in forma singola o aggregata, di interventi volti alla produzione di energia rinnovabile ed alla efficienza energetica degli edifici;
- b. Favorire lo sviluppo di centrali per la produzione di energia rinnovabile, in particolare mini-idroelettrico, piccole centrali a biomassa ed eolico, se ambientalmente compatibili con le esigenze di tutela del Parco.

2.3.7 Offrire occasioni di socialità e crescita culturale

- a. Stimolare occasioni di crescita culturale, socialità consolidamento dell'identità territoriale e delle tradizioni, favorendo innanzitutto la conoscenza e lo scambio reciproca tra i diversi “versanti” del Parco e valorizzando, in particolare, le numerose esperienze di volontariato di coesione sociale e di solidarietà.
- b. Favorire la costruzione di relazioni tra il territorio e le comunità del Parco ed il “mondo esterno”.
- c. Costruzione relazioni con soggetti pubblici e privati, di valore nazionale ed internazionale, e facilitare la loro presenza fattiva sul territorio.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

- a. Effettuare ricerca e sviluppo nell’ambito delle opportunità offerte al territorio dai paradigmi della soft-economy e della green-economy.
- b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l’avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.
- c. Favorire interconnessioni tra le realtà socio-economiche dei territori, scambi di buone pratiche e instaurazione di alleanze territoriali ed imprenditoriali, anche attraverso protocolli di intesa con associazioni di categoria e organizzazioni socio-economiche del territorio
- d. Monitorare le opportunità per il tessuto socio-economico locale di attrarre finanziamenti atti all’attuazione degli obiettivi del PPES ed assistere i soggetti pubblici e privati nella redazione delle candidature

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Il territorio compreso nella valle del Lucola comprende in un raggio davvero ridotto numerose eccellenze produttive, storiche, naturalistiche e culturali.

Non esiste una percezione globale e diffusa di questa area, che è vista, vissuta e fruita in modo frammentario, punto per punto e luogo per luogo; un’area di appena 10 kmq che ospita varie emergenze e realtà, dai Gessi Triassici, alla Rocca di Minozzo al Museo della civiltà contadina, si presenta come un insieme disperso e indistinto di piccole realtà, che proprio perché non si percepiscono vicine non riescono a dialogare tra loro.

Questa percezione “scomposta” incide su tutti gli aspetti del territorio, dall’identità alla produzione al valore economico in senso stretto, e rende in partenza debole ogni azione di sviluppo e promozione che ognuna delle numerose realtà attive nella valle possa pensare di portare avanti, anche a prezzo di sforzi notevoli da parte di imprese, comunità o istituzioni: prese una per una le emergenze e le potenzialità di un luogo sono solo episodi, ma all’interno di un diverso concetto territoriale e di conseguenza di una nuova scala di intervento possono acquistare valenze e prospettive nuove.

Scopo di questo progetto è proprio quello di valorizzare le emergenze di questa parte di Appennino, ma soprattutto quello di proporre una visione di sistema ricomponendo l’antico sistema territoriale della Valle del Lucola, rileggendo le sue valenze culturali e restituendo infine al borgo di Minozzo, antica sede di Pieve e Rocca, una sua centralità attraverso la fruizione didattica e turistica con l’obiettivo di innescare meccanismi di crescita economica, nella convinzione che

quando un territorio riesce a vedersi in modo nuovo anche le idee e le potenzialità di sviluppo trovano in esso nuova linfa e nuovi orizzonti di riferimento.

Tutte le potenzialità – emergenze naturali, storiche, produttive, culturali del territorio vengono riviste e reinterpretate secondo questa nuova visione di sistema, e trovano in esso il loro ruolo concettuale e territoriale oltre ad una posizione che viene finalmente definita e che le collega strettamente a tutte le altre: le Fonti di Poiano diventano anche la porta di accesso alla valle del Lucola, e Minozzo ne diventa il centro tra Latteria, Pieve e Rocca, mentre Sologno ne diventa il cardine; in questa nuova visione, che ha il suo fulcro nella cultura materiale del territorio, anche il Museo della Civiltà Contadina trova un ruolo nuovo e centrale, ma anche una nuova collocazione geografica e le possibilità di un potenziamento.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Valle del Lucola tra Minozzo, Sologno e le Fonti di Poiano – Villa Minozzo (RE)

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Progetto Trias

Centro visita di Sologno

Mobilità Dolce valle del Secchia

RISULTATI ATTESI

Incremento di turismo nell'area oggetto dell'intervento

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Operatori turistici

turisti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Principalmente l'area limitrofa all'intervento

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

50.000,00 €

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Non prevedibili attualmente

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione del percorso e sua valorizzazione e promozione

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di turisti anno che fruiscono del percorso

TITOLO PROGETTO

Parcoenergia

“Gruppi di acquisto” per produzione di energia rinnovabile ed efficienza energetica

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

b. Facilitare la nascita di nuove imprese (preferibilmente composte da giovani, donne, e/o da soggetti diversamente abili) e lo sviluppo/innovazione di quelle esistenti nei settori turismo, commercio, servizi alla persona ed alle famiglie.

2.3.6 Favorire lo sviluppo sostenibile di filiere energia rinnovabile e dell'efficienza energetica

a. Favorire la diffusione tra cittadini ed imprese residenti nei comuni del Parco, in forma singola o aggregata, di interventi volti alla produzione di energia rinnovabile ed alla efficienza energetica degli edifici;

b. Favorire lo sviluppo di centrali per la produzione di energia rinnovabile, in particolare mini-idroelettrico, piccole centrali a biomassa ed eolico, se ambientalmente compatibili con le esigenze di tutela del Parco.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spinn-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.

c. Favorire interconnessioni tra le realtà socio-economiche dei territori, scambi di buone pratiche e instaurazione di alleanze territoriali ed imprenditoriali, anche attraverso protocolli di intesa con associazioni di categoria e organizzazioni socio-economiche del territorio

STATO DI ATTUAZIONE

Completato ma necessita di integrazioni

SINTESI

Parcoenergia è una strategia di progetti finalizzati a favorire i residenti ed i proprietari di immobili nel territorio del parco nella installazione di tecnologie per la produzione di energie rinnovabili e per l'efficienza energetica e termica degli edifici.

Le iniziative di Parcoenergia, come già avvenuto con il progetto Sole e Parco realizzato in collaborazione con la CNA e che favoriva l'acquisto di pannelli fotovoltaici, agiranno sia agendo sulla leva della sensibilizzazione ed informazione dei residenti sui vantaggi che queste tecnologie offrono in termini economici ed ambientali, sia strutturando offerte particolarmente vantaggiose di acquisto grazie all'aggregazione di acquirenti e facendo leva sul valore in termini di marketing offerto dalla marca Parco nazionale.

Tra gli interventi realizzabili nell'ambito di Parcoenergia vi saranno sia altre iniziative di gruppi di acquisto di tecnologie (pannelli solari-termici, caldaie/stufe ad alta efficienza, isolamenti, minieolico...) sia la costruzione di azionariati popolari per la realizzazione di piccoli impianti di energia rinnovabile gestiti da cooperative di borgo.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Nessuna evidente correlazione

RISULTATI ATTESI

Incremento della produzione di energia rinnovabile sul territorio del parco

Riduzione delle emissioni dirette di gas clima alternati nel territorio del Parco

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Residenti e proprietari di immobili nel territorio del Parco

Artigiani ed aziende che operano nel settore dell'energia rinnovabile e dell'isolamento termico

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Associazioni di Categoria

Aziende private

Università

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Per ogni progetto afferente alla strategia Parcoenergia il Parco dovrà considerare un investimento variabile tra i 10.000,00 ed i 30.000,00 in azioni di promozione e sensibilizzazione dei residenti.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Nessun canale di finanziamento specifico

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione di progetti che offrano ai residenti condizioni vantaggiose per produrre energie rinnovabili o realizzare efficienza termica/energetica

Elenco azioni di sensibilizzazione/informazione realizzate

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Kw/h di energia rinnovabile “domestica” prodotta nel territorio del parco

N di residenti/proprietari di immobili che hanno aderito alle iniziative di Parcoenergia

TITOLO PROGETTO

Energia da Sole, Acque, Vento e Biomasse

Mappa delle potenzialità del territorio del Parco in termini di produzione potenziale di energie rinnovabili

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.4 Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale

b. Stimolare le aziende agricole alla multifunzione: energia, manutenzione territorio, turismo (ricettività e servizi), lavorazione/commercializzazione diretta prodotti.

2.3.6 Favorire lo sviluppo sostenibile di filiere energia rinnovabile e dell'efficienza energetica

b. Favorire lo sviluppo di centrali per la produzione di energia rinnovabile, in particolare mini-idroelettrico, piccole centrali a biomassa ed eolico, se ambientalmente compatibili con le esigenze di tutela del Parco.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

a. Effettuare ricerca e sviluppo nell'ambito delle opportunità offerte al territorio dai paradigmi della soft-economy e della green-economy.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Realizzare delle cartografia tecnica, da rendere disponibile a Comuni e tessuto economico-sociale, sulle potenzialità del territorio del Parco in termini di produzione potenziale di energia rinnovabile derivante micro-impianti fotovoltaici, idroelettrici e da impianti a biomasse ed eolici.

La cartografia dovrà anche mettere in evidenza i limiti e le tutele necessarie al rispetto del mandato del Parco così come la compatibilità di diversi impianti agenti sulla stessa fonte di risorse (in particolare per quanto riguarda le centrali mini-idroelettriche).

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Nessuna correlazione specifica

RISULTATI ATTESI

Una valutazione precisa e scientifica delle potenzialità del territorio in termini di produzione di energia rinnovabile

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Comuni

imprese

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Università

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

Circa 80.000,00 euro per la realizzazione dei quattro studi/cartografie

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Nessun canale prevedibile

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Realizzazione degli studi e delle cartografie

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Ampia diffusione dei risultati degli studi/cartografia e pieno utilizzo sostenibile delle potenzialità del territorio del Parco in termini di produzione di energia rinnovabile

TITOLO PROGETTO

Borghi a zero CO₂

Azzeramento delle emissioni di CO₂ dei comuni del Parco attraverso produzione di energia rinnovabile

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.6 Favorire lo sviluppo sostenibile di filiere energia rinnovabile e dell'efficienza energetica

- a. Favorire la diffusione tra cittadini ed imprese residenti nei comuni del Parco, in forma singola o aggregata, di interventi volti alla produzione di energia rinnovabile ed alla efficienza energetica degli edifici;
- b. Favorire lo sviluppo di centrali per la produzione di energia rinnovabile, in particolare mini-idroelettrico, piccole centrali a biomassa ed eolico, se ambientalmente compatibili con le esigenze di tutela del Parco.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

- j. Organizzare un efficace sistema di marketing territoriale ed informazione turistica sul territorio;

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare (ad eccezione del Comune di Bagnone che lo sta facendo autonomamente)

SINTESI

Effettuare un bilancio CO₂ dei territori comunali del Parco ed azzerarne le emissioni di CO₂ prodotte da abitazioni, mobilità, imprese, agricoltura... mediante la produzione di energie rinnovabile con impianti collettivi o singoli (fotovoltaico, eolico, mini-idroelettrico...)

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Parco energia

RISULTATI ATTESI

Diffusione delle energie rinnovabili nel territorio

Marketing territoriale

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Amministrazioni comunali del territorio del Parco e loro residenti

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

Regioni

Ministero dell'Ambiente

CCIAA

Associazioni di Categoria

Aziende private

Università

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

1.000.000,00 €

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Finanziamenti comunitari, ministeriali, regionali per le energie rinnovabili

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Installazione di sufficienti impianti per le energie rinnovabili per azzerare la produzione di CO₂ dei Comuni del Parco

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

TEP di energia rinnovabile prodotta all'anno,

tonnellate di CO₂ risparmiate all'anno

TITOLO PROGETTO

Gemellaggi nel Parco

Gemellaggi tra comunità, Enti ed Associazioni dei diversi territori del Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.1 Garantire la tutela, la conservazione e la valorizzazione dei beni ambientali, paesaggistici, naturali, storici e culturali

c. Favorire tra le popolazioni residenti la conoscenza di tutto il territorio del Parco, la capacità di riconoscerne il valore al fine di stimolare la creazione di un nuovo orgoglio territoriale e di una identità comune.

2.3.7 Offrire occasioni di socialità e crescita culturale

a. Stimolare occasioni di crescita culturale, socialità consolidamento dell'identità territoriale e delle tradizioni, favorendo innanzitutto la conoscenza e lo scambio reciproca tra i diversi “versanti” del Parco e valorizzando, in particolare, le numerose esperienze di volontariato di coesione sociale e di solidarietà.

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

Il Parco deve favorire le iniziative volte a creare relazioni stabili tra le comunità, gli enti le associazioni di volontariato e le scuole dei vari territori del parco che si traducano nello scambio reciproco di valori tradizioni e conoscenze e si concretizzino con presenze fisiche di “relazioni gemelle” nell'ambito di iniziative, fiere, feste di paese, manifestazioni.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Cittadini del Parco

Giornale del Parco

RISULTATI ATTESI

Far conoscere ed apprezzare a tutti i residenti del parco le valenze e le peculiarità di tutto il territorio

Creare un diffuso senso di appartenenza al parco capace di superare localismi e campanilismi

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Associazioni di volontariato

Pro-loco

Comuni del Parco

scuole

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Scuole

Associazioni

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

La cifra destinata a sostenere le varie iniziative di gemellaggio dipende dalle esigenze e dalle caratteristiche delle iniziative proposte, ma complessivamente è possibile prevedere un budget annuo non superiore ai 10.000,00

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Sponsor privati

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Numero di gemellaggi attivati

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di iniziative “di scambio” realizzate dai gemellaggi attivati

Numero di residenti coinvolti dai gemellaggi

TITOLO PROGETTO

Agenzia di sviluppo

Ricerca e supporto alle occasioni di sviluppo socio-economico sostenibile

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.2 Rallentare e invertire il flusso migratorio e l'emorragia di risorse umane in particolare nei piccoli borghi e nei territori di crinale.

b. Facilitare la nascita di nuove imprese (preferibilmente composte da giovani, donne, e/o da soggetti diversamente abili) e lo sviluppo/innovazione di quelle esistenti nei settori turismo, commercio, servizi alla persona ed alle famiglie.

2.3.4 Favorire l'innovazione del settore agro-silvo-pastorale

b. Stimolare le aziende agricole alla multifunzione: energia, manutenzione territorio, turismo (ricettività e servizi), lavorazione/commercializzazione diretta prodotti.

f. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.5 Contribuire allo sviluppo di un distretto di eco-turismo

a. Promuovere la qualificazione degli operatori turistici e la creazione di nuove strutture ricettive e di servizio in grado di essere interessanti per i molteplici profili dell'eco-turista.

l. Aiutare le aziende a “sfruttare” il valore della marca Parco nazionale in termini di marketing.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

a. Effettuare ricerca e sviluppo nell'ambito delle opportunità offerte al territorio dai paradigmi della soft-economy e della green-economy.

b. Realizzare progetti pilota e stimolare e supportare l'avvio di spin-off imprenditoriali finalizzate al raggiungimento degli obiettivi del Piano stesso.

c. Favorire interconnessioni tra le realtà socio-economiche dei territori, scambi di buone pratiche e instaurazione di alleanze territoriali ed imprenditoriali, anche attraverso protocolli di intesa con associazioni di categoria e organizzazioni socio-economiche del territorio

d. Monitorare le opportunità per il tessuto socio-economico locale di attrarre finanziamenti atti all'attuazione degli obiettivi del PPES ed assistere i soggetti pubblici e privati nella redazione delle candidature

STATO DI ATTUAZIONE

Interamente da realizzare

SINTESI

L' "Agenzia di sviluppo" svolgerà per l'Ente Parco e per i Comuni, le imprese e le associazioni del suo territorio un'attività di ricerca di possibili canali di finanziamento e di idee e soluzioni innovative per migliorare il tessuto socio-economico secondo i paradigmi e gli obiettivi del PPES.

L' "Agenzia di sviluppo" avrà anche un ruolo di supporto e assistenza, affiancando tutti gli interlocutori interessati ad attuare le strategie ed i progetti del PPES, favorendo azioni di business plan¹⁵, spin-off¹⁶ e start up¹⁷ imprenditoriale.

L'Agenzia, pur essendo situata presso le sedi del Parco, dovrà organizzare momenti periodici di presenza ed incontro con le realtà socio-economiche del territorio.

All'Agenzia di sviluppo spetterà anche il compito di monitorare l'attuazione del PPES e proporre alla Comunità di Parco i periodici aggiornamenti.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Tutti i progetti che hanno una valenza di sviluppo economico

RISULTATI ATTESI

Attuare il maggior numero di progetti del PPES

¹⁵ Un business plan o (piano di business, o progetto d'impresa) è una rappresentazione degli obiettivi e del modello di business di un'attività d'impresa. Viene utilizzato sia per la pianificazione e gestione aziendale che per la comunicazione esterna, in particolare verso potenziali finanziatori o investitori.

¹⁶ Il termine anglosassone spin-off indica il fenomeno di creazione di una nuova unità economica, ad opera di alcuni soggetti, che abbandonano una precedente attività svolta all'interno dell'impresa o di un'altra istituzione già esistente (ad es. università, laboratori di ricerca, ecc.). La nuova realtà può essere considerata come una riorganizzazione più efficiente del processo produttivo.

¹⁷ Con il termine startup si identifica l'operazione e il periodo durante il quale si avvia un'impresa. Si tratta di solito di imprese appena costituite, nelle quali vi sono ancora processi organizzativi in corso. Nello startup possono avvenire operazioni di acquisizione delle risorse tecniche correnti, di definizione delle gerarchie e dei metodi di produzione, di ricerca di personale, ma anche studi di mercato con i quali si cerca di definire le attività e gli indirizzi aziendali.

Facilitare la creazione di nuove imprese nel territorio del Parco o lo sviluppo di esistenti secondo i paradigmi della soft-economy

Ottenere finanziamenti “esterni” funzionali allo sviluppo del PPES da parte dell’Ente Parco e degli Enti, imprese ed associazioni del suo territorio

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL’INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Imprese, Associazioni ed Enti Locali del territorio del Parco

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL’INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Comuni

Comunità Montane – Unioni di Comuni

Province

CCIAA

Associazioni di Categoria

Università

STIMA DEL COSTO DELL’INTERVENTO

I costi da sostenere per le attività dell’Agenzia sono proporzionali alle attività ed i progetti che essa dovrà seguire su tutto il territorio del Parco, 50.000,00 euro all’anno è l’investimento base per renderla realmente attiva ed efficace

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

CCIAA

Associazioni di categoria

Fondi Provinciali

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Strutturazione dell’Agenzia di sviluppo del Parco e promozione sul territorio dei suoi servizi

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di imprese, associazioni, Enti Locali supportate dall’Agenzia nello sviluppo di progetti

Numero di candidature a canali di finanziamento presentate del “territorio” con il supporto dell’Agenzia”

Stima economica delle risorse attratte sul territorio all’anno grazie al supporto dell’Agenzia di sviluppo

TITOLO PROGETTO

Network aziende amiche del parco

Attività di fund raising a favore dei progetti del Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

- c. Favorire interconnessioni tra le realtà socio-economiche dei territori, scambi di buone pratiche e instaurazione di alleanze territoriali ed imprenditoriali, anche attraverso protocolli di intesa con associazioni di categoria e organizzazioni socio-economiche del territorio
- d. Monitorare le opportunità per il tessuto socio-economico locale di attrarre finanziamenti atti all'attuazione degli obiettivi del PPES ed assistere i soggetti pubblici e privati nella redazione delle candidature

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

Il Parco Nazionale dell'Appennino tosco-emiliano, grazie al suo status e ai progetti che realizza può a pieno titolo proporsi alle aziende come un partner importante e stimolante per percorsi innovativi di Responsabilità Sociale d'Impresa¹⁸ per concretizzare insieme la necessità di salvaguardare il patrimonio del Parco attraverso nuove opportunità di sviluppo.

La creazione di un "Network di aziende amiche del Parco Nazionale Appennino tosco-emiliano" permetterà il parziale finanziamento di un gruppo di progetti del Parco, distinti per oggetto e caratteristiche, nei quali le aziende aderenti potranno maggiormente identificarsi.

¹⁸ Per responsabilità sociale d'impresa (o Corporate Social Responsibility, CSR) si intende l'integrazione di preoccupazioni di natura etica all'interno della visione strategica d'impresa: è una manifestazione della volontà delle grandi, piccole e medie imprese di gestire efficacemente le problematiche d'impatto sociale ed etico al loro interno e nelle zone di attività. Nell'ultimo periodo è nata una nuova declinazione della responsabilità sociale, non solo riferita alla singola impresa, ma a tutta la collettività. Questa declinazione è particolarmente indirizzata e calzante per la realtà italiana a causa della composizione territoriale (Piccole-medie imprese, tendenzialmente raggruppate in distretti industriali collegati in forma reticolare). La strategia della Responsabilità Sociale D'impresa per stimolare le imprese ad assumere comportamenti responsabili, viene ora calata in un nuovo contesto, dove il soggetto promotore è tutta la comunità, tutto il territorio nel quale vivono e operano i diversi portatori di interesse. Il passaggio da una "responsabilità singola e/o individuale" ad una "responsabilità collettiva" ha l'obiettivo di accompagnare le istituzioni e le organizzazioni (pubbliche e private; profit e non profit) in un percorso di costruzione condivisa dove le giuste istanze economiche vanno coniugate con le attenzioni sociali e ambientali nell'ottica di uno sviluppo sostenibile. La CSR Territoriale ha come scopo quello di migliorare la qualità della vita della comunità.

Le risorse raccolte dal *fund raising*¹⁹ saranno totalmente aggiuntive rispetto al bilancio ordinario del Parco nazionale, in alcuni casi potranno unirsi ad esse per sostenere componenti aggiuntive di progetti già a bilancio del Parco, in altri casi potranno coprire interamente le esigenze per sviluppi di nuovi progetti non previsti dal bilancio ordinario.

Oltre al lato economico la costituzione del Network consentirà al Parco di avere uno spazio di incontro e confronto con il tessuto imprenditoriale del proprio territorio in cui attivare forme concrete ed efficaci di coinvolgimento dei propri *stakeholder*²⁰ nel perseguimento degli obiettivi e della *mission* del Parco in più situazioni.

LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Tutti i progetti del PPES in particolare quelli con spiccate caratteristiche sociali, educative o che hanno molta visibilità.

RISULTATI ATTESI

Ottenere finanziamenti per realizzare i progetto del PPES

Creare un network di aziende che hanno attenzione nei confronti dell'operato del Parco nazionale

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

I beneficiari dei progetti che verranno finanziati

¹⁹ Il *fund raising* è una parola inglese che non è traducibile semplicemente in raccolta fondi. "To raise" ha il senso di: far crescere, coltivare, sorgere, ossia di sviluppare i fondi necessari a sostenere una azione senza finalità di lucro. Infatti il *fund raising* trova le sue origini nell'azione delle organizzazioni non profit, quelle organizzazioni che hanno l'obbligo di non destinare i propri utili ai soci, ma di reinvestirli per lo sviluppo delle proprie finalità sociali. Tuttavia attualmente il *fund raising* viene praticato anche da enti e servizi pubblici e da aziende che promuovono iniziative a scopo sociale.

²⁰ Con il termine *stakeholder* si individuano i soggetti "portatori di interessi" nei confronti di un'iniziativa economica, sia essa un'azienda o un progetto. Fanno, ad esempio, parte di questo insieme: i clienti, i fornitori, i finanziatori (banche e azionisti), i collaboratori, ma anche gruppi di interesse esterni, come i residenti di aree limitrofe all'azienda o gruppi di interesse locali.

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio del Parco

POSSIBILI PARTNERSHIP

Altri Parchi

CCIAA

Associazioni di Categoria

Aziende private

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

L'intervento a piccolissimi costi di attivazione e successivamente la gestione del network viene sostenuta con parte delle risorse che le aziende riconoscono al parco.

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

nessuno

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Creazione del network

Utilizzo dei fondi raccolti ai progetti

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di aziende aderenti al network

Numero di progetti sostenuti

Ammontare di risorse reperite

TITOLO PROGETTO

Completamento sede Comunità di Parco

Un centro per le relazioni economiche e sociale del Parco

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PPES A CUI SI RIFERISCE

2.3.7 Offrire occasioni di socialità e crescita culturale

b. Favorire la costruzione di relazioni tra il territorio e le comunità del Parco ed il “mondo esterno”.

2.3.8 Innescare occasioni di innovazione, sperimentazione e interconnessione tra i territori ed integrazione

a. Effettuare ricerca e sviluppo nell’ambito delle opportunità offerte al territorio dai paradigmi della soft-economy e della green-economy.

c. Favorire interconnessioni tra le realtà socio-economiche dei territori, scambi di buone pratiche e instaurazione di alleanze territoriali ed imprenditoriali, anche attraverso protocolli di intesa con associazioni di categoria e organizzazioni socio-economiche del territorio

STATO DI ATTUAZIONE

In corso di realizzazione

SINTESI

Il completamento della sede della Comunità di Parco (oltre che del CTA), sita a Ligonchio nell’immobile storico del complesso industriale ENEL (ex Edison) nel centro dell’abitato, offrirà a tutto il territorio un luogo specificatamente deputato all’incontro ed alle strategie di sviluppo economico e sociale. L’immobile è in via di ristrutturazione.

LOCALIZZAZIONE DELL’INTERVENTO

Ligonchio

CORRELAZIONE CON ALTRI PROGETTI

Atelier di onda in onda

RISULTATI ATTESI

Facilitare il ruolo e le attività della Comunità di Parco

PRINCIPALI BENEFICIARI DELL'INTERVENTO (diretti ed indiretti)

Attori socio-economici del territorio

TERRITORIO DEL PARCO SU CUI RICADRANNO I BENEFICI DELL'INTERVENTO

Tutto il territorio

POSSIBILI PARTNERSHIP

nessuno

STIMA DEL COSTO DELL'INTERVENTO

150.000,00 per le opere di ristrutturazione più gli arredi

POSSIBILI CANALI DI COFINANZIAMENTO

Ministero dell'Ambiente

Fondi regionali-provinciali

INDICATORI DI MONITORAGGIO ATTUAZIONE INTERVENTO

Inaugurazione della sede

INDICATORI DI MONITORAGGIO EFFICACIA INTERVENTO

Numero di attività/iniziativa della Comunità di Parco svolte presso la sede

4. PRIORITA'

4.0 Premessa

In questo capitolo vengono delineate gli indirizzi per valutare la priorità dei progetti, qualora, come è probabile prevedere, durante l'attuazione del Piano dovesse essere necessario effettuare delle scelte a causa di ristrettezze di bilancio o scarsità di capacità esecutiva.

La priorità accordata ad alcuni progetti rispetto ad altri determina in maniera significativa l'attuazione e l'efficacia del PPES, perciò l'assegnazione della priorità deve rispondere sia a criteri tecnici ed economici di realizzabilità, sia ai principi di responsabilità politica che scaturiscono dall'interazione tra le istanze che esprimerà la Comunità del Parco ed i risultati dei processi partecipativi attivati, delle analisi e gli studi effettuati sul sistema sociale ed economico dell'area dell'Appennino tosco emiliano. Poiché molti di questi criteri non sono immutabili nel tempo, ma anzi sono spesso estremamente condizionati da situazioni episodiche (ad esempio l'apertura di un canale di finanziamento) o da cambiamenti del contesto socio-economico non programmabili (la crisi/sviluppo a livello globale di un settore economico) è stato valutato opportuno non stilare una graduatoria delle priorità ad oggi della banca progetti, ma limitarsi a segnalare tre progetti fondamentali e prioritari per lo sviluppo socio-economico compatibile del territorio (Parco nel Mondo, Atelier di “Onda in Onda”, “Parchi di Mare e di Appennino”) e fornire i criteri per farlo, lasciando ai soggetti deputati all'attuazione del PPES il compito di verificare periodicamente l'attuabilità dei progetti della banca anche in relazione ai risultati ed all'efficacia di quelli già in corso di realizzazione.

4.1 Criteri di assegnazione della priorità

L'attribuzione delle priorità avverrà mediante la valutazione di due principali caratteristiche: la strategicità dell'intervento e la sua concretezza.

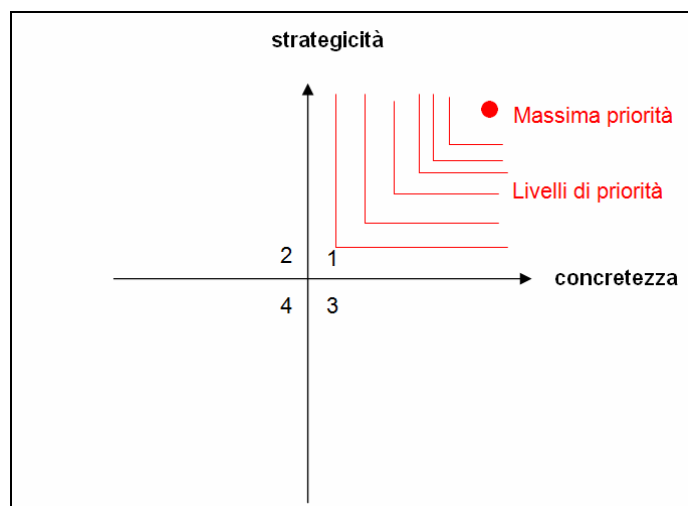
La **strategicità** viene valutata in base a:

- la **coerenza** del progetto con le finalità e gli obiettivi proposti dal Piano;
- garanzia di **equilibrio geo-politico** degli interventi
- la capacità di innescare **processi di emulazione** sul territorio;
- l'**effetto sistema**, in termini di integrazione territoriale e tematica, di integrazione economica e gestionale tra diversi soggetti pubblici e tra questi ed operatori privati;
- concretizzazione dei risultati a partire dei territori dell'**alto crinale**
- la **sostenibilità ambientale**, che dovrà essere argomentata con prioritario riferimento alla esigenza di conservazione degli ecosistemi oggetto della azione di protezione;

La **concretezza** viene valutata in base a:

- l'esistenza di condizioni di **fattibilità tecnica** (livello di definizione degli elaborati progettuali) e **amministrativa** (stato delle autorizzazioni e dei pareri da acquisire)
- l'esistenza di **condizioni di fattibilità finanziaria** ovvero la disponibilità di risorse proprie del soggetto proponente e/o di opportunità di co-finanziamenti
- una valutazione del **rapporto costi-benefici**, tenendo conto non solo delle dimensioni dell'investimento iniziale, ma anche delle risorse impegnate dalla gestione del progetto nel tempo, capace di valutare i flussi economici e finanziari connessi alla realizzazione del progetto nella sua fase di realizzazione, in quella di gestione e negli sviluppi diretti ed indiretti che il progetto genererà sul territorio.
- la garanzia di **rapida attuazione**, nei tempi di validità del PPES
- la possibilità di avere **indicatori di monitoraggio chiari e semplici**

Valutata la strategicità e la concretezza di ciascun progetto la definizione delle priorità si otterrà stimando il rapporto tra questi due fattori che caratterizza ciascun progetto secondo il seguente schema.



Nel quadrante 1 ricadono i progetti per cui è stato valutato positivamente sia la strategicità che la concretezza. Tali progetti sono da considerarsi **prioritari** secondo un ordine decrescente concentrico a partire dal vertice superiore destro secondo (massima strategicità e massima concretezza)

Nel quadrante 2 ricadono i progetti per cui è stato valutato positivamente la strategicità ma non appaiono facilmente concretizzabili. Questi progetti non sono prioritari ma lo possono divenire nel corso degli aggiornamenti del PPES qualora mutino le condizioni al contorno come ad esempio l'apertura di nuovi canali di finanziamento o se la realizzazione di altri progetti a fatto si che la loro "concretezza" migliori. Se la concretezza del progetto è stata valutata negativamente a causa di una complessità dello stesso (importo economico elevato, tempi di realizzazione lunghi, molti soggetti da coinvolgere....) è possibile, nel corso degli aggiornamenti del PPES provare a riformulare il progetto secondo stralci funzionali a patto però che non venga meno la strategicità dell'intervento.

Nel quadrante 3 ricadono i progetti che sono facilmente concretizzabili ma non godono di elevata strategicità. Affinché questi progetti diventino prioritari nel corso degli aggiornamenti del PPES è necessario che vengano modificati ad esempio ampliandone la ricaduta su tutte le aree del territorio del Parco nazionale o riducendo gli impatti ambientali generati. È possibile anche valutare se più progetti di questo quadrante non possono essere accorpati in un solo progetto di elevato valore strategico, senza tuttavia far venire meno la valutazione positiva sulla concretezza.

Nel quadrante 4 ricadono i progetti che sono sia poco strategici che poco concreti. Difficilmente questi progetti potranno divenire prioritari nel corso degli aggiornamenti del PPES per tanto è bene che i soggetti promotori provino a ripensare radicalmente la struttura del progetto.

Infatti i fattori e le variabili in campo saranno molti ed eterogenei: a fronte della staticità della progettualità che verrà raccolta esiste un quadro dinamico delle risorse finanziarie comunitarie, statali e regionali. In tale quadro è necessario inserire di volta in volta ed in base all'ammissibilità territoriale, tipologica e finanziaria, la progettualità che verrà censita e valutata.

4.1 Progetti prioritari

In questa prima fase di attuazione del PPES i progetti ritenuti prioritari sono:

Parchi di Mare e di Appennino: azioni di collaborazione, sinergia e supporto, i Parchi di Mare e d'Appennino²¹ volte a creare un distretto socio-economico comune nell'ambito della soft-economy, il cui fulcro sono il turismo e le attività economiche fortemente correlate al valore del territorio ed alle sue peculiarità storiche e tradizionali. Il progetto vuole anche coinvolgere altri soggetti pubblici e privati, sociali ed economici, affinché vengano strette altre alleanze tra questi territori e si vada a creare un unico e consolidato distretto socio-economico orientato dalle valenze ambientali, storiche e culturali delle aree protette.

Strettamente associati a Parchi di Mare e di Appennino possono essere considerati i seguenti progetti: il Parco a Manarola, Rometta la piazza dei sapori, Pacchetti turistici del Parco, Da Parco a Parco.

Parco nel Mondo: il progetto che vuole trasformare l'emigrazione, che ha carrato rizzato e caratterizza il Parco, da privazione e diminuzione delle potenzialità del territorio in ricchezza, risorsa aggiuntiva, apertura al mondo, recuperando un legame con coloro che sono andati, attivando, tramite loro, nuove collaborazioni e connessioni sociali ed economiche.

Strettamente associati a Parco nel Mondo possono essere considerati i seguenti progetti: Orizzonti circolari, Club Appennino

Atelier di Onda in Onda: laboratorio museale sperimentale sul tema del rapporto fisico tra acqua ed energia, sito nella sede della Comunità di Parco di Ligonchio, nella limitrofa centrale idroelettrica Enel e nel territorio limitrofo, finalizzato ad attrarre turismo scolastico e accademico da tutta Italia (e non solo) e ad arricchire l'offerta culturale per tutti i turisti richiamati sul crinale dalla valenza ambientale del Parco Nazionale. L'atelier sarà progettato e gestito dal Parco nazionale e da Reggio Children²² (mediante una convenzione che coinvolgerà anche Enel).

Strettamente associati al Atelier di onda in onda possono essere considerati i seguenti progetti: l'area faunistica del cervo, cittadini del parco.

Questi tre progetti sono da ritenersi prioritari sia perché a pieno titolo esplicitano i criteri di strategicità e concretezza, sia perché sono quelli su cui il Parco ha investito maggiori risorse negli

²¹ il Parco nazionale delle Cinque Terre, con la sua area marina protetta; il Parco nazionale dell'Appennino tosco-emiliano; i parchi regionali delle Apuane, dei Cento Laghi parmensi, del Frignano modenese e di Monte Marcello-Magra, questi tutti nell'arco di 60 km dal Passo del Cerreto, a cui si sono aggiunti recentemente anche Parco regionale di Migliarino-San Rossore ed il Parco nazionale delle Foreste Casentinesi.

²² società a capitale misto (pubblico-privato) cui il Comune di Reggio Emilia, assieme ad altri soggetti, ha fondato da un'idea di Loris Malaguzzi, nel 1994 per gestire gli scambi pedagogici e culturali già da tempo avviati fra le istituzioni per l'infanzia del Comune di Reggio Emilia e numerosi insegnanti, ricercatori e studiosi di tutto il mondo

ultimi anni, attraendone anche di esterne e che possono essere considerati ad un buon punto di realizzazione.

In particolare questi tre progetti possono essere considerati estremamente importanti in termini di rapporto costi beneficio e di capacità di generare emulazione ed effetto sistema nel territorio. Questi tre progetti infatti, oltre ad ambire a realizzare direttamente significativi risultati per il territorio in termini socio economici hanno la capacità di influenzare ed orientare le scelte economiche e sociale degli operatori presenti e di stimolare la creazione di nuove imprese ed attività creando per il territorio nuove prospettive di offerta e di mercato.

In fine, Parco nel Mondo e Parchi di mare e di Appennino possono a pieno titolo essere considerati progetti che interessano e coinvolgono pienamente tutto il territorio del parco (corrispondendo anche al criterio dell'equilibrio geo-politico), mentre l'atelier di onda in onda pur essendo deficitario (almeno in una prima fase di attività) da questo punto di vista, corrisponde a pieno alla volontà di offrire ai territori di crinale occasione di protagonismo e concrete opportunità di sviluppo socio-economico.

5. ATTUAZIONE E MONITORAGGIO

5.1 Attuazione

L'efficacia del PPES sarà funzione, oltreché della bontà degli obiettivi e delle azioni individuate e della loro capacità di interpretare positivamente una strategia di valorizzazione significativa, coerente e realistica, anche della qualità degli strumenti con cui questi obiettivi e queste azioni verranno realizzate, cioè della qualità dei progetti. Una qualità che non è solo la qualità tecnica (nel senso della completezza, della pertinenza e della accuratezza degli elaborati) ma che è - altrettanto, se non di più - qualità procedurale ed organizzativa.

L'efficace attuazione del PPES e la positiva concretizzazione dei suoi obiettivi di sviluppo sostenibile non è imputabile alla sola capacità di mobilitare dal basso le risorse locali. Sarà necessario generare, attorno alle strategie del PPES, un processo di apprendimento sociale e di formazione/diffusione di nuove competenze finalizzato a coinvolgere direttamente il cuore centrale dell'identità locale facendo sì che la tutela del territorio diventi diffusamente l'idea stessa dello sviluppo. Il Parco in questo senso il Parco deve assumere un ruolo decisivo per l'affermazione di questi processi di cambiamento per lo sviluppo locale sostenibile: esso deve rappresentare simbolicamente il luogo dove affrontare le problematiche interne all'area e le relazioni con l'esterno. Per assolvere a questi scopi e garantire l'attuazione del PPES il Parco fungerà per il territorio da *Agenzia Locale dello Sviluppo Sostenibile*, facendo sì che la *banca progetti* del PPES diventi uno strumento economico e sociale permanente, aperto e teso a sollecitare e valorizzare la capacità di proposta del territorio. Il Parco nazionale esplicita quindi la sua funzione di *Agenzia Locale dello Sviluppo Sostenibile*:

- ricercando finanziamenti pubblici e privati per l'attuazione dei progetti del PPES da parte dell'Ente Parco stesso, degli Enti locali o del tessuto imprenditoriale e sociale;
- collaborando e supportando i soggetti socio-economici territoriali alla stesura di candidature a bandi di finanziamento
- agendo da *incubatore* per i progetti del PPES: divulgandone i contenuti ed organizzando per ciascun progetto “dei tavoli di start up” in cui saranno coinvolti tutti soggetti potenzialmente interessati, facilitando la il loro coinvolgimento nell'attuazione dell'azione e accompagnandoli nelle prime fasi operative;
- essendo gestore del monitoraggio dell'attuazione **l'aggiornamento annuale** del PPES previsto dalla L. 394/91.
- Sostenendo *spin-off*²³ per nuove realtà imprenditoriali;
- essendo un elemento di sensibilizzazione sui modelli di sviluppo sostenibile e sulle buone pratiche ad essi associate;
- fungendo da efficace raccordo tra le idee del territorio (di cittadini, imprese ed Enti Locali) e le opportunità finanziarie esistenti;

²³ Il termine *spin-off* indica l'insieme di azioni a sostegno di un aspirante imprenditore a trasformare un'idea, una potenzialità, un'opportunità produttiva, tecnologica o di mercato, che qualcun altro (in questo caso il Parco nazionale) non vuole o non può sfruttare in termini commerciali, in una nuova impresa.

Secondo queste modalità il contributo che il PPES del Parco Nazionale potrà dare in termini di miglioramento delle politiche pubbliche per la conservazione e l'organizzazione della fruizione ambientale è duplice: per un verso esso è determinato dalla qualità delle azioni che verranno selezionate, per un altro verso esso può essere rappresentato anche dalla attivazione di nuovi strumenti e procedure che possono dare continuità ed efficacia ad una attenzione delle politiche alla *qualità*.

5.2 Monitoraggio

Il monitoraggio dell'attuazione e dell'efficacia del PPES è costituito da 3 distinte attività:

- la valutazione della concretizzazione dei progetti inseriti nel Piano
- la valutazione dell'efficacia dei singoli progetti
- la valutazione dell'efficacia del Piano nel suo complesso rispetto agli obiettivi generali

Le prime due attività avvengono mediante gli specifici indicatori di attuazione/performance previsti nelle schede per ciascun progetto. Questo monitoraggio è soprattutto funzionale a tenere monitorato la capacità del territorio di realizzare la banca progetti, al fine di valutarne un aggiornamento o un integrazione nelle forme previste dalla Legge Quadro.

La terza attività di monitoraggio è quella più importante perché permette di valutare l'effettiva concretizzazione degli obiettivi e delle strategie generali del Piano.

Per effettuare questo monitoraggio è stato scelto un set di 15 indicatori, uno strumento sintetico, facile da aggiornare e da comprendere che, pur nei limiti dettati dal numero esiguo di indicatori utilizzati, offre una fotografia immediata e reale delle principali tendenze socio-economiche del territorio del Parco e consente di valutare se l'attuazione della banca progetti sta efficacemente influenzando su di esse secondo le strategie di sostenibilità proprie del PPES. Ad ogni indicatore è stato poi indicato un target di successo nell'arco di validità temporale del Piano (4 anni).

Questi 15 indicatori sono svincolati dai progetti del PPES e in taluni casi misurano dinamiche su cui il solo Parco non può determinare risposte significative, tuttavia con questi indicatori si vuole provare a misurare anche gli effetti che indirettamente l'agire del Parco può generare sulle competenze e attività di altre istituzioni.

Ad ogni monitoraggio del PPES gli indicatori evidenzieranno, anche graficamente, la distanza tra lo stato dell'arte ed i target. In questo modo strumento di monitoraggio del Piano sarà elaborato a partire da una base di dati strutturata e permanente, direttamente implementata e gestita dalle strutture interne degli Enti coinvolti, con un aggiornamento in continuo dei dati.

In linea generale gli indicatori assolvono anche altre non secondarie funzioni: sono considerati anche come strumenti per identificare e analizzare i cambiamenti e le tendenze, per aiutare a comprendere le correlazioni tra i diversi fenomeni locali e permettere la comparazione tra le diverse comunità locali, fornendo precisi punti di riferimento per comprendere meglio la propria situazione e favorire una competizione virtuosa tra le diverse realtà.

5.1.1. Gli indicatori dell'efficacia del Piano rispetto agli obiettivi generali

n.	indicatore	target
1	Realizzazione dei piani di tutela e gestione per i SIC e ZPS e per le specie a rischio di estinzione	Tutti quelli di competenza del Parco
2	Percentuale di residenti sotto i 18 anni nei Comuni del Parco	Incremento del 5% rispetto al 2008
3	Attrazione di nuovi residenti provenienti da altri territori	Incremento del 20% rispetto agli “arrivi” del 2008
4	Copertura internet banda larga e telefonia mobile di dei borghi del Parco	Tutti i borghi
5	Incremento della mobilità pubblica nel territorio del parco	Incremento del 20% dei km percorsi/anno
6	Numero di attività commerciali/servizio nei borghi con meno di 300 abitanti	Mantenere la situazione 2010
7	Aumentare il tasso di lavoratori sul territorio in possesso di laurea	Incremento del 20% rispetto al 2008
8	prodotti con etichette di qualità territoriale riconosciute da disciplinari	Raddoppio delle tipologie di prodotti etichettati rispetto al 2008
9	Incrementare la vendita diretta dei prodotti da parte delle aziende agricole	Incremento del 20% rispetto al 2008
10	Aumento delle attività agrituristiche	Incremento del 10% del numero di aziende rispetto al 2008
11	Presenze turistiche nel periodo autunnale e primaverile	Incremento del 30% rispetto ai dati 2008
12	Incremento delle presenze turistiche invernali in località prive di impianti di risalita	Incremento del 40% rispetto al 2008
13	Imprese certificate EMAS, ISO14001, o Ecolabel turistico	Almeno una per Comune
14	Produzione di energia rinnovabile	Uguagliare la produzione da energia rinnovabile ai consumi del territorio
15	Incremento tessuto imprenditoriale	Incremento del 10% rispetto al 2008 del numero di imprese

