

**Oggetto:**

partecipAppennino

Incontro con i residenti per la costruzione partecipata del Piano Pluriennale Economico e Sociale (PPES) del Parco Nazionale dell'Appennino toscano-emiliano

Data:

8 maggio 2009, ore 21.00-24,00

Luogo:

Ramiseto (RE) – Caseificio del Parco



Francesco Silvestri (Esperto)
Alessandra Tanas (Facilitatrice)

Filippo Lenzerini
(Consulente del Parco - Progettista PPES)

Elenco dei partecipanti:

Matteo Baradini, agricoltore
Giuseppe Moretti, agricoltore
Marco Sepe, gestore casa vacanza
Emilio Mulini, funzionario
Vincenzo Amos, azienda Merlini
Martino Dolci, caseificio del Parco

Clima di lavoro:

L'incontro si tiene presso il Caseificio del Parco; la partecipazione è modesta, ma l'incontro si caratterizza per la presenza in sala di Fausto Giovannelli, Presidente del Parco, che seguirà per intero i lavori.

Oltre al Presidente ed agli esperti, sono presenti due agricoltori, due gestori di strutture ricettive e un funzionario. È inoltre presente il presidente del Caseificio del Parco, Martino Dolci.

Il dibattito si è svolto in un'atmosfera aperta e cordiale, per nulla inibita dalla presenza delle massime istituzioni del Parco. È stata rimarcata da parte di un partecipante la difficoltà ad orientarsi nell'insieme di regole e adempimenti che ogni ente impone e che finiscono per trasformarsi in una gabbia burocratica per gli operatori sul territorio (nello specifico, sono emersi i casi di sospensione imposta dalla Soprintendenza ai Beni Culturali per la costruzione di un capannone per il foraggio e di VIA obbligatoria per la realizzazione di un mini-impianto eolico).

In seguito alla presentazione del PPES e del progetto PartecipAppennino realizzata da Filippo Lenzerini si decide di aprire la discussione su due temi centrali: agricoltura e turismo. Essendo il numero di partecipanti inferiore a dieci si decide di realizzare un unico tavolo di discussione.

Contributi al PPES:**Turismo:**

1. Al fine della crescita socio-economica del territorio, è stata sottolineata l'importanza di sviluppare un sentimento di comunità, di oltrepassare le divergenze legate all'appartenenza alle due regioni del Parco e alle quattro province per permettere uno sviluppo omogeneo del territorio dell'Appennino. Il Parco intende dare un contributo sostanziale a questo cambiamento di mentalità, sia tramite lo sviluppo di idee guida e progetti-pilota, sia tramite il nuovo sito internet e la grafica messi a disposizione degli operatori e facilmente riconoscibili da turisti e residenti. La sfida essenziale è sviluppare un alto livello di consenso, recuperare il dinamismo del territorio e rendere gli abitanti orgogliosi della propria terra e dei suoi prodotti.

Una strategia di sviluppo del turismo deve puntare sull'autunno e l'inverno, così da allungare la fruizione turistica oltre alla stagione estiva, la quale necessita di meno interventi; ci si è accorti di recente della potenzialità della neve anche al di là del solo sci alpino, è una grande risorsa ancora non abbastanza valorizzata. Ma soprattutto, si deve puntare sull'autunno, che consente di unire la fruizione alla valorizzazione dei prodotti tipici, consentendo la crescita comune di agricoltura e turismo. In effetti, la



zona dell'Appennino reggiano sembra essere una zona più prospera di altre zone montane in termini di agricoltura, bisognerebbe quindi pubblicizzare e sfruttare questa agricoltura per poter attirare i turisti e creare così un circolo virtuoso. Altre esperienze promettenti, come il turismo di comunità, stanno segnando il passo, anche perché è difficile il coordinamento tra le diverse realtà; anche per questo motivo, potrebbe essere utile un marchio di area del Parco [vedi oltre]. Il Parco può aiutare gli operatori anche in altri modi, ad esempio, informando ed accompagnando la certificazione Ecolabel delle strutture ricettive interessate, dando loro visibilità; è questo il senso di un Parco laboratorio, che punta ad azioni innovative per lo sviluppo.

