

**UNIVERSITA' DEGLI STUDI
DI CATANIA**

DOTTORATO DI RICERCA IN

***“TERRITORIO, PAESAGGIO E COMUNITA’
LOCALI: SVILUPPO INTEGRATO E
SOSTENIBILITA’- XXV CICLO***

**TURISMO SOSTENIBILE :
LA SICILIA TRA PARCHI E
RISERVE NATURALI**

TESI DI DOTTORATO

IRENE SAURO

TUTOR: Chiar.mo Prof. Nunzio Famoso

COORDINATORE: Chiar.mo Prof. Nunzio Famoso

INDICE TESI

INTRODUZIONE.....1

CAPITOLO I

IL TURISMO SOSTENIBILE

Il turismo sostenibile

- 1.1 Breve storia del turismo.....**
- 1.2 Connessione tra turismo e ambiente.....**
- 1.3 Gli effetti del turismo**
- 1.4 Gli effetti socio-culturali**
- 1.5 Gli effetti economici**
- 1.6 Gli effetti ambientali**
- 1.7 Capacità di carico turistica**
- 1.8 Evoluzione del turismo**
- 1.9 Turismo sostenibile: definizione e
caratteristiche**
- 1.10 Turismo sostenibile: cenni storici**
- 1.11 Turismo sostenibile: conferenze e
documenti**
- 1.12 Turismo sostenibile dal 2001 ad oggi**
- 1.13 Sostenibilità nel turismo: strategia
Europea**
- 1.14 Gli strumenti Comunitari**
- 1.15 Il Turismo sostenibile in Italia**

**1.16 I primi approcci di turismo sostenibile
in Sicilia**

CAPITOLO II:

LE AREE NATURALI PROTETTE IN SICILIA

2.1 Aree naturali protette, obiettivi e funzioni

2.2 Il turismo nelle aree protette

**2.3 Politica nazionale e comunitaria nella gestione
delle aree protette**

2.4 Le aree protette in Sicilia

**2.5 Legislazione siciliana in materia di aree
protette**

2.6 Pericolo riserve naturali in Sicilia

CAPITOLO III:

I PARCHI LETTERARI SICILIANI

3.1 I parchi letterari

3.2 Origine dei parchi letterari

3.3 I parchi letterari in Sicilia

3.4 Parco letterario Salvatore Quasimodo

3.5 Parco letterario Stefano D'arrigo

3.6 Parco letterario Elio Vittorini

3.7 Parco letterario Leonardo Sciascia

3.8 Parco letterario Nino Savarese

3.9 Parco letterario Luigi Pirandello

3.10 Parco letterario Giovanni Verga

3.11 Parco letterario G. Tomasi di Lampedusa

CAPITOLO IV

4.1 Il turismo enogastronomico : il cibo come attrazione turistica

4.2 Caratteristiche delle esperienze turistico-enogastronomica

4.3 L'identikit del turista enogastronomico

4.4 Le strutture del turismo enogastronomico

4.5 Le attività complementari

4.6 L'intermediazione nel turismo enogastronomico

4.7 I prodotti tipici: il concetto di tipicità

4.8 I diversi livelli di tipicità

4.9 Aspetti normativi previsti dall'UE

4.10 I prodotti tipici e gli OGM

4.11 La valorizzazione dei prodotti tipici

4.12 La promozione del territorio tramite i prodotti tipici

4.13 Manifestazioni di promozione territoriale : le strade del vino e dei sapori

4.14 Il territorio siciliano.

Introduzione

Negli ultimi anni, è aumentata sempre di più la consapevolezza di quanto il rispetto per l'ambiente sia diventato un valore molto importante e altamente significativo per la vita di tutti gli organismi viventi, uomo compreso. Questo aspetto è diventato un valore altamente significativo anche all'interno della sfera turistica, soprattutto quando si tratta di turismo praticato nelle aree naturali protette, favorendo così la nascita di forme di turismo ambientale. L'uomo con le sue azioni ha compromesso gravemente l'ambiente, causando diverse forme di squilibrio e tra le varie attività svolte, nella maggior parte dei casi volte al progresso e al benessere economico e sociale, il turismo è una attività non poco rilevante che, se da un lato è ricca di conseguenze vantaggiose soprattutto dal punto di vista economico, dall'altro non mancano conseguenze negative che mettono in evidenza la preponderanza dell'uomo sull'ambiente. Di fronte ad un ambiente sempre più antropizzato e degradato è nata l'esigenza di promuovere progetti volti a favorire la conservazione dell'ambiente. A partire dagli anni Ottanta, emerse il tentativo di proporre modelli di sviluppo economico alternativi e tale tentativo ha trovato il suo paradigma nello "sviluppo sostenibile" applicabile anche al settore turistico. Nel primo capitolo si esamina un particolare settore in cui la sostenibilità oggi è un obiettivo fondamentale, quello del turismo, attività di grande espansione nella società odierna. Dopo un breve excursus sulla storia del turismo, considerando l'importanza rivestita dal viaggio già a partire da civiltà antiche come quella egizia o quelle greca e romana, si analizzano i numerosi impatti del

turismo: sociali, culturali, economici ma soprattutto ambientali. Si definisce quindi il concetto di Capacità di carico turistica e , in relazione ad esso, si descrive il passaggio dal turismo come fenomeno di massa al turismo sostenibile, definendo tutte le sue caratteristiche e analizzando le conferenze internazionali più rilevanti sull'argomento. Nella parte conclusiva si esaminano le strategie e le iniziative più importanti intraprese nel campo della sostenibilità turistica, in un percorso che dal generale al particolare, partendo dalla Comunità Europea per poi passare all'Italia e, infine, alla Sicilia. Il secondo capitolo mostra chiaramente l'importanza delle aree naturali protette, mettendo in evidenza quali sono i presupposti necessari per la realizzazione di tali aree e il modo in cui il turismo, se opportunamente gestito, può contribuire al conseguimento di obiettivi volti alla salvaguardia ambientale. L'esigenza di salvaguardare l'ambiente, in modo particolare nei contesti naturali protetti, quali Riserve, Parchi Nazionali, Zone di protezione speciale ed altre tipologie di aree, è stata avvertita sia livello nazionale che europeo e ciò è stato reso evidente, attraverso le varie leggi e regolamenti, tra cui la legge 6 dicembre 1991 n° 349 "Legge quadro sulle Aree protette", atto portante a livello nazionale nella gestione delle aree protette, e la "direttiva habitat (92/43/CEE)" dell'Unione Europea, che ha portato all'istituzione della rete Natura 2000 composta da siti di Interesse Comunitario e zone di protezione Speciale. Nel terzo e quarto capitolo si prendono in esame i cosiddetti "Parchi letterari" e il turismo enogastronomico, ovvero un nuovo modo di

intendere la letteratura immersa nel luogo, in cui i grandi autori di fama internazionale hanno trovato ispirazione per le loro produzioni letterarie, attraverso le quali è possibile apprezzare e rivalutare gli aspetti del paesaggio isolano dove queste sono state create. La scelta di seguire questo percorso ha l'intento di dare una visione panoramica delle aree protette locali, che dia importanza soprattutto alle politiche ambientali attuate secondo una modalità funzionale, appunto quella della sostenibilità.

CAPITOLO 1

IL TURISMO SOSTENIBILE

2.1 IL TURISMO

“Viaggiare è camminare verso l’orizzonte, incontrare l’altro, conoscere, scoprire e tornare più ricchi di quando si era iniziato il cammino” Luis Sepúlveda(Colombo,2005,p.1)

L’aforisma di Luis Sepúlveda, scrittore e regista cileno, ci aiuta a capire l’importanza del viaggio come fonte di ricchezza per chi lo compie, ricchezza soprattutto spirituale, oltre che culturale. Gli uomini di ogni tempo sono stati mossi da un profondo desiderio, ma anche da una grande curiosità, di conoscere luoghi e culture diverse da quelli che appartengono loro: sin da epoche remote, gli esseri umani viaggiano alla scoperta di nuove terre o anche per sfuggire a persecuzioni di ogni genere. Però , solo a partire dalla seconda metà del 1700, grazie allo sviluppo industriale, il viaggio si è trasformato in un vero e proprio strumento di piacere e di conoscenza. Ed è proprio in questo periodo che si può cominciare a parlare di turismo nel senso reale del termine, cioè nella maniera in cui anche noi oggi lo intendiamo. Una definizione interessante del fenomeno è quella del WTO(World Tourism Organization)¹ che lo considera come “l’insieme delle attività realizzate dalle persone durante i loro viaggi e soggiorni in luoghi diversi da quello di residenza, per un periodo di tempo che va da un giorno (minimo un pernottamento), ad un anno,

¹ WTO- World Tourism Organization-L’Organizzazione Mondiale per il Turismo(OMT è l’acrostico ufficiale in italiano mentre UNWTO è l’acronimo inglese per United Nations World Tourism Organization) è un’agenzia specializzata delle Nazioni Unite con sede a Madrid che si occupa del coordinamento delle politiche turistiche e promuove lo sviluppo di un turismo responsabile e sostenibile.

con fini di vacanza, lavoro o altri motivi”². Oggi il turismo rappresenta una delle principali attività a livello internazionale, un’industria in continua crescita e una porzione consistente del commercio mondiale, dando occupazione a milioni di persone in tutto il pianeta. Infatti, negli ultimi decenni, abbiamo assistito a una grande diffusione del fenomeno turistico e a un aumento del suo contributo allo sviluppo economico di molti paesi. Tuttavia, è anche vero che esso può determinare numerosi problemi ambientali e sociali, in particolare a causa della sempre maggiore pressione che esercita sulle risorse naturali. “ La domanda di valori turistici è soprattutto, anche se non esclusivamente, domanda di valori ambientali e culturali (clima, natura, tradizioni, risorse storiche ed artistiche). La conservazione di questi beni può essere minacciata da un eccessivo e incontrollato sviluppo dell’attività turistica. Paradossalmente il turismo può distruggere il turismo” (Bimonte, Punzo,2003,p.6). Ciò ha favorito la sua entrata, soprattutto a partire dagli anni’ 90, nel dibattito sulla protezione delle risorse naturali e sullo sviluppo sostenibile della terra: infatti, è necessario che il turismo si trasformi da elemento di consumo e distruzione della qualità dei territori a elemento di valorizzazione degli stessi.

² Definizione WTO nel sito dell’Aitr-Associazione Italiana Turismo Responsabile. È un’associazione senza scopi di lucro che opera per promuovere, qualificare, divulgare, ricercare, aggiornare, tutelare i contenuti culturali e le conseguenti azioni pratiche connessi alla dizione” turismo responsabile”, promuovere la cultura e la pratica di viaggi di turismo Responsabile e favorisce la conoscenza, il coordinamento e le sinergie tra i soci.

1.2 Breve storia del turismo

Il turismo sembra avere radici molto profonde. Infatti, possiamo far risalire le sue prime forme già ai tempi degli antichi Egizi, quando il bacino del Mediterraneo è diventato una delle mete più ambite per molti pellegrini che vi si recavano per ammirarne le magnificenze. Il viaggio per motivi culturali o per divertimento esisteva anche nell'antica Grecia, ma accanto a questo, numerosi erano anche gli spostamenti per ragioni commerciali o militari, che avvenivano soprattutto per mare. In Grecia esisteva quindi una vera e propria cultura del viaggio: infatti, per i Greci offrire ospitalità significava poter ottenere una ricompensa da parte degli dei, dato che “ l'ospite era considerato sacro poiché sotto le sue sembianze poteva anche celarsi un dio” (Bagnoli,2010, p.18). Nell'età antica, lo sviluppo delle vie di comunicazione nel bacino del Mediterraneo ha raggiunto il suo apice con l'Impero Romano e ciò ha incrementato la possibilità di viaggiare: anche la tradizione romana riservava all'ospite un grande rispetto, che si traduceva anche in una particolare tutela giuridica. Per i Romani ospitare un viaggiatore era un'occasione, oltre che per mostrare la propria ricchezza, anche per accrescere le proprie conoscenze, entrando in contatto con persone provenienti da altri paesi, con usi e costumi diversi dai propri. Il fenomeno del viaggio era così importante nel mondo antico da poter parlare dell'esistenza di autentiche società di viaggiatori, tanto nella cultura greca come in quella romana. Con la fine dell'impero romano, inizia il periodo dell'alto medioevo, durante il quale i viaggi erano soprattutto

pellegrinaggi di tipo religioso: mete più ambite erano Gerusalemme, Santiago de Compostela e Roma per i cristiani, La Mecca per i Musulmani. A partire dal Rinascimento, il pellegrinaggio scompare e si sviluppa maggiormente un tipo di viaggio orientato alla conoscenza, alla riscoperta della cultura classica: molti intellettuali creano così una nuova moda che, alla fine del XVII secolo, darà vita al Gran Tour. Il settecento è stato, infatti, il secolo d'oro per il Gran Tour, un viaggio di circa tre anni compiuto da ricchi giovani dell'aristocrazia britannica in giro per l'Europa continentale, nelle più importanti capitali della cultura europea con l'obiettivo di accrescere le proprie conoscenze. Questa moda, però, sparisce con la fine dell'epoca napoleonica : si verifica, soprattutto, una riduzione della durata di questo viaggio, a causa delle guerre, delle restrizioni e dei mutamenti sociali del periodo napoleonico. Nel romanticismo cambiano anche le motivazioni stesse dei viaggi perché sono soprattutto gli artisti che partono alla ricerca del sublime e dell'orrido, motivi di ispirazione per le loro opere. Tutti questi viaggi erano comunque ben lontani dal concetto moderno di turismo. Solo a fine ottocento si può già cominciare a parlare di un'industria del settore: nasce la prima agenzia turistica grazie a un imprenditore britannico, Thomas Cook³, che può essere considerato il fondatore del turismo moderno. Infatti, il viaggio organizzato e di massa ha un'origine ben precisa, cioè il 5 luglio del 1845: in questa data l'imprenditore , sfruttando le potenzialità del treno,

³ Thomas Cook(Melbourne, 22 novembre 1808-18 luglio 1892) è stato un imprenditore e pastore protestante britannico. Fondatore della prima agenzia di viaggio, l Thomas Cook and Son(divenuta poi Thomas Cook Group) è considerato l'inventore del turismo moderno.

commercializza il primo pacchetto, un viaggio di 11 miglia da Leicester a Loughbororough, a cui partecipano, al costo di uno scellino a testa, 570 persone. Questa sua iniziativa ha riportato un successo tale da indurre Cook ad organizzare pacchetti turistici sempre più articolati, dando inizio all'industria turistica modernamente intesa⁴. Nasce così il turismo vero e proprio, quello cioè in cui i viaggi vengono organizzati da altri. L'industria turistica riceve anche un forte impulso quando, nel 1827, Karl Baedeker⁵, tipografo tedesco, scrive per la prima guida di tutta la storia del turismo (De Carlo, Caso, 2007, p. 11). In Italia cominciano a formarsi le prime associazioni di viaggiatori come il Cai (Club Alpino Italiano, nato a Torino nel 1863 per promuovere l'alpinismo) e il Touring Club Italiano (nato nel 1926 dal Touring Club Ciclisti, fondato nel 1864 a Milano): queste associazioni nascono per testimoniare la volontà e l'esigenza dei viaggiatori di promuovere lo sviluppo del turismo. All'inizio del Novecento si assiste a un incremento del turismo, soprattutto grazie allo sviluppo dell'industria automobilistica e del sistema stradale e autostradale, però esso rimane un fenomeno d'élite fino agli anni Venti e Trenta del XX secolo, riservato quindi a pochi settori della società, i ceti più abbienti. Il passaggio da turismo elitario

⁴ Storia del turismo in sito web: <http://www.noidelturismo.it/>

⁵ Karl Baekeder-famiglia di tipografi e librai tedeschi originaria di Brema. I rappresentanti più noti ne furono Karl (Essen 1801-Coblenza 1859), che a partire dal 1836 cominciò a pubblicare a Coblenza guide turistiche che ebbero grande successo per la loro scrupolosa esattezza, la praticità e la ricca dotazione cartografica, e il figlio Fritz (Coblenza 1844-Lipsia 19259). Questi trasportò l'azienda libraria a Lipsia (1872) e allargò il piano delle guide a tutta l'Europa e a molti paesi extraeuropei, curando pure edizioni in inglese e in francese. Dal 1956 le pubblicazioni sono effettuate a Friburgo in Br. Da una nuova casa editrice fondata da Karl (1919-1979), nipote di Fritz, mentre l'azienda di Lipsia è stata chiusa nel 1959.

a turismo di massa, avvenuto prima in Nord America (anni '20 '30), poi in Europa (anni '50), è stato favorito da una serie di circostanze. Incremento della popolazione mondiale, aumento dello sviluppo industriale e del commercio, modernizzazione dei mezzi di trasporto e miglioramento delle condizioni politico-sociali. Infatti, nella nuova società industriale, che riconosceva l'importanza del tempo libero e delle ferie pagate, il viaggio diventa un diritto sociale: il fatto di potersi concedere un periodo di vacanze e viaggiare per scopi personali rappresenta una grande conquista in questa nuova società in cui, tra l'altro, si assiste anche a un cambiamento nel mondo del lavoro. "la nascita di una legislazione che garantisce la possibilità ai lavoratori di concedersi un periodo di ferie, una nuova organizzazione del tempo di lavoro e del tempo libero, la soddisfazione del bisogno di concedersi periodi di tempo da destinare all'educazione, alla cultura, alla salute, allo svago, aprono nuove prospettive alla mobilità turistica su vasta scala popolare"⁶ il diffuso benessere sociale, dunque, ha favorito la crescita del numero di viaggiatori: aumenta la quantità di denaro destinata al tempo libero, in seguito anche all'incremento degli stipendi e alla parallela diminuzione dei prezzi dei viaggi. Però, quello che più di ogni altra cosa ha contribuito alla diffusione planetaria del turismo è stata la rapida evoluzione dei trasporti, che ha permesso ai viaggiatori di raggiungere luoghi lontani con più facilità, in maniera più rapida e con

⁶ Dal fenomeno del viaggio al turismo di massa in sito
web.<http://www.cerist.unige.it>

prezzi contenuti(Colombo,2005,p.6).Tuttavia,fino agli anni Cinquanta circa,il turismo continua ad essere un fenomeno esclusivamente “interno”,cioè senza il superamento di una dogana. Solo nel secondo dopoguerra si diffonderà il turismo internazionale,grazie soprattutto allo sviluppo dell’industria dell’aviazione civile(De Carlo,Caso,2007, p.11;Bagnoli,2010, pp.20-21). Un’ulteriore crescita di questa forma di turismo si è registrata soprattutto negli anni ’80 e ’90 del novecento,con la fine della Guerra Fredda e delle tensioni internazionali, con “la conseguente maggior facilità di espatrio e ottenimento dei visti”(Colombo,2005,p.6). Oggi il turismo è un fenomeno molto diffuso grazie anche alle potenzialità di internet che rendono piu facile l’organizzazione del viaggio, aumentando vertiginosamente anche le percentuali del movimento turistico internazionale.

1.3 Connessione tra turismo e ambiente

Da tutte le considerazioni fatte fino a questo momento , si comprende come il turismo sia una conquista sociale, un fenomeno che occupa un posto importante nella vita di tutti noi,anche, ma non solo,come motore dello sviluppo economico. Naturalmente tutto questo ha degli effetti , sia positivi che negativi che non si possono trascurare in un’analisi globale del fenomeno. L’importanza del turismo dipende anche dal fatto che esso implica, come già affermato, un’interazione fra diversi soggetti che agiscono con molteplici responsabilità.

Secondo il modello sistemico di McIntosh e Goeldener, esso è un fenomeno trasversale che coinvolge vari attori della società, cioè i turisti, le imprese, la comunità ospitante e il sistema politico-organizzativo locale, che interagiscono tra loro e con l'ambiente circostante. Si stabilisce quindi un rapporto stretto che “genera un delicato equilibrio, nel quale il turismo può beneficiare una destinazione ma al contempo danneggiarla, soprattutto nel lungo periodo” (De Carlo, Caso, 2007,p.22). Non si può considerare quella turistica come un'industria “leggera”, cioè senza impatti sul territorio e sulle persone, solo per il fatto che non utilizza macchinari a catena di montaggio, usati invece negli altri settori industriali. L'impatto del turismo sull'ambiente umano può essere invece molto più devastante di qualsiasi altra attività: esso può compromettere non solo l'equilibrio naturale di un territorio, ma anche la sua struttura sociale(Colombo,2005,p.7). L'interazione tra turismo e ambiente è molto complessa, perché può avere forme diverse e dinamica, perché può mutare nel tempo. Questa complessità si manifesta in tre forme diverse di relazione: 1) coesistenza, nel senso che convivono senza, o con pochissimi contatti, 2)conflitto, quando essi interagiscono e il turismo determina gravi danni per l'ambiente; 3)simbiosi,che è invece una relazione positiva, quando turismo ed ambiente si sostengono a vicenda, traendo benefici l'uno dall'altro(Budowski,1976,in Bimonte,Punzo,2003,p.54). C'è quindi un rapporto molto stretto tra turismo e ambiente, sia quello naturale sia quello creato dall'uomo, e la qualità ambientale è fondamentale per il turismo. Molti sono i

benefici che esso può generare su una località e sulle persone che la abitano: può determinare sviluppo economico per il territorio, creando nuovi posti di lavoro e incrementando gli investimenti verso il territorio stesso; può favorire lo sviluppo di servizi locali, anche nei luoghi più isolati; può innescare processi di valorizzazione e tutela delle risorse naturali e culturali. Infine, esso è importante soprattutto come motivo di confronto tra i popoli, poiché favorisce i rapporti interculturali e accresce la nostra attitudine all'accoglienza e alla tolleranza. Accanto a tutti questi aspetti positivi, però, ce ne sono altrettanti negativi che devono essere presi in considerazione, vista soprattutto l'elevata pressione che il turismo oggi esercita tanto sull'ambiente quanto sulle comunità ospitanti. Prima di analizzare questi impatti è interessante valutare come sia cambiato l'approccio dell'uomo nei confronti dello spazio turistico con il passare del tempo. Al riguardo è opportuno citare il pensiero di Juan-Pierre Lozato Giotart⁷ che, nel suo manuale *Géographie du tourisme de l'espace regardé à l'espace consommé* (1993)⁸, analizza il passaggio da uno spazio turistico "visitato" ad uno "organizzato", fino a quello "consumato". Questa distinzione è legata alle profonde modifiche che l'ambiente ha subito, in quanto spazio turistico, nel corso degli anni, in

⁷ Jean-Pierre Lozato-Giotart, agrégé di geografia, Dottore di Stato (Sorbona), è professore all'università di Nizza Sophia-Antipolis e responsabile del turismo internazionale presso il Magistero di relazioni internazionali (Parigi I, Sorbona). È membro dell'associazione internazionale degli esperti scientifici del turismo e autore di numerosi articoli, materiale audiovisivo e libri sul turismo fra i quali *Méditerranée et tourisme* (Masson, 1990); *Le Maroc* (Ed. Karthala, 1993); *Les littoraux* (ed. Notre Temps, 1998).

⁸ Geografia del turismo. Dallo spazio visitato allo spazio consumato. Traduzione italiana a cura di A. Galvani, Milano, Franco Angeli, 1999.

seguito alla maggiore diffusione del fenomeno. Lo spazio turistico non può essere semplicemente definito come un luogo di grande attrazione naturale, artistica o storica, ma , più in generale, esso rappresenta un'offerta di territorio: infatti, qualsiasi territorio può divenire meta turistica nel momento in cui la domanda potenziale si traduce in domanda "pagante"⁹. Uno spazio turistico "visitato" non è quello semplicemente osservato dal turista che non interagisce con l'ambiente che lo circonda e quindi non lascia impronte su esso: infatti, questo non è oggettivamente riscontrabile nella realtà. Piuttosto " uno spazio si intende "visitato" se l'impatto ambientale del fenomeno turistico non ha modificato profondamente l'ambiente originario, il che è oggi un'ipotesi comunque già molto rara se è vero, come è vero, che il paesaggio "antropogeografico" è una forma di equilibrio molto precario" (Sestini,1947,in Bagnoli,2010,p.96). Non è molto facile, invece, la comprensione delle espressioni spazio "organizzato" e spazio"consumato". La prima fa riferimento al concetto di strutturalizzazione dello spazio turistico,che implica l'interesse da parte della comunità locale e degli imprenditori turistici di costruire uno spazio turistico inteso come risorsa "strutturale", cioè formato da infrastrutture (impianti sportivi, stabilimenti balneari, parchi di divertimento,etc.) costruite per ricevere i turisti e che , in assenza di qualsiasi altra attrattiva naturale o culturale, rappresentano, già di per sé, una risorsa. Infatti,accanto alla tradizionale divisione delle risorse turistiche in due categorie, naturale(montagna,mare,etc.)

9

e culturale (architettonica, artistica, etc.), si deve comunque considerare questa nuova categoria, rappresentata dalle risorse strutturali. Il processo di strutturalizzazione dello spazio turistico può avere, però, un impatto ambientale maggiore rispetto a quello determinato da alberghi, strade, autostrade, campeggi, etc: tutti questi elementi “agiscono sul territorio modificandolo profondamente e connotandolo di peculiarità uniche che lo caratterizzano quale “regione turistica” in maniera inconfondibile” (Corna Pellegrini, 1968, in Bagnoli, 2010, p.97). A questo punto arriviamo a spiegare il concetto di spazio “consumato”: l’aggettivo può essere inteso con il significato di spazio eroso o distrutto dall’insediamento turistico. In questa nuova concezione lo spazio turistico è considerato come una risorsa non rinnovabile: secondo quanto affermato da Sessa (1986, p.76), in teoria, tutte le risorse naturali turistiche dovrebbero essere rinnovabili, ma il loro sfruttamento eccessivo, senza la valutazione dell’impatto dei flussi turistici sulle stesse, ha fatto sì che si consumassero. “Nel suo organizzare lo spazio turistico, l’uomo lo consuma, e talvolta in maniera irreparabile (o non sostenibile)” (Bagnoli, 2010, p.97). L’aggettivo consumato può anche essere inteso in un’altra accezione che non considera più lo spazio come risorsa rinnovabile o non rinnovabile, ma valuta la sua commerciabilità: in tal senso, lo spazio consumato viene considerato come spazio “goduto” o “acquistato”. Infatti, gli spazi turistici spesso vengono posti in vendita o sono spazi dove si possono consumare servizi e beni specifici di quel determinato luogo. “di conseguenza certi articoli di moda si possono trovare

solamente a Milano, gli spettacoli di Broadway a New York, lo sci sulle Alpi, il turismo sessuale esotico in Thailandia, alcuni formaggi solo in alcune parti della Francia e così via” (Urry, 2003, in Bagnoli, 2010, p.98).

1.4 Gli effetti del turismo

Dopo questa breve panoramica su come sia cambiato nel tempo il modo in cui il turista interagisce con l'ambiente che lo circonda, è opportuno valutare gli effetti prettamente negativi dell'attività turistica: infatti, la diffusione eccessiva di infrastrutture locali, (strade, autostrade, aeroporti) e di strutture turistiche (ristoranti, hotel, negozi) può determinare un graduale deperimento delle risorse naturali da cui queste dipendono. Gli impatti ambientali cambiano in relazione ai diversi tipi di turismo. Una prima distinzione che occorre fare è quella tra turismo attivo e turismo passivo. La prima espressione si riferisce agli spostamenti effettuati dai viaggiatori: esso si può distinguere in incoming (o inbound) e outgoing (o outbound). Si può definire incoming il turismo in entrata, cioè quel turismo che riguarda gli arrivi in un paese o in una regione di viaggiatori non residenti che provengono da altre località; outgoing è invece un turismo in uscita, caratterizzato da spostamenti dei residenti al di fuori della propria regione. Con l'espressione turismo passivo, invece, si fa riferimento alle località turistiche e ai residenti in esse che, in qualche modo, “subiscono” i visitatori. Alla luce di tutto ciò, appare evidente che le

ripercussioni maggiori sono quelle che l'attività turistica esercita nelle regioni di turismo passivo. Un elenco delle principali pressioni del turismo su queste regioni è quello presente nel rapporto redatto, nel 1980, dall'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico)¹⁰ che, nonostante non sia molto recente, sembra invece molto attuale e può essere utile per una riflessione su quelle che sono le pressioni esercitate tutt'ora dal turismo. Questo rapporto prende in considerazione le pressioni sull'ambiente considerato sia dal punto di vista naturale che da quello antropico (economico, sociale, culturale...). Tra queste ritroviamo ad esempio inquinamento, perdita di terreni agricoli e per la pastorizia, degradazione del paesaggio e dei siti artistici e monumentali, conflitti tra la popolazione locale e i flussi turistici, congestione sulle spiagge e per il traffico a causa della concentrazione nel tempo e nello spazio dei turisti (Bagnoli, 2010, pp. 99-100). Spesso il turismo viene considerato come l'unica causa dei gravi danni ambientali nella regione di incoming, in un atteggiamento eccessivamente "turistofobico". Come fenomeno in continua espansione che riversa una folla di visitatori in tutto il mondo, il turismo ha un effetto devastante sulle mete di destinazione.

¹⁰ L'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE) o Organisation for Economic Cooperation and Development-OECD è un'organizzazione internazionale di studi economici per i paesi membri, paesi sviluppati aventi in comune un sistema di governo di tipo democratico ed un'economia di mercato. L'organizzazione svolge prevalentemente un ruolo di assemblea consultiva che consente un'occasione di confronto delle esperienze politiche, per la risoluzione dei problemi comuni, l'identificazione di pratiche commerciali ed il coordinamento delle politiche locali ed internazionali dei paesi membri. L'OCSE conta 34 paesi membri ed ha sede presso il Chateau de la Muette, a Parigi. La nascita dell'organizzazione, inizialmente come Organizzazione per la Cooperazione Economica Europea (OECE), fu dovuta all'esigenza di dar vita a forme di cooperazione e coordinamento in campo economico tra le nazioni europee nel periodo immediatamente successivo alla seconda guerra mondiale.

Il turismo crea desertificazione, deforestazione, distruzione di habitat naturali, ed è responsabile di un quinto delle emissioni totali d'ossido di carbonio e del conseguente inquinamento atmosferico. E gli effetti non finiscono qui: il turismo sta contribuendo a far scomparire le barriere coralline, oltre ad animali e piante - anche per colpa dei souvenir -, deturpa zone di grande bellezza [...] e consuma grandi quantità d'acqua [...]. Gli alberghi, poi, appesantiscono l'ecosistema con i loro scarichi e riducono la disponibilità di cibo per le popolazioni locali" (Bosio, 2004, p.4). Gli impatti del turismo sono anche evidenti nella zona di transito, anche se qui i suoi effetti sono meno evidenti. Oggi, le grandi dimensioni assunte dal fenomeno turistico hanno determinato uno straordinario sviluppo di strade, autostrade, ferrovie, porti, aeroporti. Mentre nel turismo tradizionale questi luoghi venivano solo attraversati e l'impatto del turismo era misurato solo considerando le emissioni dello scarico dei mezzi di trasporto e l'inquinamento acustico, oggi essi rivestono una loro importanza nel settore: vengono forniti di molti servizi per incitare il turista a trascorrervi parte del suo tempo e a spendervi parte del suo denaro. Quindi, per il turismo odierno, anche il tempo di trasferimento, che prima era solo tempo perso, acquista una sua importanza. L'esempio più significativo in tal senso è quello delle crociere, a dimostrazione di come il mezzo di trasporto stia diventando sempre di più un'attrazione turistica di per sé (Bagnoli, 2010, pp.101-102).

È difficile considerare, invece, gli impatti ecologici che il turismo può avere sulle regioni di turismo attivo: gli effetti sul territorio di outgoing sono evidenti solo se si considera il termine ambiente in un'accezione più ampia, cioè come l'insieme degli scambi economici, delle relazioni sociali, del mondo culturale delle persone e del loro modo di agire e di pensare, delle loro abitudini e dei loro generi di vita. In generale, si può affermare che il turista spende fuori dal suo paese il reddito percepito nel luogo abituale di residenza, sottraendo alla regione di turismo attivo un flusso importante di denaro.

Gli effetti socio-culturali

Gli impatti più negativi che il turismo esercita, quindi, si riversano principalmente sulla meta di destinazione e sono di triplice natura, cioè socio-culturali, economici ed ambientali. Il turismo, in quanto attività economica che si basa sulla produzione e sul consumo simultanei, genera forti impatti di tipo socio-culturale su tre categorie di attori del settore: la comunità ospitante, il turista e l'operatore. Esso favorisce l'incontro tra persone che vengono da luoghi diversi e il contatto tra loro può essere positivo o negativo, in rapporto alla differenza culturale tra le popolazioni, alle loro diverse abitudini e tenori di vita. Naturalmente sarà la cultura più debole a essere influenzata da quella più forte, generalmente quella del turista, che si trova spesso in una situazione di superiorità economica e culturale

rispetto ai residenti nello spazio turistico. “ come spesso accade, il segno di tali impatti è ambiguo: essi, infatti possono minare l’integrità di sistemi sociali tradizionali, ma anche favorire una migliore comprensione tra gruppi umani diversi e un vero e proprio dialogo interculturale”(Cicerchia,2009,p.23).

Nell’ambito socio-culturale gli impatti del turismo, sia positivi che negativi, si ripercuotono tanto sulla comunità ospitante quanto su quella ospitata: però, mentre il turista sceglie di fare un viaggio in maniera volontaria, i residenti nel territorio visitato non hanno scelta, ma spesso si trovano a dover “subire” il turismo. Perciò a meritare un’attenzione maggiore sono principalmente gli impatti negativi che si verificano soprattutto quando il turismo determina dei cambiamenti nei valori della comunità ospitante, minacciando l’identità locale e creando scontri sociali. Impatti di questo tipo possono essere indotti da mercificazione (le tradizioni popolari etniche e religiose si trasformano in merce per soddisfare le esigenze dei visitatori), perdita e “messa in scena” di autenticità (la comunità ospitante adatta la propria cultura e la propria storia secondo i gusti del turista; anche i souvenir, i prodotti artistici e artigianali etc., vengono adattati alle esigenze e ai gusti degli ospiti-consumatori), e standardizzazione(si offrono al turista servizi che riproducono gli standard a cui essi sono abituati, al fine di attirare una grande quantità di visitatori) (Varone,2002; Sardella, Lanza,1997;Cicerchia,2009).

Non possiamo dimenticare neanche le pressioni che il turismo esercita sulle popolazioni locali, soprattutto nei paesi poveri : un caso clamoroso è quello del turismo sessuale, soprattutto nei paesi del Sud-Est asiatico e in alcune zone dell'America del Sud, dove molti bambini vengono sfruttati da turisti che “si sentono autorizzati a “mettere in vacanza” anche i principi etici e morali, e , poiché pagano,pretendono e permettono cose che mai farebbero nel loro paese” (Bosio,2004,p.5). Il comportamento del turista , infatti, spesso irrita la comunità ospitante, provocando scontri culturali: il visitatore cerca piacere e divertimento e ciò lo spinge a comportarsi in un modo che non riterrebbe opportuno quando invece non si trova in vacanza, non rispettando i costumi del luogo, né i valori morali e religiosi dei residenti (ad esempio i turisti indossano spesso vestiti molto scollati,bikini o si mettono in topless, anche in luoghi dove i costumi morali e religiosi non sono così liberi) (Varone,2002;Sardella, Lanzanova,1997;Cicerchia,2009).

Diversi possono essere gli atteggiamenti della comunità ospitante nei confronti del turismo, manifestandosi in reazioni psicologiche differenti, che possono essere sintetizzate nel modello proposto da Doxey nel suo testo, *A causation theory of visitor-resident irritants: methodology and research inferences*. Questo testo è basato su uno studio effettuato negli anni '70 del novecento sulle popolazioni dei Caraibi e dell'area canadese delle cascate del Niagara. Analizzando le reazioni delle comunità locali al fenomeno turistico, Doxey ne

individua quattro livelli fondamentali: 1)livello di euforia,legato alle nuove opportunità, soprattutto economiche, che il turismo offre; 2)livello di apatia, in quanto si considerano i turisti come soggetti che aiutano a ottenere un profitto; 3) livello di irritazione, quando si supera la capacità di accoglienza di un territorio e si creano scontri per l'uso delle infrastrutture esistenti; 4) livello di antagonismo, determinato dal fatto che il turismo viene visto come l'unica causa di tutto ciò che è negativo. (Doxey,1975, in Savelli,2008,p.132). Tutto questo è una conseguenza del contatto"forzato" tra culture, a volte troppo diverse, che "può arrivare a superare i limiti della capacità di carico sociale(che definiamo come il massimo cambiamento culturale accettabile da parte della comunità ospitante). In questo caso, l'atteggiamento dei residenti nei confronti dei turisti può passare da un'euforia accogliente all'apatia, all'irritazione e all'antagonismo potenziale, nel quale possono generarsi vere e proprie manifestazioni antituristiche" (Cicerchia,2009,pp.23-24).

Gli impatti socio-culturali del turismo, però, non sono sempre e soltanto negativi, ma spesso esso può stimolare un senso di orgoglio della comunità ospitante verso il proprio patrimonio culturale e quindi verso la sua tutela; inoltre il fenomeno turistico, favorendo il contatto tra visitatori e comunità ospitante, incoraggia lo scambio culturale contribuendo a una diminuzione dei pregiudizi reciproci(Varone,2002,Sardella,Lanzanova,1997).

1.4.2 Gli effetti economici

Il turismo può essere considerato un motore di sviluppo economico soprattutto quando, e se, i suoi ricavi superano gli impatti negativi. La particolarità del prodotto turistico, costituito da un insieme di beni e servizi offerti da una pluralità di soggetti diversi, determina una sua grande capacità espansiva. L'economia del paese che si offre come meta turistica è soggetta a un massiccio sviluppo determinato dalla domanda turistica, che innesca una reazione a catena che si diffonde in molti settori dell'economia. La spesa del turista ha un effetto moltiplicatore che comporta benefici per l'economia locale prima, per quella nazionale poi. Gli operatori del settore turistico, per soddisfare la domanda di beni e servizi sono costretti a rivolgersi ai propri fornitori, spesso fuori dalla comunità ospitante: quindi i benefici economici del turismo si ridimensionano se molti prodotti, di cui il settore necessita, vengono importati da fuori. Si parla quindi di leakage turistico (il termine, in inglese, indica le perdite di un tubo a causa di qualche falla) quando ingenti profitti del turismo vengono trasferiti fuori dal paese ospite (Cicerchia, 2009, p.27).

Il turismo rappresenta un beneficio per la comunità ospitante quando tutti i profitti rimangono nell'area turistica, costituendo quindi un reddito diretto per il paese. Oggi invece si assiste molto spesso all'esclusione di molte imprese locali dalle dinamiche economiche create dal turismo: il profitto del turismo si misura quindi considerando "la quota di spesa turistica che resta sul posto dopo che

sono stati sottratti le tasse, i profitti e i salari pagati fuori dall'area e l'acquisto dei beni di importazione. Il leakage turistico è dato dall'insieme di queste sottrazioni” (Cicerchia,2009,p.27). Esso riguarda tanto le importazioni quanto le esportazioni. Nel primo caso si verifica una perdita del reddito quando i turisti chiedono attrezzature e prodotti che il paese ospite non può fornire, ma che deve importare, soprattutto se quello in questione è un paese poco sviluppato. Nel secondo caso, invece, la perdita è dovuta al fatto che gli investitori stranieri, che finanziano la costruzione di “ infrastrutture turistiche nei paesi più poveri, riportano i profitti nei propri Paesi di origine” (Cicerchia,2009,p.27). Altri fattori economici negativi sono, ad esempio, il costo delle infrastrutture turistiche (strade,autostrade, aeroporti) spesso sostenuto dai governi locali, ma anche l'inevitabile rialzo dei prezzi , come conseguenza dell'elevata domanda di servizi turistici; inoltre non si può dimenticare che lo sviluppo economico legato al turismo è di tipo stagionale ,cioè relativo solo ad alcuni periodi dell'anno. Altro impatto economico negativo del turismo è il crowding out, espressione che deriva dall'inglese e significa spiazzamento: esso si riferisce all'esternalità negativa che il turismo genera su una comunità ospitante quando il suo sviluppo crea eccessive tensioni sulla popolazione locale, compromettendo addirittura altre attività economiche (De Carlo,Caso,2007,p.23). Lo sviluppo turistico eccessivo può causare tre tipi di spiazzamento: 1)

Quando un progetto turistico tende a far scomparire un'altra attività legata al turismo; 2) quando lo sviluppo del turismo ha effetti negativi sulle attività locali, compromettendo il reddito della popolazione; 3) quando il turismo, utilizzando gran parte delle risorse del territorio, le sottrae alle altre attività industriali¹¹. Accanto a tutti questi impatti negativi non possiamo però non considerare anche i benefici economici del turismo, come fonte di creazione di nuove occupazioni e di rafforzamento delle economie locali, grazie all'esportazione di beni e servizi locali, con possibilità di maggiori investimenti sul territorio.

1.4.3 Gli effetti ambientali

Come già affermato nei paragrafi precedenti, l'interazione tra ambiente e turismo è molto forte poiché quest'ultimo è un'attività umana che ha una grande influenza sull'ambiente ed è anche influenzato dallo stesso. La relazione può essere più o meno articolata a seconda del tipo di risorse coinvolte: infatti, quello turistico è un settore molto complesso proprio per la peculiarità delle risorse che utilizza. Il turista, nei suoi viaggi, va alla ricerca essenzialmente di beni ambientali e culturali, come il clima, natura, tradizioni, risorse storiche ed artistiche, la cui conservazione può essere minacciata da

¹¹ C.DELL'AQUILA, Economia del turismo, in sito web :<http://area.docenti.eco.unicas.it>

uno sviluppo turistico eccessivo.¹²La risorsa di base del turismo è quindi rappresentata dall'ambiente, inteso come insieme di risorse naturali e risorse umane (sociali, culturali ed economiche) : tutte le attrazioni turistiche rientrano quindi nel gruppo delle cosiddette risorse fisiche (naturali ed artificiali), che costituiscono il motivo principale che spinge i turisti a viaggiare. Queste possono essere classificate secondo criteri della disponibilità (in esauribili e non esauribili) e della possibilità di reintegrazione (in riproducibili e non riproducibili). Da questa prima classificazione possiamo individuare quattro tipi di risorse turistiche, ognuna delle quali si identifica con un particolare problema di sfruttamento turistico. Tali risorse si classificano in : 1) Risorse irriproducibili e inesauribili: quando il loro utilizzo non ne compromette la disponibilità futura. Si individuano però certi limiti di sfruttamento (problema della capacità di carico);

2) Risorse irriproducibili ed esauribili: se il loro utilizzo le distrugge in parte. Il problema economico è che queste risorse si esauriscono nel tempo (problema del loro utilizzo intertemporale); 3) Risorse riproducibili ed esauribili: se vengono sfruttate in maniera eccessiva sono soggette a esaurimento ma sono comunque in grado di riprodursi. Il problema economico è definire il livello di presenze turistiche compatibile con la loro capacità di riproduzione; 4) risorse riproducibili e inesauribili: non si esauriscono con l'uso e si accrescono ad un tasso naturale. Se le presenze turistiche non seguono

¹² S.BIMONTE, L.F.PUNZO, A proposito di capacità di carico turistica. Una breve analisi teorica, in sito web: <http://www.econ-pol.unisi.it>

la loro velocità di accrescimento, diventeranno progressivamente sempre più inutilizzate¹³. Alla luce di tutto ciò è auspicabile un uso ottimale delle risorse per evitare le conseguenze negative del loro sfruttamento, sempre nell'ottica, tipica dello sviluppo sostenibile, secondo cui la salvaguardia dei valori ambientali implica un'analisi nel lungo periodo, che quindi faccia riferimento allo sfruttamento della risorsa nel tempo. Il livello ottimale di utilizzo è quello che comprende, oltre ai benefici, anche i costi collettivi, perché, come abbiamo già affermato, nei casi della tutela ambientale vi è un conflitto di interessi privati e collettivi: una politica di conservazione ambientale dà benefici a tutti ma a nessuno sembra conveniente adattarla, da un punto di vista prettamente economico. Dopo questo excursus esplicativo sulle tipologie di risorse in gioco nell'attività turistica, passiamo ad analizzare gli impatti negativi del turismo, soprattutto quelli che si manifestano a livello ambientale: proprio questi, infatti, hanno favorito una riflessione sulle conseguenze del turismo, rendendo quindi necessaria una rivalutazione dello stesso e una sua riorganizzazione in termini di sostenibilità. Tra gli impatti ambientali più evidenti ricordiamo :l'esaurimento delle risorse non riproducibili o scarse, specialmente quelle di importanza vitale; l'eccessiva pressione sugli ecosistemi; il degrado di flora e fauna; l'inquinamento locale e globale(De Carlo,Caso,2007,p.23). In particolare, per quello che riguarda l'impoverimento delle risorse naturali,il turismo, a causa dell'aumento dei consumi, determina una

¹³ C.DELL'AQUILA,Economia del turismo,in sito web cit.

pressione eccessiva su esse. “ [...] la domanda turistica di acqua, energia, cibo ed altre materie prime, che possono essere già scarse, tende ad aumentare fortemente, arrivando, di media ,a duplicare, nei periodi di picco, i valori normali nella bassa stagione” (Cicerchia,2009,p.22). Inoltre, la costruzione di strutture e infrastrutture turistiche determina forti pressioni su ogni tipo di risorsa, rinnovabile e non rinnovabile(minerali, combustibili fossili, suoli fertili, aree umide, etc.) e sul paesaggio: un esempio fra tutti è quello dei boschi, specialmente quelli soggetti a deforestazione. Non possiamo dimenticare neanche l’inquinamento generato dal turismo, che è simile, se non superiore, a quello provocato da altre attività produttive. Il caso più evidente è quello dell’inquinamento atmosferico e acustico, di cui il principale responsabile è sicuramente il trasporto, in particolare quello aereo, che produce la maggior parte delle emissioni atmosferiche nocive(Cicerchia,2009,p.22;De Carlo,Caso,2007,p.24). Un altro tipo di inquinamento legato al turismo è quello architettonico e visivo, che fa riferimento a tutti quei “fenomeni che alternano e disturbano l’estetica e la funzionalità degli ecosistemi naturali, urbani, dei paesaggi e dei singoli manufatti architettonici”¹⁴. Il caso più esemplare è quello dell’abusivismo edilizio, cioè la realizzazione di opere che non rispettano standard (come fabbricabilità, percentuale di aree verdi, massima altezza, rapporto area/volume,etc) stabiliti per determinare l’abitabilità

¹⁴ Inquinamento architettonico in sito web://www.ecologiae.com/inquinamento-architettonico/33536

dell'ambiente. Inoltre con questa espressione si fa riferimento sia all'eccesso che all'erronea disposizione delle nuove costruzioni. Tutto ciò naturalmente deturpa l'ambiente circostante. Un'altra conseguenza del turismo da non sottovalutare è sicuramente l'emissione di rifiuti liquidi, petrolio e sostanze chimiche, e quella di rifiuti solidi: un fenomeno molto diffuso è quello del littering, espressione di origine inglese che si riferisce all'abbandono di rifiuti gettati a terra invece che nei bidoni e nei cestini dell'immondizia, degradando la qualità dell'ambiente e aumentando i costi della pulizia urbana (Cicerchia,2009,p.22). nonostante tutti questi aspetti negativi che il turismo porta con sé , si deve sfatare il luogo comune secondo cui l'unica soluzione ai suoi impatti sia quella di limitarlo o eliminarlo. Non si deve scegliere tra il *“tutto turismo”* o il *“rigetto completo”* (Lozato Giotart,1990,in Bagnoli,2010,p.103).

Il turismo, oggi, può avere ripercussioni sia positive che negative sull'ambiente: *“ tutto dipende dal modo di fare turismo, e di essere turisti”* (Bagnoli,2010,p.103).

1.5 Capacità di carico turistica

Il discorso sugli impatti del turismo non può prescindere dal concetto di sostenibilità e da tutto ciò che esso implica. È stato già affermato, nella dettagliata analisi effettuata nei capitoli precedenti, il suo stretto legame con la capacità di carico, espressione che gioca un ruolo di fondamentale importanza sia nella valutazione dell'impatto ambientale del turismo, sia nella pianificazione di un nuovo sviluppo del fenomeno. Infatti, “ per un'utilizzazione sostenibile, e quindi non deteriorante, delle risorse ambientali e storico-culturali è indispensabile conoscere i limiti e le possibilità di fruizione della località/destinazione turistica” (Galli,Notarianni,2002,p.88).

Qualsiasi progetto di sviluppo turistico di un territorio non può prescindere dallo studio del suo ciclo di vita, molto simile a quello di qualsiasi prodotto industriale. Con il passare del tempo, l'attrazione turistica di un territorio può diminuire a causa dell'evoluzione dei gusti dei visitatori e del cambiamento delle loro abitudini. Appare quindi opportuno descrivere tale processo facendo riferimento al modello del “ciclo di vita di un'area turistica”, teorizzato da Butler nel suo testo *The Tourism Area Life Cycle: applications and modifications*. Egli, considerando diversi fattori come i prezzi e le tendenze nelle abitudini di acquisto dei consumatori, individua determinate fasi nella vita di una località turistica. La prima fase è quella dell'esplorazione (*exploration stage*), “*characterized by small*

*numbers of tourists[...] who have been attracted to the area by its unique or considerably different natural and cultural features. At this time there would be no specific facilities provided for visitors”*¹⁵(Butler,2006,p.5). In questa fase, quindi, nasce il movimento turistico nella località grazie a un piccolo gruppo che la scopre, attirato dalla bellezza della natura incontaminata; tuttavia , l'esiguità di strutture adeguate per i turisti fa sì che la loro presenza sia limitata e che il turismo non sia ancora molto rilevante nell'economia dell'area. Il numero di visitatori in una località turistica cresce nella seconda fase, quella del coinvolgimento (involvement stage): essa è caratterizzata da una maggiore quantità di strutture adeguate per il turismo, create dai residenti, che iniziano a vedere le potenzialità economiche dello sviluppo del settore e vogliono divulgare l'immagine della località come meta turistica. La fase successiva è quella dello sviluppo (development stage), in cui si assiste a una maggiore organizzazione del turismo, che si affida anche a strutture esterne alla località, più competitive e innovative nella gestione della domanda turistica. L'attività turistica, in questa fase, assume un ruolo di primo piano nell'economia dell'area in questione, ma ha anche gli impatti maggiori sul territorio, dando vita a processi che possono determinare alterazioni nella località turistica stessa e, di conseguenza, il suo declino. L'eccessivo sfruttamento può creare un deterioramento delle sue risorse: il carico delle presenze determina un cambiamento

¹⁵ La fase di esplorazione è caratterizzata da un numero ristretto di turisti[...] attratti dalle bellezze naturali e culturali del luogo. In questa fase non sono fornite ai visitatori strutture adeguate”.

nelle condizioni qualitative del territorio. Nella fase del consolidamento (consolidation stage) il numero di visitatori di uno spazio turistico continua a crescere, ma con tassi più contenuti rispetto alla fase precedente, e l'area rimane una delle principali destinazioni dei flussi turistici. *“ the large numbers of visitors and the facilities provided for them can be expected to arouse some opposition and discontent among permanent residents, particularly those not involved in the tourist industry in any way, and to result in some deprivation and restrictions upon their activities”*¹⁶. (Butler,2006,p.7). Il turismo, in questo stadio , rappresenta il settore trainante dell'economia del paese e l'impatto territoriale manifesta i primi segni di degenerazione. La fase successiva è quella della stagnazione (stagnation stage), in cui la località turistica ha raggiunto il numero massimo di visitatori e perde, quindi, la sua attrattività come meta turistica. In questa fase essa può contare solo sulla presenza dei turisti abituali: sono necessarie, quindi, delle misure per mantenere costante il numero di visitatori nel tempo. Il numero di turisti diminuisce in maniera notevole nella fase di declino (decline stage), in cui la località turistica non riesce a competere con le nuove mete, che attirano maggiormente i visitatori: questi, infatti, invece della lunga permanenza nella località in questione, preferiscono solo brevi escursioni o visite del fine settimana. A poco a poco l'area perde completamente la sua funzione turistica poiché l'offerta si abbassa drasticamente e gli arrivi

¹⁶ “ il grande numero di visitatori e le strutture fornite a essi possono far nascere opposizione e malcontento nei residenti specialmente quelli che non lavorano nel settore turistico,con conseguenti restrizioni nelle loro attività”.

diminuiscono. È possibile, però invertire questa tendenza con degli interventi, ad opera del governo, che portino dei cambiamenti nella località turistica, promuovendo quindi un nuovo sviluppo del settore. Arriviamo così all'ultima fase del ciclo di vita di un'area turistica, quella del rinnovamento (rejuvenation stage), in cui si cerca di recuperare l'aspetto turistico dell'area: attraverso politiche innovative (ad esempio la creazione di un'area naturale protetta o la valorizzazione di risorse fino a questo momento sottovalutate) si può evitare il declino della località turistica, favorendo la nascita di un nuovo tipo di turismo. Il modello proposto da Butler è stato oggetto di numerose critiche soprattutto per le fasi successive a quella dello sviluppo, poiché ogni località turistica può avere un destino differente da quello descritto. Nonostante ciò, esso è molto utile in quanto aiuta a prevedere quello che può essere il destino di una meta turistica e ad agire di conseguenza, evitando uno sfruttamento eccessivo del territorio e delle sue risorse." Alla luce della prevedibilità di un declino, si potrà pensare ad un'evoluzione controllata orientata ad una stabilizzazione della domanda a livelli compatibili con strategie di media e lunga durata, ipotizzando piani di sviluppo che contengono le fasi espansive e mantengano il potenziale di attrazione intatto nel tempo. Una politica impostata in questo modo richiede comunque coordinamento delle strategie di sviluppo e di mercato, rispetto delle soglie della capacità di carico e soprattutto un continuo e tempestivo rinnovamento delle risorse e dell'immagine"¹⁷. Il concetto di capacità

¹⁷ ZABBINI E., Modelli spaziali dell'evoluzione dei territori turistici, in sito

di carico è fondamentale per comprendere il grado di impatto dello sviluppo del turismo su una destinazione. Tra tutte quelle descritte, la più critica è la fase di stagnazione poiché essa rappresenta il momento in cui la pressione del turismo è eccessiva, superando quindi le soglie definite dalla carrying capacity. Questa espressione compare per la prima volta nel rapporto pubblicato nel 1980 dall'UNEP, dal WWF e dall'IUCN,¹⁸ intitolato *Caring for the Earth. A strategy for Sustainable Living*, in cui si parla dello sviluppo come elemento di miglioramento della vita umana, entro i limiti della capacità di carico degli ecosistemi. In questo rapporto, essa “viene definita come “date determinate condizioni iniziali, il numero di persone sopportabile per un ecosistema, inteso come insieme delle risorse naturali presenti in una determinata località, prima che questo si deteriori” (Galli, Notarianni, 2002, p.88). La capacità di carico e la sua valutazione diventano, quindi, di fondamentale importanza anche nell'ambito del turismo. L'Organizzazione Mondiale del Turismo la definisce come “il numero massimo di persone che visitano, nello stesso periodo, una determinata località senza compromettere le sue caratteristiche ambientali, fisiche, economiche e socio-culturali e senza ridurre la soddisfazione dei turisti” (Bimonte, Punzo, 2003, p.138).

web:<http://www2.dse.unibo.it/>

¹⁸ IUCN-International Union for Conservation of Nature o Unione Internazionale per la Conservazione della Natura-L'Unione Internazionale per la Protezione della Natura(IUPN)viene istituita, a seguito della conferenza internazionale di Fontainebleau, il 5 ottobre 1948. L'organizzazione ha cambiato il suo nome in Unione Internazionale per la Conservazione della Natura e Risorse Naturali nel 1956 e nel 1990 è stata abbreviata in IUCN. Gli obiettivi dell'IUCN sono quelli di “influenzare, incoraggiare e assistere le società del mondo al fine di conservare l'integrità e la diversità della natura e di assicurare che qualsiasi utilizzo delle risorse naturali sia equo ecologicamente sostenibile”.

Le eccessive pressioni esercitate dal turismo negli ultimi anni hanno determinato la nascita di un vero e proprio dibattito al riguardo, al fine di valutare il livello di cambiamenti che l'ambiente può sopportare, sia a livello locale (Carrying Capacity), sia a livello globale (Ecological Footprint). La valutazione della CCT deve pertanto essere di fondamentale importanza nel processo di pianificazione e gestione del turismo in una località turistica: per definirla è necessario avere informazioni specifiche sulle risorse e sulle infrastrutture presenti sul territorio. Per la sua misurazione, l'UNEP propone una tecnica di analisi all'interno di una serie di direttive adottate nel 1997. Secondo le Linee Guida UNEP, la Capacità di Carico Turistica si deve calcolare considerando: le caratteristiche ambientali e urbanistiche dell'area in questione, la tipologia e l'ampiezza delle attività turistiche, le relazioni tra micro e macro politiche del turismo e, inoltre, le preferenze della popolazione locale, dei turisti e degli operatori (Bimonte, Punzo, 2003, p.139). Nel settore turistico, quindi, la capacità di carico non è facilmente misurabile, a causa della presenza simultanea di variabili oggettive e soggettive. Infatti, in essa si possono individuare tre tipi di capacità di carico: “ *capacità dell'ecosistema, cioè la disponibilità delle risorse naturali presenti nella destinazione in relazione alla fruizione antropica (relazione ambientale); capacità estetica e esperienziale, che rappresenta la misura del soddisfacimento estetico-culturale e delle aspettative dei turisti che frequentano la destinazione; capacità socioeconomica, che rappresenta la soddisfazione sociale ed economica della popolazione*

abitante la destinazione rispetto al fenomeno turistico” ((Bimonte, Punzo, 2003,pp.138-139). Queste tre tipologie di Carrying Capacity individuano dei limiti ben definiti di sviluppo del turismo, cioè limiti di tipo fisico, economico e sociale. Nel primo caso si fa riferimento al limite oltre il quale lo sfruttamento di una risorsa provoca danni irreversibili, con costi diffusi di recupero; nel secondo caso si individua una soglia di utilizzo oltre la quale la qualità dell’esperienza turistica si riduce, determinando quindi una diminuzione nei benefici derivanti dal turismo; nel terzo caso si fa riferimento, invece, a un livello oltre il quale i costi sociali del turismo sulla comunità ospitante sono superiori ai benefici, con un conseguente peggioramento nella qualità della loro vita(Costa, Manente, 2000)¹⁹. Alla luce di tutto ciò si comprende come la CCT non possa essere sempre rappresentata da un numero calcolato in maniera oggettiva. Infatti, ogni territorio ha una sua capacità di carico che dipende tanto da vincoli di tipo ambientale, quindi oggettivi, quanto da aspetti economici e culturali locali, quindi soggettivi, relativi soprattutto alle aspettative e alle preferenze delle comunità che entrano in contatto (turisti e residenti). Il limite socio-economico viene raggiunto prima di quello fisico:esso è soggettivo nel senso che non è possibile prevedere il tipo di reazione che la comunità ospitante può avere all’arrivo della “*specie aliena*”(i turisti). *“L’analisi delle attitudini e delle caratteristiche delle due comunità, [...], diventa, quindi, parte stessa del processo di calcolo della CCT”*

¹⁹ BIMONTE S,PUNZO L:F,A Proposito di Capacità di Carico Turistica. Una breve analisi teorica, in sito web:<http://www.econ-pol.unisi.it/>

²⁰. Non bisogna neanche dimenticare che ognuna delle due comunità può, inoltre, presentare differenti tipologie di persone con interessi e preferenze diverse, aumentando quindi la difficoltà nella valutazione dell'aspetto soggettivo della capacità di carico turistica. L'obiettivo fondamentale dell'analisi della CCT è quello di definire la sostenibilità turistica di un'area , “intesa come capacità di sostenere nel tempo un dato afflusso di turisti e il conseguente utilizzo delle risorse locali disponibili” (Bimonte,Punzo,2003,p.140). Essa si riferisce , quindi , al numero di turisti che può essere compatibile con il mantenimento della stessa qualità dei servizi e, soprattutto, degli standard ambientali, nella consapevolezza che la pianificazione dello sviluppo turistico di un'area non può prescindere dalla partecipazione attiva di tutte le parti economiche e sociali che agiscono nel settore. Inoltre , non si può dimenticare che il turismo deve determinare un tipo di sviluppo economico che possa rappresentare una risorsa a lungo termine per una determinata località turistica.

²⁰ Ibidem

1.6 Evoluzione del turismo

Il turismo, come fenomeno di massa, nasce tra la fine del XIX e l'inizio del XX secolo, quale espressione di un nuovo assetto socio-economico. Nella nuova società, l'evoluzione dei mezzi di trasporto, l'aumento del reddito e del tempo libero, l'innalzamento dei livelli di alfabetizzazione, etc., tutti questi fattori hanno contribuito a far sì che qualsiasi cittadino di un paese sviluppato potesse trasformarsi in potenziale turista. Nato sotto l'onda del consumismo e del benessere, quindi, il turismo di massa ha visto crescere sempre più le sue dimensioni nel corso degli anni, aumentando notevolmente i suoi impatti, già analizzati ampiamente nei paragrafi precedenti. Infatti, "l'evoluzione del turismo ha contribuito a creare un fenomeno di massa, nel quale vere e proprie ondate di uomini e donne, quasi come antichi flussi migratori, si spostano da un punto all'altro del globo, in modi stagionali e periodici, con conseguenze sensibili, che investono tutti gli aspetti del territorio attraversato" (Bruscino, 2011, p.7). Il turismo, in particolare, sembra urtare spesso con quelli che sono i principi della difesa dell'ambiente e delle tradizioni locali, soprattutto nei paesi più poveri. "Gli abitanti dei "paradisi turistici" hanno subito e continuano a subire privazioni e abusi da parte dei governi dei propri paesi e dei tour operator. In molti casi, in seguito alla creazione di parchi e riserve naturali, le popolazioni indigene sono state relegate ai

marginati di zone protette per turisti o si sono viste vietare l'accesso a spiagge riservate ai facoltosi stranieri in villeggiatura. In altri casi invece, riti e usanze secolari sono stati strumentalizzati a scopo di lucro e per soddisfare il desiderio di esotismo dei visitatori, il contatto con i quali è spesso estremamente negativo” (Colombo, 2005,p.9). Purtroppo, i governi e gli operatori turistici, spesso non si sono resi conto che, agendo in questo modo, hanno minacciato l'ambiente e le identità culturali e, di conseguenza, il turismo stesso, che si basa proprio su questo patrimonio di estimabile ricchezza. Questa consapevolezza è aumentata sempre di più negli ultimi anni e, di fronte ai gravi danni ambientali (e non solo), generati dall'espansione del turismo, si è resa inevitabile una rivalutazione del fenomeno. Ormai i pesanti effetti della massificazione sono così evidenti da determinare una riflessione critica sul futuro del turismo. Tra le conseguenze peggiori del turismo di massa, in particolare, notiamo come esso stia occupando sempre maggiori spazi della superficie terrestre, devastando gli ecosistemi e compromettendo in maniera irrimediabile il tessuto sociale della località turistica di destinazione: così facendo, il turismo “si trova a compromettere la stessa materia prima che lo costituisce e, quindi, alla lunga, se stesso” (Bimonti,Punzo,2003,p.137). Esso rappresenta un settore con molti benefici che sono soprattutto evidenti per le persone coinvolte nell'attività turistica, mentre i suoi costi (ambientali,economici e sociali)sono diffusi sull'intera collettività, presente e futura. Quindi bisogna pensare a un tipo di turista che abbia benefici più diffusi e non

concentrati solo nelle mani degli addetti ai lavori, come invece sempre più spesso accade, con tutte le conseguenze che da questo derivano. Infatti, “oggi il deterioramento delle risorse naturali è sotto gli occhi di tutti: i grandi organismi internazionali e gli operatori del settore non lo possono più ignorare, e nemmeno i viaggiatori possono più pensare che si tratti di qualcosa in cui essi non sono coinvolti” (Colombo,2005,p.1). E’ possibile identificare quattro posizioni principali nella relazione tra turismo di massa e turismo sostenibile:Clarke (1997) , nel suo testo A frame work of approaches to sustainable tourism, parla di contrapposizione,continuum, movimento e convergenza. Nel primo caso i concetti sono antitetici per cui il turismo sostenibile dovrebbe sostituire qualsiasi altra forma di turismo; nel secondo caso, nonostante i due concetti continuino a essere antiteci, si riesce a superare la loro contrapposizione poiché è possibile un’evoluzione del turismo di massa verso forme di turismo sostenibile. Nel terzo caso, quello del movimento, si registra una trasformazione del turismo di massa in turismo sostenibile(minimizzazione del turismo di grande scala e sostituzione di esso con un turismo sostenibile di piccola scala); l’ultimo caso, invece, fa riferimento a una possibile convergenza che si potrà realizzare solo quando entrambe le forme si saranno trasformate in forme di turismo sostenibile (Clarke,1997, in Montanari,2009, pp.12-13). Esiste, pertanto, una contrapposizione tra turismo di massa, che tende a distruggere le risorse naturali e culturali, e un turismo che si può definire “alternativo”, che cerca invece di tutelare le risorse e

contribuire allo sviluppo delle società ospitanti, privilegiando pratiche turistiche più o meno sostenibili. Il grave deterioramento delle risorse naturali è stato uno dei motivi principali delle prime riflessioni sul turismo e sulle sue conseguenze, nella convinzione di una necessaria valutazione dei suoi impatti ambientali. Infatti ,è proprio nell'ambito del movimento ambientalista degli anni '70 e '80, che si è sviluppato l'ecoturismo, forma di turismo rurale che non ha come obiettivo la semplice fruizione del patrimonio naturale della località turistica, ma che invece si basa sulla salvaguardia delle risorse del territorio,rispettando le popolazioni locali. “ con l'ecoturismo è nato un nuovo modo di pensare l'esperienza del viaggio, che si basa su ragioni non solo estetiche ma anche morali e fa leva su un sentimento oggi più che mai diffuso: la sensibilità ambientale e la cura delle risorse naturali” (Colombo, 2005,p.12). L'ecoturismo si configura quindi come una forma di “ turismo alternativo”per reagire alla natura fortemente omologante, tipica invece del turismo di massa. La necessità di sviluppare queste forme innovative di turismo è una conseguenza dell'opposizione al turismo tradizionale, di cui si rifiutano molti aspetti come “ l'anomizzazione del tempo libero,la commercializzazione dei valori, la massificazione dei siti, l'azzeramento delle differenze “ culturali”,la perdita progressiva del sé” (Bimonte,Punzo,2003,p.38). L'ecoturismo si offre,quindi, come la migliore soluzione ai costi ambientali,economici e socioculturali di un turismo basato essenzialmente sul laissez-faire, il turismo di massa , appunto(Jafari,2001, in Montanari,2009,p.26). Alla luce di tutto ciò

non è più pensabile perpetuare un tipo di turismo così dannoso per l'ambiente e le comunità umane implicate: l'ambiente naturale e le tradizioni culturali rappresentano la memoria storica di un popolo, l'unico vero valore aggiunto di qualsiasi territorio. La capacità attrattiva di un luogo risiede proprio nell'amore per la propria terra, nel rapporto che i residenti hanno con essa: è necessario, quindi, "voler bene" al territorio in cui si vive, "curandolo e valorizzandolo, comunicando il piacere e la voglia di viverci, il che equivale anche a promuoverlo evidenziandone le caratteristiche di autenticità e bellezza"(Galli,Notarianni,2002,p.159). E' quindi indispensabile che ogni uomo, nel suo agire quotidiano, si renda conto delle sue responsabilità nei confronti del "patrimonio" che lo circonda: il turista in particolare deve smettere di essere un semplice consumatore della destinazione, come lo è stato fino a questo momento, diventando "inconsapevole complice di pratiche distruttive" (Galli,Notarianni,2002,p.16), poste in atto dal turismo di massa. L'ecoturismo è , infatti, considerato come la soluzione più auspicabile per rispondere agli effetti dannosi che il turismo di massa ha prodotto , e continua a produrre, sulle destinazioni turistiche. Le conseguenze più negative non derivano solo dal numero eccessivo di turisti presenti su un territorio, ma soprattutto da una cattiva gestione dei flussi e da politiche inefficienti, che non riescono a portare benefici per la comunità locale e le risorse naturali. Pertanto , le forme di turismo alternativo , e quindi l'ecoturismo,diventano molto importanti, nel panorama internazionale odierno, perché non implicano solo il

concetto di sostenibilità ambientale, ma fanno anche riferimento a tutti quei processi che coinvolgono le popolazioni locali nella promozione e nella gestione del turismo , favorendo dunque il rispetto e la valorizzazione delle proprie culture. Solo così si può prevenire un eventuale atteggiamento ostile della comunità ospitante verso i flussi turistici. All'inizio degli anni '90 però solo pochi conoscevano le vere ripercussioni che l'industria del turismo aveva sulla società e sull'ambiente: quindi, il superamento del turismo di massa in favore di una nuova forma di turismo è stato un processo lento e graduale. La necessaria metamorfosi dell'industria turistica è stata possibile solo grazie alla diffusione di una nuova filosofia di viaggio in cui si privilegiano “i valori del rispetto e del confronto , che non ostacolano in nessun caso la voglia di viaggiare e la sete di conoscere”(Colombo, 2005, p.83): questi sono valori che il turista deve fare propri ogni volta che entra in contatto con popoli e culture nuovi, con tradizioni diverse dalle proprie. Pertanto si può, anzi si deve, continuare a viaggiare ma in modo critico e responsabile perché come afferma Marcel Proust , “il vero viaggio di scoperta non consiste nel trovare nuove terre , ma nel vedere con nuovi occhi”(Colombo,2005,p.85).

1.7 Il turismo sostenibile : definizione e caratteristiche

Uno dei settori con i peggiori impatti sulla natura è sicuramente il turismo, la cui crescita vertiginosa degli ultimi tempi ha fatto nascere un dibattito per una sua rivalutazione in termini di sostenibilità. Il nuovo tipo di turismo nasce nella diffusa consapevolezza della gravità dei problemi ambientali: “di fronte al turismo convenzionale che cerca il massimo profitto nel minor spazio e tempo possibile, i turisti cominciano a essere coscienti dell’impatto che causano sull’ambiente. Inoltre esigono una sempre maggiore qualità dei luoghi che visitano. A questo si unisce la pressione dei gruppi ambientalisti, preoccupati dell’impatto del turismo sulla natura” (Pérez De Las Heras, 1999, in Galli, Notarianni,2002,p.21). Il turismo sostenibile ha come obiettivo fondamentale quello di mantenere e preservare nel tempo le risorse naturali, che ne costituiscono la base fondamentale, conseguendo quindi la massima efficienza nel lungo periodo .Infatti , il presupposto fondamentale della teoria della sostenibilità è l’esauribilità delle risorse e la necessità, quindi, di preservare il più possibile il capitale naturale e culturale del pianeta Terra, salvaguardando anche i valori sociali e ambientali del territorio, soprattutto per le generazioni future. Il nuovo tipo di turismo si inserisce nel contesto di un progetto che prevede la partecipazione collettiva di turisti, comunità ospitante e investitori del settore, al fine di conseguire, per la società locale,

benefici economicamente sostenibili e con un basso impatto ambientale. Questa nuova tipologia di turismo è stata definita come turismo sostenibile , responsabile e consapevole. Entrambi gli aggettivi sottolineano un diverso aspetto del fenomeno: il primo si riferisce essenzialmente ai suoi impatti ambientali, mentre il secondo alle sue conseguenze sociali e culturali. L'uno, però, non esclude l'altro ma anzi si comprendono a vicenda, "se si accetta di estendere il concetto di responsabilità al contesto ambientale e quello di sostenibilità alla sfera delle relazioni umane". (Colombo,2005,p.14).

La prima definizione di turismo sostenibile, data dall'OMT nel 1988, fa propri quelli che sono i principi introdotti dal rapporto Brundtland: "lo sviluppo sostenibile del turismo va incontro ai bisogni dei turisti e delle aree ospitanti attuali e allo stesso tempo protegge e migliora le opportunità per il futuro. Esso deve essere il principio guida per una gestione delle risorse tale che i bisogni economici, sociali ed estetici possano essere soddisfatti e contemporaneamente possano essere preservati l'integrità culturale, gli equilibri fondamentali della natura, la biodiversità e il sostegno al miglioramento della qualità della vita".

" La sostenibilità nel turismo si raggiunge facendo in modo che tutti i servizi, le infrastrutture, le attività, la gestione, lo sviluppo e la pianificazione rispondano a criteri di sostenibilità ambientale, sociale, culturale ed economica" (Galli, Notarianni,2002,p.25). Quindi, una qualsiasi attività turistica (turismo balneare, d'affari, culturale, di natura,etc.), qualunque siano le motivazioni su cui si basa(piacere,salute,affari,sport,etc), può diventare una forma di

turismo sostenibile, se viene gestita in maniera corretta, questo soprattutto al fine di evitare che abbia ripercussioni negative tanto sull'ambiente quanto sulle persone che in esso vivono. Spesso si fa confusione tra turismo sostenibile e ecoturismo, considerandoli, erroneamente, come sinonimi: infatti, l'ecoturismo, pur tutelando le risorse naturali e l'integrità del territorio nel lungo periodo, non prende in considerazione l'impatto culturale del turismo e la sua responsabilità nella diffusione di malcostume, criminalità, etc. La differenza tra i due concetti, è, invece, evidente poiché l'ecoturismo rappresenta un sottogruppo nel campo più ampio del turismo sostenibile: esso rappresenta, infatti, la versione sostenibile del turismo naturalistico (o di natura), che include anche il turismo rurale e culturale, definito dal WTO come una forma di turismo che ha come motivazione principale l'osservazione e il godimento delle risorse naturali. Quindi, il turismo di natura si definisce in base al tipo di risorse che costituiscono l'oggetto del viaggio, mentre l'ecoturismo riguarda principalmente le motivazioni e il comportamento dei turisti durante il viaggio (Bimonte, Punzo, 2003, p.23).

“La definizione più nota a livello internazionale individua l'ecoturismo come forma di viaggio responsabile che minimizza l'impatto sull'ambiente. L'oggetto del viaggio è costituito dalla visita ad aree naturali relativamente indisturbate al fine di godere, studiare ed apprezzare la natura ed ogni caratteristica culturale ad essa associata; lo scopo è di promuoverne la tutela fornendo, al contempo,

sostanziali benefici socioeconomici alle popolazioni locali”(ibidem). Questa definizione, ponendo l’accento sulle tre dimensioni della sostenibilità, fa dell’ecoturismo una forma di turismo sostenibile. Quest’ultimo,allo sfruttamento e alla distruzione delle risorse, preferisce un utilizzo più attento delle stesse, di qualsiasi tipo esse siano(quindi non soltanto quelle naturali): il turismo sostenibile tende pertanto a sottolineare, come è stato già affermato, gli aspetti della responsabilità e della consapevolezza del rispetto e della disponibilità, facendosi portatore di principi quali equità, sostenibilità e tolleranza. Alla luce di tutto ciò, il turismo sostenibile si sta consolidando sempre più come “elemento basilare nella gestione delle risorse turistiche contemporanee. Il turismo sostenibile non è un modello chiuso. Anzi, è una strategia aperta e flessibile, adattata alle peculiarità territoriali ed economiche dello spazio di accoglienza”(Bimonte, Punzo,2003,p.67).

Si possono individuare sette caratteristiche basilari che identificano questa forma di turismo: pianificazione, integrazione, apertura, dimensione, partecipazione, durabilità e fattibilità. Vediamo più nel dettaglio a cosa si riferisce ciascuno di questi aspetti:

Pianificazione: comporta un’analisi dettagliata delle condizioni presenti e delle prospettive future prima di prendere qualsiasi decisione.

Integrazione: è necessario che l’offerta turistica sia il risultato dell’unione di tutte le risorse locali(culturali, naturali,economiche,

ecc), poiché il turismo deve rispecchiare l'identità del luogo in cui si sviluppa.

Apertura o diversificazione: il modello turistico sostenibile deve essere aperto al territorio e agli spazi naturali circostanti poiché la diversità dei luoghi(urbani, naturali,etc) è un elemento fondamentale nella promozione del turismo, rafforzando dunque l'attrattività dell'offerta.

Dimensione: questo aspetto è strettamente collegato con il rispetto dell'ambiente poiché quello sostenibile è un turismo dimensionato nel tempo (cerca di ridurre gli effetti legati alla stagionalità) e nello spazio (si individua la capacità di accoglienza del territorio e delle sue strutture ricettive). Si riduce il flusso di turisti al fine di garantire minori impatti sul territorio e una migliore qualità dell'esperienza turistica: il limite di visitatori deve essere definito in base alla capacità di generazione del territorio.

Partecipazione: la riconversione del modello tradizionale e lo sviluppo di nuovi modelli di gestione possono essere ottenute solo con il coinvolgimento di tutti gli attori del processo turistico; i principi basilari del modello sostenibile sono quindi il consenso e la democrazia attiva.

Durabilità o durevolezza: questa forma di turismo punta, non sulla soddisfazione della domanda a breve termine, ma sugli effetti a medio

e lungo termine, integrando quindi crescita economica e salvaguardia dell'ecosistema e dell'identità locale.

Fattibilità o vitalità economica: il turismo sostenibile non è sinonimo

Di crescita zero, né tantomeno implica l'abbandono dell'attività turistica; esso è un modello alternativo che, privilegiando la ricerca del benessere della comunità locale, non si pone come obiettivo l'accumulazione rapida di capitale, ma il tipo di capitale che si accumula e la sua vitalità nel tempo (Bimonte, Punzo,2003,pp.67-68; Brusino,2011, p.16).

Per poter essere sostenibile, il turismo deve usare in maniera ottimale le risorse naturali , al fine di mantenere intatti i processi ecologici e conservare il patrimonio naturale e la biodiversità; deve rispettare il patrimonio sociale e culturale della comunità ospitante, salvaguardando i suoi valori e favorendo l'interculturalità; e, infine, deve favorire uno sviluppo economico di lunga durata, garantendo benefici per tutti gli attori coinvolti nel settore(Cicerchia,2009,p.20).

E' ben noto a tutti che le località turistiche devono la loro popolarità all'integrità delle bellezze naturali: se esse si degradano oltre una certa soglia, i flussi turistici sono destinati al declino. Elementi fondamentali del turismo sostenibile sono, quindi, la soddisfazione del turista e la tutela dell'ecosistema, nell'ottica di un turismo che rappresenti una risorsa , piuttosto che uno strumento di distruzione e degradazione.

1.7.1 Il turismo sostenibile : cenni storici

L'interesse per la natura emerge per la prima volta negli anni '70 del novecento , quando cominciano a svolgersi le prime conferenze internazionali: nel 1972 la Conferenza di Stoccolma sottolinea le preoccupazioni per l'eccessivo inquinamento atmosferico, preoccupazioni che vengono riconfermate anche 20 anni dopo, nel vertice mondiale di Rio de Janeiro, nel 1992. A partire da questa conferenza, abbiamo assistito a un crescente interesse verso il tema del turismo sostenibile. Però , quando questo termine è diventato così importante come lo è oggi? Quando ha iniziato a essere usato? Già alla fine degli anni '70 il concetto di sostenibilità era nell'aria ma il suo collegamento al settore del turismo si può rintracciare negli anni '80. Il 10 ottobre del 1980, infatti , La Dichiarazione di Manila, sottolinea la responsabilità degli stati nella promozione del turismo, valorizzandolo come qualcosa di più di un semplice fenomeno economico. Però , già in precedenza, precisamente nel 1978, l'OMT, nella consapevolezza della necessità di rispettare l'ambiente, ha deciso di creare un comitato ambientale, incontratosi per la prima volta a Madrid nel 1981. In esso si sono riuniti “esperti provenienti sia dall'industria turistica sia dalle organizzazioni internazionali, il cui intento era quello di stabilire linee guida per il conseguimento di un maggior rispetto del turismo verso l'ambiente” (Galli,

Notarianni,2002,p.21). In realtà, bisogna fare ancora un passo indietro per ritrovare i primi tentativi di definizione di una forma di turismo rispettoso dell'ambiente. In effetti, la paternità del termine ecoturismo si può rintracciare già negli anni '80 del Novecento, con la prima definizione del fenomeno ad opera dell'architetto messicano Héctor Ceballos –Lascuràin, uno dei massimi esperti di ecoturismo nel mondo, che per primo ne ha individuato le principali caratteristiche. In un suo saggio del 1988, lo definisce come un “viaggiare <<to relatively undisturbed or uncontaminated natural areas with the specific object of studying, admiring and enjoying the scenery and its wild plants and animals, as well as any existing cultural aspects(both past and present) found in these areas>>”²¹(Ceballos-Lascuràin,1988,in Montanari,2009,p.21).

Ancora prima di Ceballos-Lascuràin, un altro studioso, Hetzer, ha cercato di analizzare il rapporto tra i visitatori e l'ambiente con cui essi interagiscono. Egli , già negli anni '60 del XX secolo, per rispondere a tutti quelli che mostravano il proprio disappunto davanti alle conseguenze negative dello sviluppo turistico,soprattutto a livello ambientale, “ ha identificato quattro posizioni necessarie per contribuire all'affermazione di un turismo più responsabile: 1) il minimo impatto sull'ambiente; 2)il minimo impatto e il maggiore

²¹ L'ecoturismo è definito come un <<viaggiare in aree naturali relativamente indisturbate o incontaminate con lo specifico obiettivo di studiare, ammirare e apprezzare lo scenario e le sue piante e animali selvaggi, così come ogni manifestazione culturale esistente (passata e presente) delle aree di destinazione>>. Per la traduzione italiana vedi anche P.Galli,M.Notarianni,2002,p.26

rispetto per le culture ospiti; 3) il massimo beneficio economico per le comunità che ricevono i turisti; 4) la maggiore soddisfazione per i turisti” (Hetzer, 1965, in Montanari, 2009, p. 22). Negli anni '80, inoltre Harold Goodwin²², personalità molto importante a livello internazionale nel settore del turismo sostenibile, individua i primi Centri per il Turismo Responsabile: il primo nel 1982 a Goa, il secondo nel 1984 a St. Anselmo, entrambi in California. Già in tempi lontani, quindi, si iniziano a vedere i primi segni degli impatti negativi del turismo sulla natura e sull'uomo e si cominciano a delineare le direzioni verso cui avrebbe dovuto muoversi una nuova forma di turismo. Però, è solo a partire dagli anni '90 che il concetto di sostenibilità si diffonde maggiormente e si estende anche al settore turistico. A Rio, il concetto di turismo sostenibile è stato preso in considerazione all'interno del più ampio panorama della tutela ambientale e, in particolare, dello sviluppo sostenibile. Infatti, il turismo è stato solo citato in quello che può essere considerato il documento più importante del vertice, l'Agenda 21. Però, da questo momento si è registrato un maggiore interesse verso la relazione tra turismo e sostenibilità: tra il 1992 e il 2010, la crescita vertiginosa dei flussi turistici internazionali ha favorito la creazione di almeno dodici trattati internazionali che, affrontando il tema del turismo sostenibile,

²² Harold Goodwin - professore di management del Turismo Responsabile alla Leeds Metropolitan University, egli soprattutto a partire dagli anni '90, si è distinto per le sue ricerche sul turismo, la conservazione e lo sviluppo sostenibile. Nel 2000 ha fondato, nell'università di Greenwich, il centro internazionale del Turismo Responsabile (International Centre for Responsible Tourism-ICRT), sposato nel 2006 nella Leeds Metropolitan University. L'ICRT è un centro di ricerca sul Turismo Responsabile per studenti già laureati, che si basa sui principi della Dichiarazione di Cape Town (2002).

hanno contribuito ad accelerare l'introduzione del concetto di sostenibilità, anche nel settore turistico. Naturalmente, questo non è stato un processo facile poiché, come avviene in qualsiasi settore che riguarda lo sviluppo umano, non è stato molto semplice conciliare i vari interessi in gioco: infatti, gli interessi del pianeta Terra devono incontrarsi “ con quelli dei paesi industrializzati-che hanno finora tratto vantaggio da un turismo senza regole-e dei paesi in ritardo di sviluppo, che vorrebbero usare un turismo il più possibile senza regole, per approfittare di una potenzialità per il loro sviluppo” (Montanari,2009,p.13).

L'importanza che il turismo riveste a livello internazionale è tale da aver portato anche alla creazione di una “festa” del turismo, una giornata mondiale in cui ricordare il turismo e le sue potenzialità. La data scelta, il 27 settembre, coincide con l'anniversario dell'adozione dello statuto dell'Organizzazione Mondiale del Turismo, avvenuta il 27 settembre del 1970. Essa rappresenta un momento di dialogo tra i maggiori esponenti del turismo mondiale : *“una giornata dedicata al confronto, al dibattito, e alla progettazione di interventi che [...]sono finalizzati a trovare una soluzione al complesso rapporto tra il turismo e il cambio climatico”* ²³.

²³ UGHI S., Giornata mondiale del turismo, in sito web:
<http://blog.europassistance.it/giornata-mondiale-del-turismo/>

1.8 Turismo sostenibile : conferenze e documenti

Nonostante le difficoltà incontrate, a partire dal vertice di Rio l'interesse verso la sostenibilità turistica è cresciuto molto e, negli ultimi anni , sono stati tanti i documenti e le dichiarazioni adottati.

1992-Conferenza di Rio de Janeiro

Come abbiamo già affermato , il documento principale approvato nel 1992 a Rio de Janeiro è l'Agenda 21 che, identificando i problemi che riguardano l'ambiente e lo sviluppo e che minacciano di causare una catastrofe ecologica, suggerisce dei programmi da attuare per un futuro di sostenibilità per il pianeta terra. Inoltre , proprio durante questo vertice è sempre più evidente agli occhi di tutti che gran parte dei gravi danni ambientali del mondo sono causati dall'industria dei viaggi e del turismo, settore in continua espansione. Però , in questo documento, il turismo viene solo citato quando si fa riferimento al tema che riguarda la conservazione della montagna e degli ecosistemi marini (De Carlo,Caso,2007,p.29).

1995-Lanzarote-Conferenza Mondiale sul Turismo Sostenibile

Dopo Rio de Janeiro, che ha definito il turismo sostenibile solo come uno tra i tanti aspetti della tutela ambientale, saranno le isole Canarie ad ospitare la prima conferenza mondiale dedicata espressamente al turismo sostenibile(WCST-World Conference on Sustainable Tourism), che si è svolta a Lanzarote il 27 e il 28 aprile 1995. La

scelta del luogo in cui tenere la conferenza non è stata casuale: infatti, come si può facilmente prevedere, le piccole isole sono quelle dove esiste un rischio maggiore di effetti negativi causati dall'eccessivo sviluppo turistico; l'isola di Lanzarote è stata considerata, quindi, il luogo più adatto in cui promuovere uno sviluppo del turismo che mostri il suo potenziale senza compromettere le risorse, la cultura e le possibilità future di sviluppo. Risultato importante del convegno è stato la stesura del documento finale, conosciuto come Carta di Lanzarote, il cui titolo ufficiale è *Carta per un turismo sostenibile (Charter on Sustainable Tourism)*. Il documento può essere considerato la pietra miliare della sostenibilità turistica: in esso si riconosce il ruolo socioeconomico dell'industria turistica e si definiscono le principali direttive che devono essere seguite dai diversi attori coinvolti nelle attività del settore turistico. La Carta, nei suoi 18 punti, stabilisce gli obiettivi più importanti per lo sviluppo futuro del turismo, individuando anche gli strumenti per far sì che quella dei viaggi possa convertirsi in un'industria sostenibile. Tra questi strumenti ricordiamo, ad esempio, l'attenta pianificazione a lungo termine, la cooperazione efficace a tutti i livelli, lo scambio di informazioni ed esperienze e la diffusione di atteggiamenti nuovi e più adeguati. Inoltre, in appendice al documento, viene introdotto un Piano d'azione, con l'obiettivo di trasformare i principi teorici in azioni pratiche, nella consapevolezza del ruolo chiave che il turismo può svolgere nel progetto di uno sviluppo sostenibile (Colombo, 2002,p.15). “ La Carta si appella alla comunità internazionale e in

particolare spinge i governi , le altre autorità pubbliche, i professionisti del settore, le associazioni pubbliche e private, le istituzioni con attività correlate e i turisti stessi, ad adottare principi e obiettivi di sostenibilità” (Galli,Notarianni,2002,p.35). E’ necessario stabilire alleanze efficaci tra tutti gli attori del settore turistico per coltivare la speranza di un turismo più responsabile in futuro.

1996-Agenda 21 per l’industria dei viaggi e del turismo

Qualche anno dopo il Summit mondiale di Janeiro, precisamente nel 1996, il WTO, il WTTC(World Tavel & Tourism Council)²⁴ e l’Earth Council (Consiglio della Terra), tre organizzazioni molto importanti a livello internazionale, si sono riunite per rivedere i principi dell’Agenda 21, cercando di adeguarli anche al settore turistico. Risultato di questa collaborazione è un rapporto chiamato Agenda 21 per l’industria dei viaggi e del turismo: verso uno sviluppo sostenibile da un punto di vista ambientale (Agenda 21 for the travel and Tourism Industry). Come ha affermato Geoffrey H. Lipman, presidente del World Travel and Tourism Council, “ un ambiente pulito e sano è al centro del prodotto offerto dall’industria dei Viaggi e del Turismo e la qualità ambientale- strade sgombre da rifiuti, mari e monti puliti, aria priva di smog e fiumi non inquinati- è vitale per il successo dell’industria stessa. Con un numero sempre crescente di consumatori

²⁴ Il World Travel & Tourism Council (WTTC), è stato concettualizzato nei primi anni 1980 quando un gruppo di amministratori delegati si erano resi conto dell’importanza rivestita nel mondo dall’industria dei Viaggi e del Turismo. Al fine di diffondere questa consapevolezza, nel 1990 è stato istituito il Consigli che oggi si propone come forum per tutti gli imprenditori del settore turistico globale e comprende i dirigenti e i presidenti di 100 organizzazioni di tutto il mondo, rappresentanti di tutte le regioni e settori dell’industria.

che diventano sempre più consapevoli dal punto di vista ambientale nei loro acquisti, le pratiche ambientali diventeranno un fattore decisivo per l'industria dei Viaggi e del Turismo”²⁵. L'Agenda 21 per il turismo contiene 27 principi, pensati proprio per il settore dei viaggi e del turismo, che “tracciano le linee guida per una crescita responsabile del settore che tuteli il patrimonio naturale e appoggi l'identità, la cultura e gli interessi delle popolazioni locali” (Colombo,2005,p.15). Tra i principi stabiliti, i più importanti sono i seguenti: 1) il turismo deve contribuire alla conservazione, alla protezione e al ripristino degli ecosistemi del pianeta; 2) i viaggi e il turismo devono basarsi su modelli di consumo e produzione sostenibili; 3) lo sviluppo turistico deve riconoscere e appoggiare l'identità, la cultura e gli interessi delle popolazioni locali (Galli, Notarianni, 2002,p.22). L'Agenda 21 per l'industria dei viaggi e del turismo non è solo un insieme di principi, elencati nella prima parte di essa, ma, esattamente come quella di Rio, rappresenta anche un vero e proprio programma di azione poiché, nelle due parti successive, definisce i compiti che gli operatori del settore dovrebbero ricoprire nel nome della sostenibilità e dei suoi principi. Nella seconda parte del documento si stabiliscono le aree prioritarie in cui gli operatori locali devono intervenire: 1) valutazione della capacità delle strutture esistenti di condurre a uno sviluppo sostenibile, 2) valutazione degli effetti economici, sociali, culturali, ambientali dell'operato delle

²⁵²⁵ L'Agenda 21 per l'industria dei viaggi e del turismo e green globe 21, in sito web: <http://www.nyalanews.com/>

organizzazioni;3) formazione, istruzione e pubblica consapevolezza; 4) pianificazione dello sviluppo sostenibile del turismo; 5) facilitare lo scambio di informazioni, competenze e tecnologie legate al turismo sostenibile tra i paesi sviluppati e paesi in via di sviluppo; 6) provvedere affinché ci sia una partecipazione che coinvolga tutti i settori della società; 7) creare prodotti turistici nuovi che abbiano alla base l'obiettivo della sostenibilità; 8) misurare i progressi dello sviluppo sostenibile; 9) collaborazione tra tutti gli organismi coinvolti per uno sviluppo turistico sostenibile.

La terza parte dell'Agenda 21 fa riferimento a quelle che sono le responsabilità delle imprese che operano nel settore. Dopo aver stabilito il programma per lo sviluppo sostenibile del turismo, è necessario determinare il processo che permetta di raggiungere l'obiettivo, anche per quello che riguarda la gestione dell'impresa : tutte le imprese devono quindi progettare un programma di gestione ambientale, in base al settore in cui operano e alla loro dimensione.²⁶

1996-Dichiarazione di Montreal

Nel 1996, il Bureau International du Tourisme Social (BITS)²⁷ ha approvato l'adozione della Dichiarazione di Montreal, intitolata Per

²⁶ GEMMINI R., Gestione Sostenibile del Settore Turistico. Il quadro internazionale, in sito web: <http://geostasto.eco.uniroma1.it/>

²⁷ Bureau International du tourisme Social- BITS- International Organization of Social Tourism-Organizzazione Internazionale del Turismo Sociale- è un'organizzazione no profit nata a Bruxelles nel 1963 per favorire lo sviluppo del

una visione umanistica e sociale del turismo, in cui si sottolinea la necessità di porre al centro dello sviluppo turistico l'uomo e i suoi interessi. Nel 2006 questa dichiarazione viene aggiornata con l'introduzione di un addendum dal titolo Verso un turismo di sviluppo e solidarietà: in esso si ribadisce l'importanza sociale rivestita dal turismo e si sottolinea la necessità di proteggere l'ambiente e rispettare l'identità delle popolazioni locali. Tale dichiarazione ha anche stabilito, come obiettivo fondamentale per la sostenibilità turistica, una necessaria solidarietà tra i turisti e comunità ospitante.²⁸

1997-Ecotrans Forum

Un anno molto importante per il turismo sostenibile è il 1997, in cui si svolge l'Ecotrans²⁹ Forum, intitolato il Turismo Sostenibile- la chiave per il successo, in cui si affronta un dibattito sulla scarsità delle risorse e sulla possibilità che qualità e sostenibilità diventino due obiettivi strettamente connessi.

1997-Dichiarazione di Calvià su Turismo e sviluppo sostenibile nel Mediterraneo

turismo sociale nel mondo; il suo scopo è di promuovere l'accesso al turismo per tutti, in particolare per i più poveri.

²⁸ Addendum alla Dichiarazione di Montreal.Verso un turismo di sviluppo e solidarietà, in sito web: <http://www.ilturismosostenibile.org/>

²⁹ Ecotrans- European Network for Sustainable Tourism Development- E' un'organizzazione europea leader nel settore del Turismo, dell'inquinamento e dello sviluppo regionale, con l'obiettivo di promuovere pratiche adeguate nel campo dello sviluppo sostenibile. Essa è un'organizzazione no profit fondata nel 1993 in occasione dell'International Tourism Exchange di Berlino, la prima fiera leader per l'industria turistica globale, luogo di incontro internazionale per molti operatori del settore turistico. Il nome Ecotrans fa riferimento a due principi fondamentali: il legame tra " ecologia" ed "economia" e la necessità di agire nei trasferimenti e nelle pubblicazioni con la maggiore trasparenza possibile.

Questa dichiarazione è stata adottata in seguito alla Conferenza Internazionale tenutasi a Calvià (Mallorca), in Spagna, nel 1997, con la partecipazione di autorità locali dei paesi mediterranei, rappresentanti di imprese e associazioni ambientaliste che si sono incontrati per affrontare la questione dello sviluppo turistico sostenibile del Mediterraneo. Questa conferenza è stata organizzata nella consapevolezza dell'urgenza di attuare piani di azione a livello locale e regionale che coinvolgano tutti i settori del turismo e dello sviluppo sostenibile. Inoltre, essa riconosce gli sforzi compiuti dalla comunità internazionale nell'adeguare le strategie politiche ai principi della sostenibilità, cercando di muoversi nella stessa direzione.

1997-Dichiarazione di Manila e Dichiarazione di Berlino

L'impegno internazionale nell'ambito della sostenibilità turistica continua con la creazione di altri documenti al riguardo. Tra questi, a meritare una maggiore attenzione sono la Dichiarazione di Manila e la Dichiarazione di Berlino, entrambi risalenti al 1997. Il primo documento riguarda principalmente gli impatti sociali del turismo e vede l'impegno di governi e gruppi privati di 77 paesi "per un maggiore coinvolgimento delle comunità locali nella pianificazione turistica sul problema degli abusi sociali e dello sfruttamento derivati dal turismo" (De Carlo, Caso, 2007, p.29). Il secondo, invece, è stato adottato in occasione della Conferenza Internazionale sulla Biodiversità e il Turismo, svoltasi a Berlino dal 6 all'8 marzo 1997. In questo documento, i ministri dell'ambiente di 18 paesi riconoscono al

turismo sostenibile un ruolo chiave nella tutela della biodiversità, richiamando l'attenzione di tutti, in particolare di banche e donatori, verso la necessità di finanziare progetti di turismo sostenibile, soprattutto nei paesi in via di sviluppo.

1999 Commissione Onu per lo sviluppo sostenibile (Ccss) sul turismo e lo sviluppo sostenibile

Un ulteriore passo verso il riconoscimento della centralità del turismo nel conseguimento di uno sviluppo sostenibile, si è realizzato nel 1999 con la Decisione della Commissione Onu per lo sviluppo sostenibile che, riunitasi a New York, ha riconosciuto “la necessità di uno sviluppo sostenibile del turismo per salvaguardare le culture locali e l'ambiente” (De Carlo, Caso, 2007,p.30). Con il Programma Internazionale di Lavoro sul Turismo e sullo Sviluppo sostenibile, la commissione ha incoraggiato i governi, l'industria turistica e tutti gli attori coinvolti a : 1) promuovere politiche per lo sviluppo sostenibile del turismo, basate sui principi dell'Agenda 21; 2) promuovere sistemi di gestione delle risorse ecosostenibili; 3) collaborare attivamente nella gestione del turismo; 4) informare i turisti sulle particolarità ambientali e culturali delle destinazioni, 5) schierarsi apertamente contro qualsiasi forma di turismo illegale o abusiva³⁰.

1999 Codice Etico Globale per il turismo

³⁰ Verso uno sviluppo sostenibile: il turismo sostenibile, strumento di sviluppo economico e di protezione ambientale, nel sito italiano dell'Onu.

Sempre nel 1999, la World Tourism Organization propone la stesura di un codice di comportamento, il Codice Etico Globale per il turismo (Global Code of Ethics for Tourism) , adottato in occasione della XIII Assemblea Generale dell'Organizzazione Mondiale del Turismo, tenutasi a Santiago del Cile, nel 1999 appunto, e approvato dall'assemblea generale dell'Onu nel dicembre del 2001. Il codice è stato firmato da numerosi governi nazionali e da rappresentanti dell'industria turistica mondiale e raccoglie i comportamenti che devono essere tenuti da tutti gli attori del settore, al fine di raggiungere la sostenibilità nel turismo. In questo decalogo, vengono riconosciuti importanti diritti ai lavoratori e agli imprenditori turistici, tenendo conto, ad esempio , della stagionalità e della flessibilità di molte occupazioni, del diritto di beneficiare in maniera equa dei profitti generati dal turismo, della necessità di condannare qualsiasi forma di sfruttamento, del diritto-dovere di una formazione continua. I capisaldi fondamentali del codice si basano sulla convinzione che il turismo debba essere considerato “come fattore di comprensione reciproca e al rispetto fra popoli e società, fondato sul rispetto delle leggi, delle pratiche e dei costumi delle regioni ospitanti e sulla tutela dei visitatori, specie quando essi si trovino in condizioni di vulnerabilità; come veicolo di realizzazione individuale e collettiva, di autoeducazione e di autopromozione; come fattore di sviluppo sostenibile e di salvaguardia dell'ambiente; come utilizzatore del patrimonio culturale dell'umanità e promotore della sua valorizzazione” (Cicerchia,2009,p.34).

2000 Principi UNEP per l'implementazione del turismo sostenibile

Altro contributo molto significativo è rappresentato dai Principi UNEP per l'implementazione del turismo sostenibile, linee guida, elaborate nel 2000, che i governi ed altri stakeholder³¹ devono seguire, al fine di minimizzare gli impatti del turismo e gestirlo secondo i principi della sostenibilità.

1.8.1 Turismo sostenibile dal 2001 ad oggi

2001-Rimini-Conferenza Internazionale sul Turismo Sostenibile

Nel 2001, dal 28 al 30 giugno, si è svolta a Rimini la Conferenza Internazionale sul Turismo Sostenibile, che ha rappresentato un momento significativo nell'elaborazione di strategie nuove su turismo e ambiente: obiettivo fondamentale è stato quello di cercare di definire le politiche e gli strumenti adeguati per una pianificazione e gestione sostenibile del turismo nelle aree costiere di grande afflusso.³²

Risultato dei lavori svolti durante la conferenza è stata la Carta di Rimini per il Turismo Sostenibile, documento propositivo per le azioni rivolte a raggiungere la sostenibilità turistica nelle destinazioni del turismo di massa. La carta contiene una serie di raccomandazioni che mirano al lancio di un turismo sostenibile, soprattutto nelle aree

³¹ Il termine Stakeholder, che letteralmente significa "chi ha una posta in gioco", si riferisce ai portatori di interessi nei confronti di una qualsiasi attività economica, politica o sociale.

³² Conferenza Internazionale sul Turismo Sostenibile, in sito web:<http://www.turismosostenibile.provincia.rimini.it/>

costiere e nelle porzioni di territorio contigue ad esse. Si individuano, inoltre, alcuni progetti pilota di fondamentale importanza, come ad esempio: la costruzione di partenariati attivi tra i vari attori del settore turistico; la creazione di progetti innovativi sul trasporto a livello locale, regionale e nazionale, con riferimento soprattutto alla mobilità pedonale e ciclabile; la promozione di un turismo culturale, ecologico e rurale; la distribuzione dei finanziamenti economici verso quelle aree considerate ideali per la realizzazione di progetti di sviluppo turistico sostenibile.

2002-Anno Internazionale dell'Ecoturismo e Summit Internazionale di Quebec

Nel 2002 sono state numerose le iniziative intraprese a livello internazionale e che hanno visto la collaborazione tra l'Organizzazione Mondiale del Turismo (WTO) e il Programma per l'Ambiente delle Nazioni Unite (UNEP): infatti, in tutto il mondo, sono stati organizzati molti seminari e congressi sul tema della sostenibilità turistica. L'obiettivo fondamentale era quello di generare nei governi, nell'industria turistica e nell'opinione pubblica internazionale una maggiore consapevolezza delle enormi potenzialità dell'ecoturismo nel tutelare la biodiversità e il patrimonio culturale mondiale.³³

Dagli anni '90 in poi, la crescita vertiginosa del trend turistico legato alla natura e il ruolo chiave rivestito dall'ecoturismo, hanno portato

³³ GIANVENUTI A., 2002 Anno Internazionale dell'Ecoturismo, nel sito italiano dell'ONU

alla proclamazione del 2002 come International Year of Ecotourism (IYE), da parte delle Nazioni Unite. Obiettivi fondamentali dell'Anno Internazionale dell'Ecoturismo sono: 1) aumentare la consapevolezza di tutti sulla capacità dell'ecoturismo di favorire la tutela del patrimonio, naturale e culturale, e di migliorare la qualità della vita; 2) creare nuovi metodi e tecniche per la pianificazione, gestione e controllo dell'ecoturismo, al fine di garantire la sostenibilità a lungo termine; 3) favorire lo scambio di esperienze riuscite di ecoturismo; 4) favorire la promozione e la commercializzazione, a livello internazionale, delle destinazioni eco turistiche e dei loro prodotti (Bimonte,Punzo,2003,pp.75-76). L'evento fondamentale, frutto della collaborazione tra UNEP e OMT è stato il Vertice Mondiale dell'Ecoturismo, svoltosi a Québec City (Canada), dal 19 al 22 maggio 2002: l'iniziativa ha avuto un successo inaspettato poiché ha visto la partecipazione di moltissimi rappresentanti del mondo del turismo. Risultato del vertice è stata la Dichiarazione di Québec sull'Ecoturismo, presentata poi a Johannesburg e che, oltre a descrivere gli aspetti dell'Ecoturismo (seguendo le indicazioni fornite dall'International Ecotourism Society)³⁴, contiene una elencazione di raccomandazioni e linee guida per lo sviluppo di un modello di offerta

³⁴ TIES-The International Ecotourism Society-La Società Internazionale dell'Ecoturismo-E' un'organizzazione no profit che si occupa della promozione dell'ecoturismo. Fondata nel 1990, è stata all'avanguardia nello sviluppo dell'ecoturismo fornendo le linee guida, assistenza tecnica, ricerca e pubblicazioni in materia. E' una rete globale di professionisti nel settore e di viaggiatori e sta contribuendo per fare del turismo uno strumento vitale per la conservazione e la tutela della biodiversità. Attualmente conta membri in più di 90 paesi, che rappresentano i vari campi professionali e industriali del settore, tra cui: docenti universitari, consulenti,esperti di sviluppo generale di professionisti e organizzazioni, rappresentanti di governi, architetti,operatori turistici, etc.

basato sui principi di eco sostenibilità. La conferenza, inoltre, vede l'ecoturismo *“come nuovo ed efficace strumento per il raggiungimento di uno degli obiettivi principali del vertice sullo sviluppo sostenibile di Johannesburg, ossia l'alleviamento della povertà e la protezione dell'ambiente”*³⁵. Infatti, proprio durante il summit di Johannesburg, l'OMT ha organizzato una conferenza sul tema *“Turismo ed il suo contributo alla riduzione della povertà”*, in cui si è affrontata la questione su come fare a incoraggiare attività turistiche che possano determinare un miglioramento della qualità della vita, soprattutto per i più poveri.

2002-Cape Town-I Conferenza Internazionale sul turismo responsabile nelle destinazioni

Questa conferenza è stata preparata dall'Associazione Responsabile di Turismo (Responsible Tourism Partnership)³⁶, come evento che precede il vertice di Johannesburg. Essa ha visto la partecipazione di 280 delegati, rappresentanti di 20 paesi, e riguarda lo sviluppo del turismo sostenibile in destinazioni specifiche, con riferimento soprattutto al Sud Africa. E' stata presieduta da Harold Goodwin che ha collaborato anche alla stesura del documento finale della

³⁵ GIANVENUTI A., 2002 Anno Internazionale dell'Ecoturismo, in sito web cit.

³⁶ La Responsible Tourism Partnership è un'associazione che lavora in comunione con altre organizzazioni al fine di migliorare la qualità delle destinazioni turistiche, sia per le comunità locali che per i turisti che le visitano. Opera promuovendo varie iniziative per favorire lo sviluppo del turismo responsabile e creare collegamenti tra UK tour operator e le aziende di turismo responsabile e organizzazioni in destinazioni. Personalità significative che vi operano sono Harold Goodwin e Caroline warburton: esperta di turismo sostenibile, con una grande esperienza nel settore pubblico, privato e volontario dell'industria turistica, è responsabile del Wild Scotland, associazione scozzese sulla natura e la fauna selvatica.

conferenza, la Cape Town Declaration on Responsible Tourism in destination. Tra le righe di questa dichiarazione possiamo leggere la definizione del turismo responsabile come strumento per creare, nelle destinazioni turistiche, “ [...] posti migliori per le persone che ci vivono e per le persone che le visitano ” ³⁷.

2002-Principi dell’Unep per un turismo sostenibile

Il programma per l’ambiente delle Nazioni Unite, nel 2002, elabora una serie di principi che riguardano “*l’integrazione del turismo nelle politiche generali per lo sviluppo sostenibile, di sviluppo e di gestione del turismo sostenibile*” (Cicerchia,2009,p.33).

Alla luce di questi principi, si devono,quindi creare delle strategie che favoriscono il coordinamento di governi e agenzie per una gestione integrata delle risorse naturali, al fine di evitare il loro uso conflittuale. Si devono inoltre creare dei quadri normativi ben definiti e standard ambientali, cioè “*direttive chiare circa la qualità dei suoli, dell’aria, dell’acqua, del paesaggio, delle aree verdi e delle aree urbane*” (Ivi,p.35).

2003-I Conferenza Internazionale sul Turismo e il cambiamento climatico

Non è difficile immaginare come il cambiamento climatico possa avere ripercussioni anche sul settore del turismo. Infatti, “*alcuni segnali, come l’aumento delle temperature , lo scioglimento dei*

³⁷ La nascita del Turismo Responsabile, in sito web: <http://www.puretourism.it/>

ghiacciai e delle calotte polari, l'accresciuta frequenza e potenza di fenomeni metereologici estremi sono ormai sotto gli occhi di tutti e già oggi condizionano i flussi turistici con gravi ripercussioni per le economie delle aree interessate. Interi arcipelaghi potrebbero sparire (come è accaduto quando lo tsunami si è abbattuto sull'Oceano Indiano), le aree costiere potrebbero essere sommerse, le località sciistiche rimanere senza neve”³⁸.

Allo scopo di fronteggiare queste problematiche, l'Organizzazione mondiale del turismo , nel 2003, ha organizzato la I Conferenza sul Turismo e il cambiamento climatico in Tunisia, precisamente a Djerba, con la partecipazione di membri dei governi dell'industria e della società civile, che hanno stabilito degli obiettivi comuni sulla questione . Risultato finale del vertice è stata la Dichiarazione di Djerba con cui si riconosce la stretta relazione tra turismo e cambiamenti climatici,sottolineando la necessità di sostenere le nuove ricerche scientifiche e di utilizzare tecnologie pulite.³⁹

2007-II Conferenza Internazionale sul Turismo e il cambiamento climatico

Il dibattito sul cambiamento climatico è proseguito anche a Davos, in Svizzera, durante il secondo incontro organizzato dall'OMT, nella consapevolezza che quello turistico sia uno tra i settori maggiormente responsabili dell'emissione di gas serra e, di conseguenza, del

³⁸ MARITATO M., Turismo e cambiamenti climatici: il punto al vertice di Davos, nel sito del quotidiano online “il sole24ore.com”

³⁹ Buone pratiche per il turismo sostenibile. Normativa e documenti di riferimento, nel sito del Sinanet, Rete del Sistema Informativo Nazionale Ambientale.

cambiamento climatico. *“Il turismo è per sua natura nemico del clima, anche quando si considerano esclusivamente le emissioni di automobili, bus, aerei e l’elevata quantità di energia necessaria al funzionamento degli alberghi (riscaldamenti in inverno, aria condizionata in estate), sostiene l’organizzazione delle Nazioni Unite”*⁴⁰. Dopo tre giorni di dibattiti, dall’1 al 3 ottobre, i partecipanti al vertice hanno creato una dichiarazione, che verrà poi adottata in un incontro ministeriale a Londra nel mese di Novembre. Da essa emerge la necessità per il settore turistico di adottare misure che possano dare una risposta concreta al problema del cambiamento climatico, nonché di incoraggiare i turisti a tenere in considerazione l’ambiente nella scelta dei viaggi e a ridurre il loro impatto sul clima.

2008-Riccione-II Conferenza Internazionale sul Turismo Sostenibile

Dal 27 al 29 Novembre, nel Palazzo dei Congressi di Riccione, si è svolta la Seconda Conferenza Internazionale sul Turismo Sostenibile, tre giorni di incontri, mostre e dibattiti sui temi importanti della competitività, della sostenibilità e dell’identità delle destinazioni turistiche. L’evento, che ha avuto come partner l’Omt, *“è stato senza dubbio uno dei principali appuntamenti a scala nazionale ed europea per discutere, confrontarsi e riflettere sul ruolo della sostenibilità per migliorare la competitività del turismo italiano ed europeo”*⁴¹

⁴⁰ L’industria turistica di fronte al dilemma climatico, in sito web: <http://www.swissinfo.ch/>

⁴¹ Il Conferenza sul Turismo Sostenibile, in sito web: <http://www.educazionesostenibile.it/>

2008-Kerala-II Conferenza Internazionale sul turismo responsabile
nelle destinazioni

Questa conferenza si è svolta nel marzo del 2008 in India, precisamente a Kerala, e ha visto la partecipazione di rappresentanti di agenzie governative, organizzazioni non governative, esponenti dell'industria dei viaggi e del turismo, che, mettendo in campo tutta la loro esperienza e conoscenza nel settore, si sono impegnati a portare avanti il concetto di turismo responsabile, prendendo in considerazione diversi aspetti, come ad esempio l'economia e la cultura locale, il benessere collettivo e, soprattutto, l'ambiente. “ *We encourage all stakeholders to share our vision for Responsible Tourism , to recognize that the journey is worthwhile and that it is possible to consistently create a better approach to tourism where together, local communities, tourism enterprises, destinations, tourists and governments can all benefit*”⁴².

Da questa considerazione si capisce come uno degli obiettivi fondamentali del turismo responsabile siano i suoi benefici, che devono quindi essere accessibili a tutti e egualmente distribuiti.

2009-Belmopan-III Conferenza Internazionale sul turismo
responsabile nelle destinazioni

⁴² Incoraggiamo tutti i soggetti interessati a condividere la nostra visione per il turismo responsabile, riconoscendo che vale la pena viaggiare e che è possibile creare costantemente un migliore approccio al turismo, dove insieme comunità locali, imprese di turismo, destinazioni, turisti e governi possono trarre benefici”,The Kerala Declaration on Responsible tourism, in sito web:<http://www.responsibletourism2008.org/>

Questa conferenza si è svolta dal 19 al 23 ottobre 2009 nel Belize, precisamente nella capitale, Belmopan e ha visto la partecipazione di 250 rappresentanti di 19 paesi e di personalità importanti del settore, come il professore Harold Goodwin del Centro Internazionale di Turismo Responsabile, che aveva avuto un ruolo di primo piano anche nella conferenza precedente, in quanto esperto di turismo responsabile. Il documento che scaturisce dal vertice, la Dichiarazione del Belize, affronta le stesse problematiche già prese in considerazione nelle due precedenti (quella di Cape Town e quella di Kerala), e cioè come fare a rendere più responsabile il turismo. Dalla dichiarazione si evince la necessità di una collaborazione collettiva a individuare un comune atteggiamento per raggiungere gli obiettivi di un turismo di questo tipo.⁴³

2010-Muscat-IV Conferenza Internazionale sul turismo responsabile nelle destinazioni

Questa conferenza, la quarta sull'argomento, si è svolta dal 10 al 12 ottobre 2010 a Muscat (Oman) e ha visto la preziosa collaborazione di Harold Goodwin. Essa rappresenta "*an invitation to take responsibility and work together for sustainable development through tourism*".⁴⁴ Anche in questo caso, quindi, il tema affrontato è sempre lo

⁴³ Belize Conference on Responsible Tourism in Destinations, in sito web: <http://icrtwestafrica.org/>

⁴⁴ La Conferenza dell'Oman rappresenta "un invito ad essere responsabili e lavorare insieme per uno sviluppo sostenibile attraverso il turismo", in sito web: <http://www.haroldgoodwin.info/>

stesso, cioè la necessaria responsabilizzazione di tutti verso una maggiore sostenibilità del settore turistico.

2011-Edmonton-V Conferenza Internazionale sul turismo responsabile nelle destinazioni

Lo scorso 27 giugno si è tenuta a Edmonton (Alberta), in Canada, la quinta conferenza sul turismo responsabile in destinazioni presieduta dal direttore della sezione canadese del Centro Internazionale di Turismo Responsabile, Laura McGowan, e dal professor Harold Goodwin. Risultato del vertice è stata la Dichiarazione di Alberta che stabilisce tutto quello che si può fare per rendere il turismo più responsabile trattando tematiche importanti e attuali: in particolare, si è fatto riferimento alla possibilità di uno sviluppo turistico responsabile e sostenibile, tanto per il paese ospitante, quanto per la comunità internazionale. Si è discusso sul turismo polare, tipo di turismo molto diffuso nel paese ospitante, e su come fare per minimizzare i suoi impatti ambientali; altro tema è stato quello del turismo indigeno, come fare per svilupparlo senza commercializzare le tradizioni e la cultura locale. Ma soprattutto, ancora una volta, è stata affrontata la questione dell'access for all, cioè del coinvolgimento collettivo per raggiungere gli obiettivi del turismo responsabile: *"...making better places for people to live in and better places for people to visit..."*⁴⁵.

⁴⁵ 5th International Conference on Responsible Tourism in Destinations(RTD5), in sito web: <http://www.icrtcandada.ca/>

Le numerose conferenze e dichiarazioni analizzate coprono un arco temporale di 20 circa, dagli anni '90 ad oggi, periodo in cui abbiamo assistito a una forte espansione del settore turistico in tutto il mondo. Affrontando la questione del turismo nei suoi molteplici aspetti, questi documenti dimostrano come esso sia un fenomeno molto importante nella società odierna internazionale, tanto da meritare una grande attenzione da parte di tutti, politici, ambientalisti e viaggiatori: un'ulteriore crescita dell'industria dei viaggi è possibile solo se si perseguono gli obiettivi della sostenibilità, salvaguardando il patrimonio naturale e culturale, risorsa importantissima su cui il turismo basa il suo sviluppo. Proprio per questo, *“il turismo rappresenta una delle maggiori sfide in tema di sviluppo sostenibile. A sua volta, la tutela del nostro ambiente e, più in generale, un efficace e rispettoso utilizzo delle risorse naturali costituiscono l'elemento chiave per uno sviluppo turistico solido e di successo”* (Bimonte, Punzo,2003,p.15).

1.9 La sostenibilità nel turismo : la strategia europea

L'Europa può essere considerata un patrimonio di inestimabile ricchezza con i suoi paesaggi, i suoi popoli, ognuno con una lingua e una cultura diversa, con tradizioni e stili di vita propri; inoltre, le diverse zone climatiche offrono ai turisti la possibilità di scegliere mete sia per gli itinerari estivi, sia per quelli invernali. Nel continente, infatti, il turismo è un settore in rapida espansione e si prevede il raddoppio dei flussi attuali. L'Europa rimane, quindi, la meta preferita per circa il 50% del turismo mondiale: le sue coste, le spiagge, le città, le montagne, i laghi, le isole, sono tra le destinazioni più frequentate dai viaggiatori di tutto il mondo. Il rapido sviluppo del settore ha, però, gravi ripercussioni soprattutto per l'ambiente: di fronte al degrado ambientale, il turismo sostenibile rappresenta un'importante sfida per la Comunità Europea. Infatti, *“l'interesse verso i siti storici, culturali e naturali è cresciuto parallelamente alla coscienza ambientale sia dei consumatori che della popolazione residente”*⁴⁶.

L'Unione Europea ha mostrato i primi interessi verso il turismo già a partire dagli anni '80. Si ricordano alcune iniziative come, ad esempio, l'istituzione del “Tourism Advisor Committee” (Comitato

⁴⁶ Turismo sostenibile: il valore dell'iniziativa VISIT, nel sito web dell'Ecotrans

consultivo sul Turismo), nel 1986, composto da rappresentanti di tutti gli Stati membri, con l'obiettivo di facilitare lo scambio di informazioni e la cooperazione in materia di turismo; o ancora la decisione del Consiglio dei ministri di dichiarare il 1990 come “European Year of Tourism” (Anno europeo del turismo), progettato per enfatizzare il ruolo del turismo e favorire lo sviluppo di un approccio politico coerente⁴⁷.

A livello europeo, i principi della sostenibilità cominciano a essere presi in considerazione con il *Quinto programma di azione per l'ambiente* (1993-1997), approvato nel dicembre del 1992, intitolato appunto *Per uno sviluppo durevole e sostenibile*. Il Trattato di Maastricht del 1992, aggiornamento del Trattato di Roma, istitutivo della Comunità Europea, “ si è posto per la prima volta l'obiettivo prioritario della promozione di una crescita sostenibile e rispettosa dell'ambiente, specificando le finalità e i principi guida di detta politica” (Montanari, 2009, p.43). per la prima volta, quindi , quella ambientale diviene una politica riconosciuta dall'UE e l'ambiente oggetto di una specifica azione comunitaria. Il titolo ufficiale del Quinto Programma Ambiente della CEE è *Toward sustainability: a European Community Programme of policy and action in relation to the environment and sustainable development*. In esso, per la prima volta, la Comunità Europea inserisce, tra i vari settori di intervenendo (industria, energia, trasporto e agricoltura), anche il turismo. In

⁴⁷ Tourism. Community's commitment for Tourism, nel sito web dell'Unione Europea

particolare, si fa riferimento alle caratteristiche che il turismo deve avere per potersi definire sostenibile e si cercano di individuare le norme che permettano la regolamentazione dell'uso del turismo e della gestione delle risorse nelle aree turistiche. Questo programma creato dalla CEE riflette “ la preoccupazione dell'opinione pubblica europea per una qualità dell'ambiente nelle aree destinate al turismo e al tempo libero, e di conseguenza ha cominciato a preoccupare gli operatori più accorti, i quali hanno iniziato in quegli anni a considerare il problema della qualità ambientale come componente essenziale dell'offerta turistica nell'immediato futuro” (Montanari, 1992, in Montanari, 2009, p.55). Nel programma, si considerano i forti impatti del turismo sulle zone di montagna e sulle coste e si fa riferimento a nuove misure che possano migliorare la gestione del turismo di massa e la qualità dei servizi turistici, nonché la promozione di forme di turismo alternativo e campagne di sensibilizzazione e informazione (Aprile, 2008, p.45).

Nel 1993, inoltre, è stato creato l'*Action Plan to assist Tourism*, cioè un piano di finanziamento biennale (1993-1995) per sostenere dei progetti nell'ambito del turismo sostenibile. “ Con un budget di 9 milioni di ECU annui, il Piano ha finanziato in particolare i temi del miglioramento dei sistemi di conoscenza e misurazione del fenomeno (miglioramento del sistema di rilevazione statistica), ma anche il rapporto turismo-ambiente, il turismo rurale, quello culturale, quello

sociale e dei giovani, con particolare attenzione alla dimensione transnazionale delle azioni”⁴⁸.

Nel 1995 viene creato il Green Paper intitolato *The role of Union in the field of tourism*, dopo l’incontro informale tra i Ministri Europei del Turismo ad Atene, nel 1994: esso ha l’obiettivo di stimolare un dibattito sulle strategie da adottare in ambito europeo per sostenere il turismo, cercando anche di ampliare il ruolo dell’Unione nel settore turistico.⁴⁹ Inoltre, si considerano tre aree in cui incrementare le azioni comunitarie: 1) la competitività dell’industria turistica; 2) la soddisfazione del turista, 3) lo sviluppo di un turismo sostenibile. Il *Libro verde sul ruolo dell’Unione in materia di turismo* ha, quindi, lo scopo di far conoscere l’operato della Comunità Europea nell’ambito del turismo a tutti i soggetti coinvolti, sia pubblici che privati, a tutti i livelli (regionale, nazionale, europeo ed internazionale), in nome della multidisciplinarietà del settore turistico e della sua complementarità con vari settori di attività. Già da questo momento, gli organi della comunità si rendono conto della necessità di considerare il turismo molto più di un semplice elemento di sviluppo economico, riconoscendo che “ [...] il turismo sia non solo una delle industrie più importanti dell’Unione europea, ma anche e soprattutto un’attività che interessa tutti i cittadini europei, per i quali rappresenta una conquista sociale irreversibile, da cui si esige ogni volta una maggiore qualità”.

⁴⁸ Gestione sostenibile del Settore Turistico, in sito web : <http://geostasto.eco.uniroma1.it/>

⁴⁹ The role of Union in the field of tourism, Green Paper Commission, in sito web: <http://eur-lex.europa.eu/>

Nella consapevolezza che “ il turismo possa svolgere un ruolo crescente per ciò che riguarda il concetto di cittadinanza europea”, poiché contribuisce a rafforzare la coesione economica e sociale tra i cittadini dell’unione, “ è logico collocare il turista al centro di una politica comunitaria per il turismo”⁵⁰.

Nel 1996, sempre nell’ottica di offrire un supporto al turismo, l’UE costituisce l’EcoNETT, European Commission Network for Environmental Travel and Tourism, un sistema informativo accessibile via internet al fine di favorire gli scambi di esperienze nel campo del turismo sostenibile. Nel 1997 viene, inoltre, approvato il *Primo Programma Pluriennale a favore del Turismo Europeo*, dal nome Philoxenia, termine che significa ospitalità: esso, che doveva coprire il periodo 1997-2000, è stato fatto con l’obiettivo fondamentale di “ stimolare la qualità e la competitività del turismo europeo, affinché esso contribuisca alla crescita dell’economia e dell’occupazione”⁵¹. Obiettivi fondamentali del programma sono, pertanto : 1) migliorare la conoscenza del settore; 2) migliorare il contesto legislativo e finanziario per il turismo; 3) aumentare la qualità del turismo europeo; 4) aumentare il flusso turistico.

A partire dal 2000, molte sono state le Comunicazioni create dalla Commissione europea⁵² a sostegno del turismo. La prima è quella del

⁵⁰ Ibidem

⁵¹“ Philoxenia”-il Primo Programma Pluriennale a favore del Turismo Europeo, nel sito web dell’Unione Europea.

⁵² La Commissione Europea è una delle principali istituzioni dell’Unione Europea. La Commissione rappresenta e tutela gli interessi dell’UE nel suo insieme. Prepara le

2001, *Working together for the future of European Tourism* (Lavorare insieme per il futuro del Turismo Europeo), che ha l'obiettivo di sottolineare le potenzialità del turismo europeo come strumento di crescita e sviluppo. Nel 2003, la Commissione pubblica la seconda Comunicazione dal titolo *Basic Orientation for the sustainability of European Tourism* (Orientamenti base per la sostenibilità del Turismo Europeo), che ha invece lo scopo di stabilire le basi su cui fondare la futura politica del turismo sostenibile. Nel 2006, nell'ottica di rendere l'Europa più competitiva, è stata approvata una terza Comunicazione, intitolata *A renewed tourism EU policy: toward a stronger partnership for European Tourism* (Rinnovare la politica comunitaria per il turismo: una partnership più forte per il Turismo Europeo): questo documento è stato creato al fine di stabilire le azioni adeguate per accrescere la competitività del settore turistico europeo e favorire un aumento e un miglioramento dell'occupazione. Un'altra Comunicazione è quella del 2007, *Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo*, con l'obiettivo di “ rilanciare una politica di sostenibilità a lungo termine per tutto il settore”⁵³. Con questa comunicazione, la Commissione riconosce l'importanza della crescita economica e del miglioramento delle occupazioni, che va di pari passo con la promozione di obiettivi ambientali e sociali, e, inoltre, annuncia

proposte per nuove normative europee. Gestisce il lavoro quotidiano per l'attuazione delle politiche UE e l'assegnazione dei fondi. E' formata da 27 commissari, uno per ogni paese dell'UE; ha sede a Bruxelles e a Lussemburgo ma dispone di uffici in tutti i paesi dell'unione e di delegazioni in diverse capitali del mondo.

⁵³ L'attività dell'Unione Europea per il turismo, in sito web:
<http://www.federturismo.it/>

la preparazione di un' Agenda europea 21 per il turismo, basata sulle opinioni formulate dal *Tourism Sustainability Group* (Gruppo per la sostenibilità del turismo), istituito nel 2004 dalla Commissione “ al fine di promuovere le sinergie tra le parti in causa e fornire input al processo dell'Agenda 21 per la sostenibilità del turismo europeo” (Cicerchia,2009,p.43); esso è formato da esperti che rappresentano in modo equilibrato associazioni industriali e associazioni sociali. L'Agenda 21 per il turismo, la cui elaborazione ed attuazione sarà un processo a lungo termine, si baserà su alcuni pilastri fondamentali, cioè sostenibilità, sistemi di consumo turistico sostenibili, sistemi di produzione turistica sostenibili. I suoi compiti fondamentali saranno i seguenti: “ valutare gli impatti territoriali del turismo, le opportunità di business, la qualità dei servizi offerti e la loro competitività sul mercato; intensificare l'azione di sensibilizzazione/animazione sul tema della sostenibilità; offrire soluzioni turistiche per un numero sempre maggiore di persone; supportare le iniziative di collaborazione tra gli Stati Europei e il WTO”⁵⁴.

Anche il Parlamento Europeo⁵⁵ ha approvato dei documenti a sostegno del settore turistico. Un esempio è fornito dalla

⁵⁴ COSTA R., La nuova strategia della Commissione Europea per il turismo: coesione, qualità e sostenibilità, in sito web: <http://www.ghnet.it/>

⁵⁵ Il Parlamento Europeo è una delle principali istituzioni legislative dell'UE; i suoi membri, eletti direttamente dagli elettori dell'UE ogni 5 anni, rappresentano il popolo europeo. Esso ha tre funzioni principali: discutere e approvare le normative europee congiuntamente al Consiglio; controllare le altre istituzioni dell'UE, in particolare la Commissione, per accertarsi che agiscano democraticamente; discutere e adottare il bilancio dell'UE congiuntamente al Consiglio.

pubblicazione, nel marzo del 2005, da parte della Commissione Trasporti e Turismo del Parlamento, di un documento intitolato *Progetto di relazione sulle nuove prospettive e le nuove sfide per un turismo sostenibile*, contribuendo in tal modo all'elaborazione della politica comunitaria a sostegno della sostenibilità nel turismo, già avviata dalla Commissione. Nell'aprile del 2005 viene pubblicato un altro documento ad opera della Commissione per lo sviluppo del Parlamento, *Progetto di relazione sul turismo e lo sviluppo*, con l'obiettivo di sottolineare l'importanza rivestita dal turismo per la crescita e il benessere dei paesi in via di sviluppo; inoltre, si fa riferimento agli strumenti che devono essere utilizzati a tal fine. Un documento più importante, che indica un'inversione di rotta nel coinvolgimento del Parlamento nell'ambito del turismo, è il rapporto pubblicato nel novembre del 2007 dalla Commissione Trasporti e Turismo, *Relazione su una nuova politica comunitaria per il turismo: una partnership più forte per il turismo europeo*. In questo documento, a differenza degli altri, si indicano delle “ misure concrete sulle quali il Parlamento europeo ha competenza diretta come : Diritti dei passeggeri, terminalismo, Visti turistici, Classificazione alberghiera, statistiche nel turismo, sistemi di gestione della qualità, accessibilità e sostenibilità nel turismo, promozione della destinazione Europa”⁵⁶.

In questo modo, negli aspetti del settore turistico sopra elencati, il Parlamento può agire anche per via legislativa, riducendo la libertà di azione riconosciuta agli Stati membri dal *principio di sussidiarietà*.

⁵⁶ Ibidem

Questo principio ha l'obiettivo di garantire una certa autonomia ad un'autorità inferiore rispetto a una superiore, con una divisione dei poteri su più livelli. Nella Comunità Europea, esso stabilisce che “ gli Stati membri mantengano le competenze che sono in grado di gestire più efficacemente essi stessi e che spettino alla Comunità i poteri che gli Stati membri non sono in grado di esercitare in maniera appropriata” ⁵⁷. Questo principio ha, quindi, due obiettivi fondamentali ma opposti: infatti, se da una parte vuole garantire la competenza degli stati in quei settori dove un intervento comunitario non può fornire una normativa più adeguata, dall'altra, invece, permette alla Comunità di intervenire solo quando e se un obiettivo non può essere raggiunto attraverso iniziative a livello nazionale. Proprio quello turistico è un settore in cui si registrano le maggiori prospettive di evoluzione del ruolo dell'Unione Europea: infatti, negli ultimi anni, è stato affrontato più volte il problema di un maggiore intervento della Comunità a favore del turismo, per raggiungere, in un settore così importante, un'azione politica a livello comunitario, viste le ottime prospettive di un'enorme espansione dell'industria del Viaggi e del Turismo nel nostro continente.

⁵⁷ Il principio di sussidiarietà, nel sito del Parlamento eEuropeo.

1.9.1 Gli strumenti comunitari

Come abbiamo più volte ricordato, la qualità ambientale è un presupposto fondamentale per lo sviluppo del turismo; esistono, pertanto, alcuni strumenti attuativi creati al fine di “ valutare la propensione delle imprese e delle destinazioni verso la sostenibilità ambientale [...]” (De Carlo, Caso, 2007, p.48). La tutela dell’ambiente ha assunto un ruolo determinante nella politica comunitaria, al punto che, ormai, ogni settore (compreso il turismo), ruota attorno ai principi della sostenibilità. La protezione dell’ambiente può avvenire solo se si effettua una valutazione precisa dell’impatto dell’uomo sull’ambiente: a tal fine “ la Comunità europea ha adottato la procedura della *Valutazione di impatto ambientale (VIA in Italia, EIA in Europa, Environmental Impact Assessment)*, lo strumento di sostegno orizzontale più importante e diffuso negli Stati membri, la cui applicazione è continuamente sollecitata dalla Commissione per un numero crescente di progetti” (Aprile,2008,p.48). Essa rappresenta una delle tecniche più efficaci per stabilire la sostenibilità di un progetto e, inoltre, aiuta a determinare le misure adeguate a mantenerne la sostenibilità nel tempo. Se utilizzata in maniera corretta, la VIA può ridurre il grado di deterioramento delle risorse e anche il disagio sociale, conseguenze di un processo di sviluppo non pianificato: essa, infatti, cerca di identificare, prevenire e correggere gli impatti negativi “ che determinate azioni possono provocare sul

benessere della popolazione e sul suo habitat” (Galli, Notarianni, 2002, p.86). La procedura della VIA si compone di diverse fasi che prevedono il coinvolgimento della popolazione locale, nell’ottica di rendere partecipi al processo decisionale tutti i soggetti coinvolti, sia pubblici che privati: a tal fine, la stesura della dichiarazione di impatto è accompagnata da una relazione esplicativa, in termini non strettamente tecnici. Attraverso la VIA, si raccolgono tutte le informazioni relative agli effetti ambientali di un intervento, analizzati dal decisore pubblico che poi deve autorizzarne l’esecuzione.⁵⁸

Dopo aver effettuato lo studio della VIA, un progetto può essere ritenuto inaccettabile per i danni che provoca sull’ambiente, oppure viene approvato, ma con un cambiamento rispetto al luogo in cui collocarlo; o ancora, il progetto è accettabile nel luogo in cui è previsto, ma con delle opportune modifiche, oppure è approvato senza nessuna modifica (Galli, Notarianni,2002,p.87).

Per rafforzare il sistema di valutazione dell’impatto di un progetto sull’ambiente, è stata introdotta la *Valutazione ambientale strategica*(*VAS* in Italia, *SEA* in Europa, *Strategic Environmental Assessment*), con direttiva europea 2001/42/CE, che ha il compito di verificare la coerenza delle proposte programmatiche con gli obiettivi di sostenibilità: “ si tratta di capire quali risultati avranno sul territorio le scelte di pianificazione, quali modifiche introdurranno nell’ambiente e nella sua vivibilità; si tratta insomma di immaginare

⁵⁸ VIA-Valutazione Impatto Ambientale, in sito
web:<http://www.contabilitaambientale.it/>

cosa produrranno nel lungo periodo le decisioni che si prendono oggi e di verificarne la sostenibilità” (Ibidem).

Al fine di concretizzare gli obiettivi della sostenibilità, sono stati introdotti diversi strumenti (alcuni dei quali utilizzati anche a livello internazionale), tra cui si segnalano principalmente i Sistemi di Gestione Ambientale e la certificazione di prodotto.

Al primo gruppo si riconducono principalmente l’Iso 14001 e l’Emas, certificazioni che rappresentano “una efficace forma di riconoscimento degli impegni e dei risultati in campo ambientale” e, inoltre, sono sinonimo “ di visibilità e riconoscibilità a livello internazionale”⁵⁹.

ISO 14001 e Emas

L’**ISO 14001** è una norma internazionale di carattere volontario, creata nel 2006 dall’Iso (International Organization for Standardization)⁶⁰, che stabilisce come si deve sviluppare un sistema di gestione ambientale efficace. Essa viene rilasciata da un organismo indipendente che agisce sulla base di regole e procedure proprie, definite dai propri soci e non da leggi dello Stato. Questa certificazione è garanzia della capacità di un’organizzazione di autogestirsi rispettando le norme ambientali, promuovendo una vera e

⁵⁹ Ing.POGGIALI E., a cura di, Gruppo di coordinamento Agenda 21” Terre di Siena”, Turismo sostenibile, in sito web: <http://www.agenda21.provincia.siena.it/>

⁶⁰ ISO- International Organization for Standardization- Organizzazione Internazionale per la Normazione- è la più importante organizzazione a livello mondiale per la definizione di norme tecniche. Fondata il 23 febbraio del 1947, ha il suo quartier generale a Ginevra, in Svizzera.

propria politica ambientale, con degli obiettivi specifici al fine di migliorare continuamente le proprie prestazioni ambientali. L'Iso 14001 è una norma generica che può quindi essere applicata a qualsiasi tipo di azienda, lasciando “ libertà all'azienda di scegliere quali e quanti obiettivi di miglioramento perseguire, anche in funzione delle possibilità economiche e del livello tecnologico già esistente in azienda” (De Carlo, Caso, 2007, p.48).

L'**Emas** è un sistema comunitario di ecogestione e audit ; il nome è acronimo di Eco-Management and Audit Scheme. È a carattere volontario e può essere adottato dalle imprese che gestiscono il loro impatto ambientale secondo standard elevati. “ Lanciato nel 1995 e sottoposto a revisione nel 2001, Emas è principalmente destinato a migliorare l'ambiente e a fornire alle organizzazioni, alle autorità di controllo e ai cittadini uno strumento di valutazione e gestione dell'impatto ambientale di una organizzazione” (De Carlo, Caso,2007, p.49). Per ottenere la registrazione Emas un'organizzazione deve: esaminare tutti gli impatti ambientali delle attività svolte; dotarsi di un efficace sistema di gestione ambientale; effettuare un audit ambientale⁶¹; predisporre una dichiarazione ambientale in cui descrivere i risultati raggiunti in relazione agli obiettivi ambientali prefissati; ottenere la verifica indipendente da parte di un verificatore accreditato Emas, che deve effettuare un'analisi approfondita; e infine,

⁶¹ L'Audit ambientale è uno strumento a disposizione delle imprese che consente una valutazione sistemica, documentata, periodica e obiettiva dell'efficienza dell'organizzazione del sistema di gestione e dei processi che possono avere un impatto sull'ambiente al fine di verificare l'adeguatezza delle politiche ambientali aziendali (Aprile, 2008, p.51)

registrare la dichiarazione presso l'organismo competente dello Stato membro. “ Ottenuta la registrazione, l'organizzazione riceve un numero che la identifica nel registro europeo, ha diritto a utilizzare il logo Emas e mette a disposizione del pubblico la dichiarazione ambientale” (De Carlo, Caso,2007, p.49).

Politica integrata dei prodotti

Una strategia che riguarda, invece, il rafforzamento di una politica ambientale per i prodotti è la promozione dello sviluppo di un mercato di prodotti più ecologici. La Comunità europea, a tal proposito, ha ideato la cosiddetta Politica integrata dei prodotti, che è diventata “ parte integrante della strategia comunitaria per lo sviluppo sostenibile” (Aprile, 2008, p.50). Questa mira alla valutazione dell'intero ciclo di vita dei prodotti e al coinvolgimento di tutte le parti in causa, dagli industriali, che devono offrire prodotti più rispettosi dell'ambiente mostrandone i vantaggi, ai rivenditori, che devono vendere prodotti più ecologici, e ai consumatori, che devono scegliere prodotti più rispettosi dell'ambiente, utilizzandoli in modo da prolungarne la durata di vita(Aprile,2008,p.50)

Green Public Procurement

La crescita di un “mercato verde” può essere favorita anche da un altro strumento che è il *GGreen Public Procurement (GPP), Acquisti Verdi della Pubblica Amministrazione*:con questa pratica, si fa

riferimento alla possibilità per le PA di seguire dei parametri ambientali nella scelta e nell'acquisto di beni e servizi. “ Acquistare verde significa preferire quei prodotti e servizi che hanno un minore effetto sulla salute umana e sull'ambiente rispetto ad altri prodotti e servizi utilizzati allo stesso scopo” ⁶². La Pubblica Amministrazione, svolgendo il duplice ruolo di cliente e consumatore, può avere una forte influenza nell'orientamento del mercato. Si deve, pertanto , fare riferimento a tutte le fasi della creazione di un prodotto, dalla progettazione, produzione e distribuzione, al consumo e smaltimento. “ Questo vuol dire prendere in considerazione gli aspetti del prodotto legati all'energia e alle materie prime utilizzate, alle sostanze emesse durante i processi produttivi e le fasi di trasporto, alla produzione di rifiuti, alla sua durata, facilità nello smontaggio, riciclabilità, efficienza energetica, etc”.⁶³ Altri strumenti di cui si serve la Comunità europea sono quelli che rientrano nel gruppo della **certificazione di prodotto**: in questo gruppo troviamo i marchi di qualità tra cui ricordiamo principalmente *Bandiera Blu e Bandiera Arancione*, per le destinazioni, e Ecolabel, per le imprese.

Bandiera Blu e Bandiera Arancione

La **Bandiera Blu** è un riconoscimento internazionale, istituito nel 1987 (Anno Europeo dell'Ambiente), che ogni anno viene assegnato a

⁶² Acquisti Verdi (GPP), in sito web://www.contabilitaambientale.it/

⁶³ Ibidem

41 paesi, prima solo europei, ora anche extra-europei (Marocco, Sud Africa, Canada, Nuova Zelanda, Caraibi), dalla Fee (Foundation for Environmental Education)⁶⁴. È un marchio di qualità che viene assegnato alle amministrazioni locali per le spiagge (fa riferimento alla qualità delle acque, della costa, dei servizi e delle misure di sicurezza, educazione ambientale) e per gli approdi turistici(considerando la qualità dell'approdo, dei servizi e delle misure di sicurezza, educazione ambientale e informazioni) (De Carlo, Caso, 2007, p.51). “ Obiettivo principale di questo programma è quello di indirizzare la politica di gestione locale di numerose località rivierasche, verso un processo di sostenibilità ambientale” .⁶⁵

La **Bandiera Arancione** è il “ marchio di qualità turistico ambientale del Touring Club Italiano rivolto alle piccole località dell'entroterra che si distinguono per un'offerta di eccellenza e un'accoglienza di qualità”⁶⁶. Il suo obiettivo è quello di favorire una crescita sociale ed economica attraverso lo sviluppo sostenibile del turismo. In particolare, si punta alla valorizzazione delle risorse locali, allo sviluppo della cultura dell'accoglienza, allo sviluppo dell'artigianato,

⁶⁴ Fee-Foundation for Environmental Education- Fondazione per l'educazione Ambientale-Fondata nel 1981, è un'organizzazione internazionale non governativa e non-profit con sede in Danimarca. L'obiettivo principale dei programmi FEE è la diffusione delle buone pratiche ambientali, attraverso molteplici attività di educazione, formazione e informazione per la sostenibilità. I programmi internazionali FEE hanno il supporto e la partecipazione delle due agenzie dell'ONU: UNEP (Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente) e UNWTO (Organizzazione Mondiale del Turismo) con cui la FEE ha sottoscritto un Protocollo di partnership globale.

⁶⁵ Programma Bandiera Blu, in sito web: <http://www.bandierablu.org/>

⁶⁶ Cos'è la Bandiera arancione, in sito web:<http://www.bandierearancioni.it/>

delle produzioni tipiche e delle imprese locali e, infine, al rafforzamento dell'identità locale (De Carlo, Caso, 2007,p.51).

Ecolabel

Tra i marchi di certificazione più importanti utilizzati nella Comunità europea va ricordato l'**Ecolabel**, un marchio di qualità ecologica, rappresentato da una margherita a 12 stelle, valido per tutti i paesi dell'Unione. Esso premia i prodotti e i servizi migliori dal punto di vista ambientale, che si distinguono, pertanto, da altri dello stesso tipo, pur mantenendo elevati standard prestazionali. “Il marchio attesta che il prodotto e il servizio ha un ridotto impatto ambientale nel suo intero ciclo di vita” (De Carlo, Caso, 2007, p.50). Questo marchio è anche conosciuto come “ Fiore europeo” ed è uno strumento volontario che fornisce ai consumatori informazioni immediate sulla qualità ambientale del prodotto; essa ci viene garantita da un organismo nazionale, il Comitato Ecolabel, che concede l'uso del marchio solo dopo un'attenta analisi delle proprietà ecologiche del prodotto. Esso concede, dunque, alle imprese di distinguersi con prodotti più rispettosi dell'ambiente, diffondendo sempre più tra i consumatori una coscienza ecologica, avvicinandoli ai temi ambientali.

Il marchio è valido per una vasta gamma di prodotti e servizi per i quali vengono stabiliti criteri ecologici precisi. Moltissimi sono i prodotti etichettabili, come ad esempio molti elettrodomestici (frigoriferi, lavatrici, lavastoviglie..), detersivi, pitture e vernici per

interni, materiali tessili, calzature, ecc. Rimangono esclusi dall'Ecolabel prodotti alimentari, bevande, prodotti farmaceutici, etc.

A partire dal 2000 l'Unione Europea ha dato avvio a uno studio, intitolato *Feasibility and market study for a European Eco-label for tourist accomodation*, per verificare la possibilità di applicare il marchio anche al settore turistico. “ Dal 2003, il <<Fiore Europeo>> è disponibile per alberghi, appartamenti, ostelli e servizi simili, nel 2004 sarà esteso anche ai campeggi. In questo modo, tutte le tipologie di strutture ricettive turistiche in Europa potranno richiedere la certificazione delle loro prestazioni ambientali”⁶⁷; quindi, nel settore turistico il marchio può essere assegnato a quelle strutture che si impegnano nella salvaguardia dell'ambiente e della salute umana. Il turista che sceglie una struttura ricettiva con il marchio Ecolabel ha delle garanzie specifiche che riguardano : 1) l'uso di prodotti più rispettosi dell'ambiente che garantiscano il contenimento dell'inquinamento atmosferico, idrico e del suolo; 2) la riduzione degli sprechi di risorse e di energia; 3) la corretta gestione dei rifiuti, con particolare attenzione alla loro differenziazione; 4) l'uso di prodotti alimentari provenienti dalle produzioni biologiche regionali che sono garanzia di un'alimentazione sana e corretta; 5) la tutela della biodiversità nelle aree controllate direttamente dalla struttura ricettiva in questione. Naturalmente , oltre a queste garanzie per i turisti, l'Ecolabel produce dei benefici anche per la struttura ricettiva che lo

⁶⁷ L'iniziativa VISIT. Marchi ambientali del turismo europeo-verso una maggiore sostenibilità del mercato, in sito web: <http://www.ecotrans.org/>

ottiene, in termini di maggiore visibilità e possibilità di promozione, legata all'importanza del marchio a livello europeo, e , inoltre, in termini di vantaggi economici (diminuzione delle spese) legati all'eco-efficienza (De Carlo, Caso, 2007,p.50).

L'obiettivo fondamentale di un marchio ecologico per il servizio di ricettività turistica è quello di incoraggiare i turisti, ma anche le strutture stesse, al rispetto dell'ambiente. La prestazione ambientale deve, quindi, essere considerata come un criterio aggiuntivo di notevole importanza nella destinazione turistica. “ Le imprese che (controllare la fonte) utilizzano il logo del marchio europeo ottengono un riconoscimento ufficiale che le distingue per essere tra le più efficienti dal punto di vista ambientale”⁶⁸.

Altri marchi ecologici

Quelli analizzati sono i più importanti marchi ecologici adottati nella Comunità Europea , ma sono solo una parte di un gruppo molto nutrito. Nel 2000, l'Ecotrans, su richiesta del WTO, ha effettuato una ricerca mondiale su tutte le iniziative intraprese nel settore del turismo sostenibile. I risultati hanno mostrato l'esistenza di molte dichiarazioni e di oltre 100 marchi ecologici, e la maggior parte di questi si trovano proprio in Europa. Infatti, nel nostro continente “negli anni '80 e '90 , un numero crescente di associazioni turistiche, associazioni di consumatori e istituzioni ha dato attenzione al fenomeno del turismo ecologico, dando seguito e promuovendo

⁶⁸ Ecolabel per le strutture ricettive, in sito web:<http://www.studio-team.it/>

iniziative in questo campo”⁶⁹. È sempre nel nostro continente che, negli anni '80 del Novecento, sono nati i sistemi di certificazione ambientale e i marchi ecologici applicati all'industria e il loro numero è molto cresciuto nel tempo. Oggi, infatti, numerosi sono i marchi ecologici e le iniziative intraprese nella Comunità europea, come risposta anche alla varietà dei servizi turistici offerti dal nostro paese. Questa varietà di offerta, però, pone i marchi di fronte a una grande sfida che, in alcuni casi, ne compromette la stessa sopravvivenza. Un'altra iniziativa importante nella Comunità europea nell'ambito dello sviluppo sostenibile del turismo è **VISIT**, *Iniziativa volontarie per la sostenibilità nel turismo*, un progetto europeo creato al fine di fornire informazioni utili per favorire la sensibilizzazione del pubblico al sistema dei marchi ecologici; esso ha lo scopo di creare una rete di etichette ambientali europee per la promozione del turismo sostenibile. Questa iniziativa “vuole dimostrare che la collaborazione tra marchi turistici in Europa è possibile e necessaria, e che questa collaborazione porta importanti vantaggi- per i marchi, per le imprese contrassegnate e per uno sviluppo sostenibile nel turismo europeo”⁷⁰. Questa iniziativa, gestita da Ecotrans, è promossa dal WTO, nella consapevolezza che la corretta gestione dei marchi ambientali e degli schemi di certificazione e la collaborazione a tal fine di tutti i soggetti coinvolti, “possono certamente contribuire a rendere questa industria

⁶⁹ L'iniziativa VISIT. Marchi ambientali del turismo europeo-verso una maggiore sostenibilità del mercato, in sito web cit.

⁷⁰ ibidem

dinamica più sostenibile e a supportare meglio le finalità di sviluppo per il nuovo millennio”⁷¹.

1.10 Il turismo sostenibile in Italia

Il patrimonio naturale e culturale italiano è talmente vasto e variegato che l'Italia è stata spesso definita come museo all'aperto. “Città d'arte [...], borghi e castelli, paesaggi, aree naturali protette, musei, chiese, ma anche locande, trattorie e ristoranti [...], puntellano il Paese con un'intensità e un'estensione che hanno certamente pochi uguali al mondo” (Cicerchia,2009,p.52). Tra gli 851 siti dichiarati patrimonio dell'umanità dall' Unesco⁷², ben 42 si trovano sul territorio nazionale, rappresentando l'insieme più numeroso all'interno dei confini di uno stesso stato. Tutti questi posti splendidi di cui l'Italia è piena fanno del “ Bel Paese” una tra le mete preferite dai turisti di tutto il mondo. Negli ultimi vent'anni, però, il turismo è stato poco considerato nel paese e , proprio per questa scarsa attenzione verso il settore, esso è cresciuto in maniera spontanea. Solo da qualche tempo si è compresa la reale importanza del turismo come fonte di economia e, di

⁷¹Ibidem

⁷² Unesco- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization- Fondata nel 1945, è un 'agenzia delle Nazioni Unite per la quale l'educazione, le scienze umani e sociali, la cultura e la comunicazione sono i mezzi per conseguire l'ambizioso fine di costruire la pace nelle menti delle donne e degli uomini. Cicerchia, 2009,p.50

conseguenza, di lavoro: così lo sviluppo turistico è diventato parte integrante della politica italiana(De Carlo, Caso, 2007, p.73).

Però, non è solo la bellezza che costituisce l'attrattività di una meta turistica: negli ultimi tempi, infatti, le esigenze dei visitatori sono cambiate poiché essi richiedono sempre più la qualità ambientale dei luoghi che visitano e la possibilità di usufruire di prodotti e servizi sempre più rispettosi dell'ambiente. In Italia, la domanda di sostenibilità nello sviluppo turistico sta crescendo sempre più e si sta anche registrando una maggiore consapevolezza verso questo tema, anche se ancora i risultati sono poco rilevanti. “ Ma questo trend è ormai inarrestabile e ha raggiunto un punto tale che quando si considera che il 49 % delle imprese si stanno muovendo nella direzione della sostenibilità non si può che confermare che il percorso che si sta sviluppando è molto confortante” (De Carlo, Caso, 2007,p.73). Quello del turismo sostenibile è un fenomeno in continua crescita nel nostro paese, anche se ancora riguarda una percentuale esigua del mercato turistico complessivo. Inoltre, sono molti gli interventi che devono essere fatti nel settore per raggiungere alcuni obiettivi specifici, tra cui: aumentare le certificazioni ambientali nel settore turistico e, quindi, le strutture ricettive contraddistinte da marchi di qualità ambientale; sostenere iniziative a favore della diversificazione dell'offerta turistica, con una redistribuzione dei flussi e una valorizzazione delle aree meno fragili; garantire lo sviluppo di un turismo di qualità salvaguardando l'ambiente e

l'identità culturale e sociale dei residenti; tutelare e promuovere il patrimonio storico-culturale; sensibilizzare una gestione ecologica delle strutture ricettive. Prima che si diffondesse a livello internazionale l'esigenza di una nuova forma di turismo, proprio l'Italia si è contraddistinta per la nascita di molti movimenti locali che hanno evidenziato gli impatti del settore, cercando di proporre modelli alternativi. Infatti, ciò che era sotto gli occhi di tutti, in particolare, erano i danni ambientali ed è questo proposito che, nel 1990, viene istituito il *Comitato Etico Internazionale Turismo e Ambiente*, su iniziativa del Touring Club Italiano. Però, la prima associazione su territorio nazionale a proporre un nuovo stile di viaggio è stata Roba dell'altro Mondo (RAM), “ fondata nel 1991 come punto di vendita di prodotti del commercio equo e solidale ma sensibile anche ai principi del turismo responsabile” (Colombo, 2005, p.23). L'associazione ha dato poi vita ad un *Centro di Attenzione al Turismo* che ha avuto poi un ruolo determinante nella creazione del *Forum Italiano sul Turismo Responsabile*, “ primo organismo a riunire le diverse correnti promotrici di un modo di viaggiare più attento e partecipato”(ibidem). Nel 1994 il Forum ha elaborato un decalogo etico, conosciuto come *Carta d'identità per i viaggi sostenibili*, in cui vengono indicati i principi che devono guidare il comportamento dei turisti, degli organizzatori del settore e delle comunità locali ospitanti, durante il viaggio ma anche prima e dopo di esso. Questa carta è stata molto importante poiché ha favorito la crescita dell'interesse nei confronti

dei nuovi principi del viaggiare etico. L'Italia si contraddistingue nel settore turistico per molte iniziative nell'ambito della sostenibilità nel turismo: “ circa il 30% dei progetti riguarda il raggiungimento di una qualità turistica nel rispetto dell'ambiente naturale, il 17% dei progetti opera mediante la sensibilizzazione degli operatori turistici, il 14% è volto a garantire le identità culturali, a tutelare il patrimonio artistico e a differenziare l'offerta turistica, infine circa il 6% dei progetti punta a ottenere le certificazioni ambientali di qualità” (Bruscino,2011,p.34). Una delle mete preferite sia a livello nazionale che a livello europeo è la provincia di Rimini, la quale, negli ultimi anni, si è impegnata molto in questo settore, per esempio organizzando la Conferenza Internazionale del 2001 (con la stesura della Carta di Rimini per il Turismo Sostenibile), o ancora attraverso del progetto LIFE Strategies and Instruments for a Sustainable Tourism in the Mediterranean coastal areas, rivolto alle aree di turismo di massa. Un altro progetto coordinato dalla provincia a partire dal 2005, nato dai risultati della rete di località di massa del Mediterraneo “ Network of cities for Sustainable Tourism” , è il Sustainable & Vocational Tourism (SUVOT), che, tra gli obiettivi principali, si prefigge di promuovere un turismo sostenibile nelle aree partner del progetto, sviluppando “ buone pratiche di turismo sostenibile” che includono la certificazione Ecolabel, i Sistemi di Gestione Ambientale ISO/EMAS e l'applicazione di tecniche volte ad accertare la sostenibilità delle destinazioni turistiche ((Bruscino,2011,pp.34-35). Sempre nel nostro paese ritroviamo il

primo sito turistico di tutta l'Europa ad aver ricevuto la Certificazione Ambientale EMAS , il polo turistico di Bibione, in provincia di Venezia, che ha rappresentato “ un esempio di riferimento cui si sono ispirate le altre organizzazioni che hanno avviato un percorso di registrazione EMAS” (Bruscino, 2011,p.35). Anche il Parco Regionale Veneto del Delta del Po ha promosso un progetto che include una serie di interventi volti a migliorare l'ambiente, l'economia, le infrastrutture e le occupazioni nel settore turistico nei paesi dell'Alto Adriatico, con l'obiettivo di innescare un flusso turistico culturale, ambientale e formativo. Il progetto , che è stato denominato Coast to Coast, prevede alcuni interventi rivolti alla “diversificazione delle risorse turistiche mediante lo sviluppo della Pesca Turismo e la creazione di un Parco archeologico diffuso, ampliando l'offerta turistica delle due aree territoriali a un arco temporale maggiore nel corso dell'anno, consentendo un abbinamento di fruibilità turistica e culturale.” (Bruschino,2011, p.36). A livello nazionale, le iniziative di turismo sostenibile sono organizzate e gestite principalmente da due associazioni importanti, l'ACTA e l'AITR. La prima, *Associazione Cultura Turismo Ambiente*, è un'associazione che opera nel settore della ricerca e sperimentazione di servizi e prodotti innovativi per il turismo. Essa ha dato un contributo importante all'elaborazione della Carta Europea del Turismo Sostenibile e fa parte della rete europea Ecotrans; inoltre collabora con l'ISPRA (Istituto Superiore per la Protezione e la

Ricerca Ambientale)⁷³ “ nella promozione e nel supporto dell’applicazione dell’Ecolabel europeo, mediante la ricerca dei criteri di attribuzione e l’organizzazione di iniziative di divulgazione pubblica” . (Ivi,p.26) La seconda associazione che svolge un ruolo fondamentale a livello nazionale è l’AITR, *Associazione Italiana Turismo Responsabile*, nata nel 1998, a Milano, al fine di diffondere queste idee della sostenibilità; è “ un organismo laico e senza scopo di lucro, che ha come simbolo un cuore in valigia perché esorta il turista a mettere in gioco e a portare con sé durante il viaggio non solo denaro e aspettative ma anche i sentimenti e la sua sensibilità” (Ivi,p.28).L’associazione propone un nuovo tipo di viaggio che tenga conto della coscienza di sé e delle proprie azioni, riprendendo la definizione di turismo sostenibile apparsa nella carta: <<un viaggiare etico e consapevole che va incontro ai paesi di destinazione, alla gente, alla natura con rispetto e disponibilità. Un viaggiare che sceglie di non avallare distruzione e sfruttamento, ma si fa portatore di principi universali; equità, sostenibilità e tolleranza>>.L’AITR, ispirandosi ai principi di democrazia ed etica, opera per promuovere, diffondere e tutelare i contenuti culturali e le azioni pratiche connesse al concetto di turismo responsabile, sostenendo la cultura e la pratica del viaggio etico e responsabile, con iniziative di solidarietà verso questo tema, “ al fine di elevare la coscienza e la crescita personale dei cittadini, per la promozione di stili di vita e comportamenti di

⁷³ ISPRA-Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale- è un ente di ricerca italiano nato nel 2008 dall’accorpamento di tre enti controllati dal Ministero dell’Ambiente: l’APAT(Agenzia per la Protezione dell’Ambiente e per i Servizi Tecnici), l’ICRAM (Istituto Centrale per la ricerca scienti

consumo e vita solidale”⁷⁴. A partire dal 1999 sono state individuate dal consiglio direttivo dell’associazione quattro aree di intervento, definite come tavoli di lavoro, che riguardano principalmente: 1) il turismo in uscita dell’Italia, 2) il turismo incoming, che ha il nostro paese come destinazione, 3) il rapporto tra scuola e turismo, 4) il legame tra viaggi e informazione. L’AITR opera anche al fine di sensibilizzare l’opinione pubblica italiana ai temi della sostenibilità e del turismo responsabile: a tal proposito va ricordata l’iniziativa *Viaggiare ad occhi aperti*, un progetto promosso tra il 1996 e il 1998 dall’Icei, Istituto di Cooperazione Economica Internazionale di Milano, con l’obiettivo di accrescere tra i viaggiatori la consapevolezza delle conseguenze negative che il loro modo di viaggiare può avere sia sulle destinazioni, sia sulle persone che ci vivono, cercando anche di determinare un cambiamento nel proprio atteggiamento di turisti (Colombo, 2005, pp.28-29).

Altra iniziativa dell’AITR è stata la promozione di People, rassegna svoltasi nel gennaio del 2000 a Bologna che ha visto la partecipazione di tutti i sostenitori di un tipo di turismo attento e qualificato, non solo i tour operator che organizzano viaggi etici, ma anche i rappresentanti dei paesi (soprattutto del sud del mondo) che vivono gli effetti peggiori dell’invasione turistica, e le ONG (organizzazioni non governative) che operano per difendere i diritti dell’ambiente e dei popoli delle destinazioni preferite dai flussi del turismo di massa. Pertanto, People ha rappresentato “ un’occasione di dibattito e un

⁷⁴ Notizie sull’associazione dal sito ufficiale dell’Airt, <http://www.airtr.org/>

modo per analizzare l'operato discutibile delle grandi multinazionali del settore e reagire al loro strapotere" (Colombo, 2005,p.29). Nella consapevolezza che la responsabilità nel turismo non sia solo un atteggiamento pratico ma soprattutto una linea di pensiero che tutti devono far propria in ogni occasione di viaggio, non solo nei luoghi esotici e lontani, ma anche, e soprattutto, " a casa propria", l'AITR, nell'aprile del 2002, ha promosso la redazione di un codice etico pensato proprio per il turismo italiano, intitolato *Bel paese Buon Turismo*. Esso può essere considerato come un rifacimento, in chiave nazionale, della *Carta d'identità per i viaggi sostenibili* poiché, anche in questo caso, si fa riferimento alle responsabilità di tutti i soggetti coinvolti nel settore, " nelle tre fasi cruciali del prima, durante e dopo il viaggio, segnalando il comportamento più corretto che ognuno dovrebbe tenere e mettendo in luce l'importanza della relazione tra i diversi attori turistici" (Colombo, 2005,p.30).

Alla luce di tutte queste iniziative possiamo capire come l'AITR opera al fine di contribuire a diffondere una nuova sensibilità turistica e una coscienza ambientale, valorizzando le risorse naturali e contribuendo a rafforzare le culture locali, come sostiene l'ex presidente Alfredo Somoza. Pertanto, si deve promuovere un nuovo tipo di viaggio, " un modo per viaggiare sulla terra in punta di piedi, salvaguardando il patrimonio della biodiversità per le prossime generazioni" ((Galli,Notarianni,2002,p.13).

1.11 I primi approcci di turismo sostenibile in Sicilia

La Sicilia è la regione più grande dell'Italia e del Mediterraneo, un'isola meravigliosa che racchiude in sé tanta cultura e storia, con un'atmosfera che richiama gli antichi splendori del periodo della dominazione greca, araba e normanna. I parchi splendidi, il mare e le spiagge più belle della costa mediterranea, ma ancora di più la sua storia millenaria, sono le attrazioni che spingono, ogni anno, milioni di turisti a visitarla. Il territorio dell'isola è molto variegato: la costa a tratti è rocciosa e frastagliata con alti promontori e faraglioni, a tratti sabbiosa e ricca di vegetazione (la cosiddetta macchia mediterranea). Anche le colline si presentano a volte verdi e fertili, a volte aride e steppose. Ma è soprattutto la presenza dei vulcani, in particolare l'Etna che rende suggestivo e unico il paesaggio della Sicilia. “ In questa regione, come forse in nessun'altra, arte, storia e cultura si fondono alla perfezione con il paesaggio e danno vita ad un universo che vale la pena scoprire. Negli ultimi anni la Sicilia ha cominciato a valorizzare il suo enorme patrimonio naturale, storico ed artistico divenendo una delle destinazioni più ricercate in Italia”. Pertanto, visitare la Sicilia, “ significa scoprire una delle terre più belle del mondo, attraverso luoghi incantevoli, tesori artistici e culturali” ⁷⁵.

- Anche nell'isola, come altrove, gli impatti negativi del turismo di massa hanno favorito lo sviluppo di una nuova forma di

⁷⁵ Visitare la Sicilia, in sito web:<http://www.metasicilia.it>

turismo, quello sostenibile e responsabile appunto, promosso da vari enti. Un esempio è quello fornito dalle iniziative di *Sicilia Vostra*, un'associazione di cooperative agricole e sociali e comunità di recupero, impegnate nel reinserimento socio-lavorativo di persone disagiate (tossicodipendenti, alcolisti, etc.), con riferimento soprattutto a settori specifici come la produzione di prodotti bio-certificati e la promozione del turismo sostenibile. Per i membri dell'associazione "proporre Turismo Responsabile significa appunto presentare tutte le bellezze di una terra: archeologia, natura, architettura, costume anche angoli di rinascita sociale ed economica, laddove antichi problemi sono in via di soluzione proprio grazie a scelte di rispetto ecologico nel coltivare e nel costruire, laddove il volontariato si unisce ad istituzioni sane e produce risultati nella qualità di vita di una comunità, laddove imprenditività creativa e moderna sa formare nuove professioni e va a caccia di un fatturato legittimo, lontano dalle collusioni mafiose o dalla continua iniezione di infantilizzanti ed asserventi aiuti pubblici"⁷⁶. In Sicilia, le iniziative di turismo sostenibile si rivolgono principalmente alle strutture ricettive dell'isola, perché esse rappresentano un elemento importante nell'intercettazione dei nuovi flussi turistici, interessati maggiormente a un turismo che valorizzi le risorse

⁷⁶ Proposte di turismo responsabile con Sicilia Vostra, in sito web: <http://www.siciliavostra.it/>

naturali e culturali e che abbia meno impatti sull'ambiente. Come conseguenza di questa nuova sensibilità ecologica, è stato promosso il progetto Evimed, Equilibri di vita nel Mediterraneo, finanziato dalla Comunità europea, che vede la collaborazione dei paesi del Mediterraneo, Grecia, Spagna, Francia e soprattutto l'Italia, con due regioni che fanno da capofila, la Toscana e la Sicilia. Nell'isola si individuano quattro aree rappresentative delle differenti caratteristiche ambientali del territorio, al fine di dare immediata attuazione al progetto: il Parco dell'Etna, il Parco delle Madonie, la Riserva Naturale Orientata " Torre Salsa" e la Riservaa Naturale Orientata "Oasi Faunistica di Venticari". Nell'ambito del progetto, a partire da settembre del 2007, è stato istituito il *Club di Prodotto Evimed Sicilia*, a cui possono aderire le strutture ricettive che puntano sulla sostenibilità e che possono vantare l'adesione a un marchio ambientale come segno distintivo: sono circa 20 strutture sul territorio delle aree interessate dall'iniziativa.⁷⁷La Regione Sicilia, sempre nell'ambito del progetto, ha partecipato a una conferenza internazionale su *L'offerta turistica sostenibile quale modello di sviluppo*, organizzata dalla Regione Toscana alla fattoria " La Principina" di Grosseto, che ha rappresentato un momento di confronto e dibattito sulla realizzazione di uno sviluppo

⁷⁷ Con Evimed la Sicilia punta sul turismo sostenibile, in sito web: <http://sicilia.travelnstop.com/>

turistico equilibrato che preservi le risorse locali. Durante la conferenza, svoltasi il 20 e il 21 settembre 2007 , sono stati anche promossi incontri tra “ aziende e tour operator internazionali interessati a intercettare quel particolare target di turisti che predilige la vacanza sostenibile, ovvero rispettosa e consapevole dei valori naturalistici e storico-culturali dei luoghi che visitano”⁷⁸. Nel 2008, la promozione del turismo sostenibile in Sicilia, va avanti grazie a Legambiente che ha firmato i Protocolli per il turismo Sostenibile con due consorzi, VISIMED di Modica, *Viaggio Sicilia Sud Est e Mediterraneo Società consortile*, e “ Cefalù Holidays”. Questi protocolli hanno l’obiettivo di realizzare un progetto di qualificazione ambientale e salvaguardia territoriale, nell’ottica di un graduale sviluppo ecosostenibile. “ Legambiente e le strutture aderenti- nel contesto di un’evoluzione turistica che guarda alla qualità ambientale come una necessità sia delle strutture ricettive che dell’area turistica in cui si trovano- hanno raggiunto un accordo per istituire una rete di accoglienza ecologica aderente all’Ecolabel nazionale “ Legambiente Turismo”, finalizzata a migliorare la qualità ambientale delle strutture ricettive che desiderano assumere un ruolo attivo per il miglioramento del loro ciclo produttivo e del servizio

⁷⁸ Evimed/3, la Regione Sicilia va a Grosseto, in sito web:<http://sicilia.travelnostop.com/>

fornito”⁷⁹. Le strutture contraddistinte dal marchio si impegnano a realizzare azioni volte a rendere la loro gestione eco-efficiente, salvaguardando le risorse naturali, culturali e artistiche del luogo e assicurando un soggiorno migliore al turista. Inoltre, Legambiente Turismo assicura la qualità ecocompatibile delle strutture e del territorio, scegliendo solo quelle aziende che operano rispettando le leggi in materia ambientale, al fine di migliorare l’offerta, e riservandosi anche la possibilità di togliere la licenza e l’autorizzazione all’uso dell’ecolabel e del logo a quelle strutture che non rispettino i requisiti richiesti. Per stabilire quali strutture siano conformi ai criteri ambientali necessari, è stato formulato un decalogo con le misure che devono essere seguite:

- Impegno alla riduzione dei rifiuti prodotti e ad uno smaltimento eco-compatibile;
- Impegno alla riduzione dei consumi idrici;
- Risparmio energetico;
- Promozione di un’alimentazione più sana
- Valorizzazione della tradizione gastronomica locale;
- Incentivazione del trasporto collettivo;
- Impegno alla diffusione di mezzi di trasporto a basso impatto;

Impegno contro l’inquinamento acustico;

⁷⁹ Turismo sostenibile, nel sito dell’ARRA, Agenzia Regionale Rifiuti ed Acque-Agenzia della Regione Sicilia istituita nel 2005 come unica responsabile nella regolazione dei servizi idrici, dei servizi di gestione integrata dei rifiuti e di bonifica dei siti inquinati. Essa ha la funzione di indirizzare e coordinare l’attività di tutti gli enti che operano nei settori nei quali si articola.

- Promozione e valorizzazione dei beni culturali e ambientali dell'area;
- Coinvolgimento dei turisti;⁸⁰

Nel 2008, la Sicilia ha ospitato la Conferenza Internazionale Ecoturismo Mediterraneo,svoltasi dal 5 al 7 giugno nella città di Cefalù. Questa conferenza, organizzata e prodotta dalla Coalizione dei Territori Siciliani delle Madonie, Valle del Torto e dei Feudi, Alto Belice Corleonese e Isole minori, ha rappresentato un luogo di incontro per discutere su molte iniziative internazionali di turismo sostenibile, con la collaborazione di “ imprese locali e amministratori con esperienze e interesse nello sviluppo e promozione di un turismo sostenibile centrato sulla valorizzazione della risorsa natura (ecoturismo) in Europa e nel bacino del Mediterraneo”⁸¹. La conferenza ha visto la partecipazione delle più importanti organizzazioni governative e non governative, certificatori del settore, tour operator e agenzie di viaggio, organizzazioni ambientaliste e di consumatori e ha promosso la stesura di un documento conosciuto come *Dichiarazione di Gibilamanna*, “ base comune per scambi e collaborazioni tra destinazioni europee e mediterranee e per iniziative internazionali di ecoturismo”⁸². Con essa, i firmatari hanno dato avvio alla definizione della strategia e degli strumenti adeguati allo sviluppo del turismo

⁸⁰ Ibidem

⁸¹ Mediterranean Ecotourism, in sito web:
<http://www.ecoturismomediterraneo.net/>

⁸² ibidem

sostenibile, con riferimento alla struttura sociale, economica, ambientale e istituzionale dei territori interessati. Nel testo della dichiarazione si ribadisce l'importanza dell'ecoturismo, che viene definito come “[...] una modalità di turismo sostenibile che si basa sulla fruizione del contesto naturale e sullo sviluppo di un rapporto rispettoso, curioso e bilanciato tra culture differenti, quella del visitatore e quella dell'ospite. Il territorio della Coalizione Ecoturismo Mediterraneo ha individuato l'ecoturismo come un prodotto strategico, la cui costruzione e promozione determina valore aggiunto in termini ambientali, sociali, culturali ed economici. Organizza, quindi, promuove e moltiplica le opportunità che tendono a far emergere questi aspetti, in termini sia di beni collettivi che di prodotti imprenditoriali”⁸³.

In Sicilia, tutte le iniziative per il raggiungimento dello sviluppo sostenibile, quindi anche quelle turistiche, sono gestite dal *Coordinamento Agende 21 Locali Sicilia*, un network che unisce i Comuni, le Province e gli Enti Parco del Territorio Regionale, con l'obiettivo di facilitare il processo di applicazione dei principi della sostenibilità attraverso l'Agenda 21 Locale: quest'ultima “ rappresenta un innovativo strumento volontario di governante attraverso il quale gli Enti Locali operano in collaborazione con tutti i settori della comunità locale per definire piani di azione che perseguano la

⁸³ Dichiarazioni di Gibilmanna, in sito
web:<http://www.ecoturismomediterraneo.net/>

sostenibilità a livello locale⁸⁴, tenendo conto delle peculiarità territoriali della nostra Sicilia.

⁸⁴ Agenda 21 locale, in sito web: <http://www.a211.sicilia.it/>

CAPITOLO II

Le aree naturali protette in Sicilia

2.1 Aree naturali protette, obiettivi e funzioni.

Quasi tutte le nazioni possiedono attualmente un sistema di aree protette estese fino al punto che il loro sviluppo è giunto a coprire circa il 12,65% della superficie del pianeta. La loro estensione lascia intuire l'importanza di tali porzioni di territorio. Il concetto di area protetta nasce e si sviluppa insieme alle società e collettività umane. In effetti, data l'influenza dell'uomo sull'ambiente, ovunque vi siano degli aggregati umani, lì nasce la necessità di elevare il rango e la natura di alcuni territori che vengono posti sotto tutela, in virtù delle loro peculiarità ambientali, storiche, culturali ed economiche. Prima di soffermarci sugli obiettivi e le funzioni delle aree naturali protette, sarebbe necessario dare una definizione per capire cosa sia realmente un'area protetta: “ Le aree naturali protette sono porzioni di territorio sottoposte ad uno speciale regime di tutela e gestione, per garantire e promuovere la conservazione e la valorizzazione del patrimonio naturale (formazioni fisiche, geologiche, morfologiche e biologiche con un rilevante valore naturalistico e ambientale) del paese”⁸⁵. Nel contesto europeo, il concetto di zona protetta si è precisato in

⁸⁵ Questa definizione è stata estrapolata dalla norma statale relativa alle aree naturali protette, la legge 6 dicembre 1991 n.394, “legge quadro sulle aree protette”.

relazione alle caratteristiche di un territorio densamente popolato e diffusamente assoggettato alla proprietà privata. Soprattutto a partire dal secondo dopoguerra, alla finalità originaria della difesa della natura come wilderness⁸⁶ (natura selvaggia), si sovrappone l'obiettivo della ricerca di un uso antropico del territorio, compatibile con la salvaguardia dei processi ecologici, dei valori estetici e storico-culturali. In Italia questo obiettivo è maturato soprattutto a partire dagli anni Sessanta, ed ha trovato un primo approdo legislativo con l'emanazione del cosiddetto decreto Galasso, d.m. 21.9.1984, poi convertito nella 1.8.8.1985,n.431,che , seppur finalizzato alla tutela del paesaggio, amplia gli oggetti della tutela a sistemi ed ambienti con una significativa connotazione naturale (i boschi,i fiumi, le coste etc.). Gli obiettivi volti alla realizzazione di un'area naturale protetta, sono raggiungibili attraverso:

-Conservazione di specie animali o vegetali, di associazioni vegetali o forestali, di singolarità geologiche, di formazioni paleontologiche, di comunità biologiche, di biotipi, di valori scenici e panoramici, di processi naturali, di equilibri idraulici e idrogeologici, di equilibri ecologici.

-Applicazione di metodi di gestione o di restauro ambientale idonei a realizzare una integrazione tra uomo e ambiente naturale, anche mediante la salvaguardia dei valori antropologici, archeologici, storici e architettonici e delle attività agro-silvo pastorali e tradizionali;

⁸⁶ N.Russo,2000

-Promozione di attività di educazione, di formazione e di ricerca scientifica anche interdisciplinare, nonché di attività ricreative compatibili;

-Difesa e ricostruzione degli equilibri idraulici ed idrogeologici.

Nel 1948, con la fondazione della UINC(Unione Internazionale per la Conservazione della Natura), venne avviato un programma organico di studio delle aree protette, di quelle esistenti, ma anche delle regole per promuoverne di nuove e definire i criteri per la gestione di queste. Nel 1956 fu elaborata una proto-classificazione delle aree protette e la UINC non ha mai interrotto la sua ricerca sulla classificazione, anzi si è creato un gruppo di lavoro specifico definito come Commissione per i Parchi Nazionali e le Aree protette (WCPA) che con frequenza quinquennale si occupa di pubblicare l'elenco delle aree protette di tutto il pianeta. In Italia la classificazione delle aree protette è chiarita dalla legge n.394/91 "legge quadro sulle aree protette"⁸⁷di cui si è accennato sopra. Questa classificazione per molti versi ricalca l'inquadramento della WCPA delle varie tipologie di parchi:

-Parchi Nazionali: si tratta di aree terrestri, fluviali, lacuali o marine che contengono uno o più ecosistemi intatti o anche parzialmente alterati da interventi antropici. Sono zone di importante rilievo internazionale o nazionale per valori naturalistici, scientifici, estetici, culturali, educativi e ricreativi, tanto da richiedere l'intervento dello

⁸⁷ G.L.Rota& G.Rusconi,2007,op.cit.

Stato ai fini della loro conservazione per le generazioni presenti e future.

-Parchi Naturali Regionali: sono costituiti da aree terrestri, fluviali, lacuali ed evidentemente da tratti di mare prospiciente la costa, di valore naturalistico ed ambientale che costituiscono un sistema omogeneo individuato dagli assetti naturali dei luoghi e dalle tradizioni delle popolazioni locali.

-Riserve Naturali: sono costituiti da aree terrestri, fluviali, lacuali o marine che contengono una o più specie naturalisticamente rilevante della flora o della fauna. Possono essere statali o regionali.

-Zone umide di interesse internazionale: sono aree acquitrinose, paludi, torbiere oppure zone naturali o artificiali d'acqua, permanenti o transitorie comprese zone di acqua marina.

-Altre aree naturali protette: si dividono in aree di gestione pubblica, istituite cioè con leggi regionali o provvedimenti equivalenti, e aree a gestione privata, istituite con provvedimenti formali pubblici o con atti contrattuali quali concessioni o forme equivalenti.

-Zone di protezione speciale(Zps): sono costituite da territori idonei per estensione e localizzazione geografica alla conservazione delle specie di uccelli.

-Zone speciali di conservazione(Zsc): sono costituite da aree naturali, geograficamente da aree un tipo definite e con superficie delimitata

che contengono zone terrestri e acquatiche che si distinguono grazie alle loro caratteristiche geografiche, abiotiche e biotiche e che mirano a conservare o ripristinare un tipo di Habitat naturale o una specie di flora e di fauna selvatiche.

-Aree di reperimento terrestri e marine: sono aree la cui conservazione è considerata prioritaria. Esse sono indicate dalle leggi 394/91 e 979/82.

Quando si parla di aree protette, verrebbe naturale pensare ad aree lontane dalle città. Tuttavia numerosi ambientalisti si sono soffermati sulla presenza e sull'importanza di aree protette nei contesti urbani, nonostante l'opinione pubblica mostri difficoltà a percepire tale importanza. Soffermandoci sui benefici apportati dalle aree protette nei contesti urbani, da ricerche recenti si evince che tali benefici riguardano soprattutto tre punti: le città dipendono dalle aree protette, infatti una buona porzione di risorse idriche potabili delle città più grandi del mondo, derivano dalle foreste protette; le aree protette dipendono dalle città, infatti per vincere la battaglia ambientale, occorre il coinvolgimento delle istituzioni e delle popolazioni; aumentano le strategie di connessione tra città ed aree protette volte a promuovere delle politiche che mirano a collegare sfera urbana e rurale, per legare, così come ha fatto e sta facendo Roma, le città al suo patrimonio ambientale. In questo modo la tradizionale distinzione tra urbano e rurale inizia ad essere superflua. Solo di recente i Parchi Urbani hanno iniziato ad essere considerati pienamente per il ruolo e

l'importanza che rivestono per la qualità della vita della città e per i loro residenti.

Soffermandoci sul concetto di Parco nazionale come forma di area protetta, ricordiamo che il più antico parco Nazionale del mondo è stato il Parco di Yellowstone che si trova negli Stati Uniti e più precisamente nell'estremo settore nord-occidentale dello stato del Wyoming; sconfina, per un piccolo tratto, negli stati del Montana e dell'Idaho, occupando un'ampia zona delle Montagne Rocciose. E' il nucleo centrale dell'ecosistema di Yellowstone, uno dei più grandi ecosistemi intatti della zona temperata rimasto sulla terra. In Italia, il primo parco nazionale fu istituito cinquanta anni dopo l'istituzione del Parco di Yellowstone, nel 1922, con il Parco Nazionale del Gran Paradiso. Da quella data sono seguiti il Parco Nazionale di Abruzzo (1922), il Parco del Circeo (1934), il Parco Nazionale dello Stelvio (1935) e dopo una stasi di ben trent'anni il Parco Nazionale di Calabria (1968). L'Italia si è affacciata piuttosto in ritardo rispetto agli altri paesi europei in materia di protezione dell'ambiente. Negli ultimi anni sono stati istituiti 23 parchi nazionali. Per far sì che le aree protette riescano a raggiungere i suddetti obiettivi, occorre non soltanto proteggere le risorse, ma attuare degli appropriati sistemi di gestione capaci di promuovere fonti di sviluppo economico sostenibile, di avanzamento sociale, di nuova e qualificata occupazione.

2.2 Il turismo nelle aree protette

Nelle aree naturali protette, la salvaguardia dell'ambiente e delle risorse naturali rappresentano delle priorità e tra le attività valorizzate, il turismo se opportunamente gestito, può contribuire al conseguimento di tali obiettivi ed allo sviluppo economico dell'area. Il turismo naturalistico, il turismo sostenibile e l'ecoturismo sono delle forme di turismo adeguate alla conservazione della natura nelle aree protette. Già da diversi anni, organizzazioni di diversa natura (organismi internazionali sul turismo, agenzie di protezione dell'ambiente, tour operator..) si stanno confrontando a livello internazionale per promuovere strategie di sviluppo sostenibile e conseguentemente di turismo durevole. La Carta Europea del turismo durevole, definisce tali strategie come “ qualsiasi forma di sviluppo, pianificazione o attività turistica che rispetti o preservi nel lungo periodo le risorse naturali, culturali e sociali e contribuisca in modo equo e positivo, allo sviluppo economico e alla piena realizzazione delle persone che vivono, lavorano e soggiornano nelle aree protette.”

Uno dei presupposti fondamentali per preservare le risorse naturali, è la rinuncia della promozione di un turismo di massa. Più intensa è la pressione dei visitatori sulle aree protette, più cresce il rischio di degrado, infatti il turismo nelle aree protette è quantitativamente assai inferiore agli altri “turismi di massa”, quale per esempio quello balneare, ma ciò non toglie che la situazione sia già preoccupante e

che sia necessario quindi intervenire in modo appropriato per evitare danni irreparabili nel prossimo futuro. Non tutte le aree protette sono uguali: ci sono aree protette marginali, generalmente interne e soggette a fenomeni di spopolamento per ridotte possibilità di svolgere attività economiche che garantiscono un livello adeguato di qualità della vita, e aree soggette ad una forte pressione antropica, localizzate per lo più sulle coste e caratterizzate da un turismo di massa. Nelle prime data l'assenza di complessi residenziali e produttivi, che sicuramente inciderebbero negativamente sul paesaggio, l'applicazione di strategie volte a promuovere il turismo sostenibile appare più realizzabile; nel secondo tipo di aree protette, la promozione di tale forma di turismo appare più ardua, poiché uno sviluppo incontrollato ha già portato a un depauperamento dell'ambiente e delle bellezze naturali ed a una perdita della propria identità culturale. In entrambe le tipologie di aree protette, per porre in essere politiche di turismo sostenibile, il nodo cruciale per assicurare il successo è rappresentato dalle risorse umane, sia locali che estranee. Innanzitutto occorre individuare i promotori per la realizzazione di un programma di interventi e attività. La Carta Europea del turismo durevole individua tali soggetti nei gestori delle aree protette, ma anche altre figure sono fondamentali, come operatori sociali o economici, associazioni ambientaliste o culturali, comunità montane etc. Occorre poi sensibilizzare la popolazione sui temi dello sviluppo sostenibile e sui vantaggi che la promozione di un turismo durevole apporterebbe alla comunità nel suo complesso. Altra fase importante è

quella del monitoraggio e della valutazione di tali progetti e qui l'aspetto finanziario svolge un ruolo importante. E' fondamentale finanziare, allorché siano disponibili risorse di fonte comunitaria, nazionale o regionale, solo programmi e progetti di qualità in modo da evitare la dispersione di risorse. Altro compito dell'amministrazione centrale dovrebbe essere quello di favorire il collegamento tra le diverse aree protette e tra queste ed il resto del territorio nazionale o regionale, non solo attraverso opere di infrastrutturazione, ma soprattutto mediante attività tese a sensibilizzare la comunità locale e a creare una rete per lo scambio di esperienze. E' evidente che promuovere il turismo nelle aree protette, porta con se costi e benefici: occorre chiaramente minimizzare i primi e massimizzare i secondi. E' chiaro che le aree protette sono state costituite per preservare qualche habitat, qualche specie, qualche tradizione culturale ed i turisti visitano tali aree per ottenere benefici personali. A questo punto ci si può soffermare sui benefici ed i potenziali rischi del turismo nelle aree protette. Tra i benefici:

- a) *Favorisce opportunità economiche* con un aumento di posti di lavoro per i residenti locali, l'aumento delle entrate, lo stimolo di nuove imprese turistiche e la diversificazione dell'economia locale, l'incoraggiamento di produttori locali, l'apertura di nuovi mercati etc.
- b) *Protegge il patrimonio culturale e naturalistico* favorendo così la biodiversità, la protezione di risorse che altrimenti non avrebbero

valore per i residenti o costituirebbero un costo piuttosto che un beneficio.

c) *Migliora la qualità della vita delle comunità ospitanti* attraverso la promozione di valori di tipo estetico, spirituale o comunque connessi al benessere, la creazione di attrattive ambientali nelle destinazioni, sia per residenti che per visitatori, capaci di sostenere nuove attività compatibili, dalla pesca a industrie di servizi etc.

d) *Esistono anche effetti negativi* legati alla visita da parte dei turisti delle aree protette, ma generalmente è possibile gestirli e risolverli .Si parla di rischi di natura finanziaria, economica, socio-culturale e ambientale come :

a) *Costi economici e finanziari:* il turismo porta con se un'accresciuta domanda di beni, infrastrutture, servizi di base(polizia,vigili del fuoco, strutture sanitarie, tutela aree protette), con necessariamente maggiori costi per l'ente locale e probabilmente un maggiore carico fiscale per i residenti.

b) *Costi sociali:* un accresciuto numero di turisti può disturbare le altre attività della comunità e competere con i residenti per i servizi ed i luoghi di svago. Si possono così creare dinamiche negative (congestione del traffico, atti di vandalismo, etc.). Altra questione da considerare è l'esistenza di enormi differenze di tenore di vita tra turisti e residenti.

c) *Costi ambientali:* citiamo ad esempio l'impatto delle infrastrutture sull'ambiente(vegetazione,animali), fenomeni di

erosione del suolo, aumento della domanda di acqua potabile, inquinamento di mari, fiumi e laghi per attività umane, inquinamento atmosferico per emissioni dovute ad attività umane, pesca , caccia etc.

2.3 Politica nazionale e comunitaria nella gestione delle aree protette

Nell'ordinamento italiano, la disciplina legislativa in materia ambientale, e ancor più quella sulle aree protette, si è sviluppata per molto tempo in modo disorganico e casuale, a causa di una scarsa sensibilità sociale verso le questioni ambientali. Solo negli ultimi decenni la maggiore attenzione delle nazioni alle problematiche dell'ambiente e dello sviluppo sostenibile ha consentito di costruire un quadro legislativo più omogeneo ed unitario, oltre che coerente. Così oggi il sistema dei parchi e delle riserve naturali ha assunto una tale importanza al punto di disegnare una nuova geografia territoriale, che interessa tutte le regioni italiane, basata sulla riscoperta di antichi valori naturali, storici, sociali, culturali e ambientali, ed un tale sistema esige dell'attuazione di corrette politiche di organizzazione e gestione territoriale. Si tratta dunque di politiche di organizzazione e gestione territoriale. Si tratta dunque di politiche che si sono evolute in alterne fasi evolutive/involutive, in base ad un processo di maturazione del concetto di area protetta, che da elemento di vincolo, viene successivamente reputato uno strumento dinamico capace di integrarsi con la realtà locale. Seguendo una linea evolutiva, si è passati da politiche di museificazione tendenti ad imbalsamare determinate zone

per conservarne il loro valore estetico, storico, artistico o naturalistico, a politiche di pianificazione affidate alle autonomie locali e centrate sui parchi e le riserve, intesi come centri nodali di un nuovo modello di organizzazione territoriale. Sotto un profilo storico, il problema della protezione della natura, nel nostro ordinamento interno ha avuto il suo primo riferimento legislativo nella legge 29 giugno 1939, n. 1497, recante norme di tutela del territorio. L'impianto di questa legge evidenzia come la bellezza naturale fosse considerata esclusivamente fattore estetico e non forma ed aspetto del territorio. A quei tempi, il concetto di ambiente in termini globali era sconosciuto dalla produzione normativa, eppure risalgono agli anni '20 e '30 le leggi istitutive di quelli che oggi vengono chiamati parchi nazionali "storici" per distinguerli dai parchi istituiti successivamente. Le leggi istitutive di ciascun Parco "storico" non rispondevano ad un disegno unitario; tuttavia si possono individuare finalità che, salvo alcune differenziazioni, sono comuni alle quattro leggi istitutive del Parco del Gran Paradiso (R.D.L.3 dicembre 1922, n.1524), dell'Abruzzo (legge 12 luglio 1923, n.1511), del Circeo (legge 25 gennaio 1934,n.285) e dello Stelvio(legge 24 aprile 1935, n. 740). Tali finalità comuni riguardano la conservazione ed il miglioramento della flora e della fauna, nella preservazione delle speciali formazioni geologiche, nonché nella tutela del paesaggio e nello sviluppo del turismo. Un notevole sviluppo quantitativo e qualitativo dei parchi e delle riserve si è avuto a seguito dell'emanazione della " Legge quadro sulle aree protette". Questa normativa introduce il principio di "leale

collaborazione” tra Stato e Regioni ed esalta il ruolo evolutivo delle