2. È emersa l'importanza del nuovo sito del Parco come strumento di promozione del territorio (i turisti si spostano per l'area, non per il singolo operatore). Il sito deve diventare un punto di riferimento sul web per i turisti. Al momento, si rischia una certa confusione tra siti dei singoli operatori, di consorzi, della comunità montana (ad esempio www.appenninoreggiano.it). È giusto che ogni operatore abbia il proprio sito, ma sarebbe utile poter fare riferimento al sito del Parco per le informazioni generali, ad esempio di tipo escursionistico. Si sente l'esigenza di fare ordine, eleggere un sito di riferimento unico che coordini i siti dei singoli operatori.
3. Un altro elemento critico per il turismo è dato dai sentieri, dell'importanza delle segnalazioni, e della manutenzione del territorio. E' stato proposto di coinvolgere in questo il mondo del volontariato (CAI, Auser, Alpini, pro-loco, ... sono 11 le associazioni riconosciute nel solo comune di Ramiseto) e di sviluppare azioni coordinate con il Parco. Un problema del territorio di Ramiseto è la sua scarsa riconoscibilità, nonostante ospiti il monte Ventasso che si presta per qualità ambientale e dotazione di sentieri alla fruizione; si deve puntare di più su questo territorio, a partire da un luogo unico come il Lago Calamone, che invece è poco valorizzato [l'opinione è condivisa da alcuni, contestata da altri]. Qui ci sono borghi di grande pregio, ci sono ancora forze imprenditoriali, c'è la strada dal passo del Lagastrello che può essere valorizzata come ingresso verso questo territorio.

Agricoltura e prodotti:

1. Per quanto riguarda l'agricoltura, emerge la richiesta di sviluppare un "Marchio del Parco" da applicare ai prodotti della zona e dell'intero territorio, a garanzia di qualità per i consumatori [il Presidente prende la parola e rimarca le difficoltà che la gestione di un marchio implica, la mancanza di strumenti e personale per fare funzionare in maniera credibile un marchio]. Al di là di una complessa politica di marchio, l'essere dentro ad un percorso comune garantito dal Parco è importante, aiuta i produttori a diventare più competitivi. Se non si lega il prodotto al territorio, alla qualità, diventa impossibile per gli operatori di montagna competere con i minori costi della pianura. Il Parco può impegnarsi a sviluppare azioni di marketing interno per lo sviluppo dei prodotti locali (fare sistema con le altre aree, promuovere i prodotti in un unico paniere) ed azioni di comunicazione verso l'esterno (sito, presenza a fiere).
2. Un problema notevole riguarda i castagneti. La coltivazione delle castagne non è redditizia e sempre più castagneti sono abbandonati. Il castagneto è una risorsa dell'Appennino e può essere valorizzata in chiave turistica (come già è fatto da alcuni) e di prodotto tipico, grazie al recupero dei metati; basta collinare ed andare in Lunigiana per vedere quale risorsa possano essere. Il Parco è molto attento al recupero ed alla valorizzazione dei castagni, anche grazie a finanziamenti diretti per il recupero del patrimonio boschivo. La valorizzazione della castagna si lega a quanto detto sull'autunno, sul coinvolgimento degli operatori della ristorazione per menù tipici stagionali.
3. Anche la risorsa fungo è sfruttata male: la vendita dei tesserini interessa in primo luogo gli appassionati della pianura, che arrivano all'alba e vanno via senza lasciare nulla sul territorio. Altrove, ad esempio in Svizzera, si seguono politiche diverse (nessun tesserino per i residenti ed autorizzazione alla raccolta con la sola carta di identità, tesserino automatico per i non residenti dietro obbligo di almeno un pernottamento sul posto). La realtà è che la politica attuale sui funghi non è finalizzata ad una valorizzazione economica, ma alla limitazione dell'accesso ad essa.

Gradimento dell'iniziativa tra i partecipanti:

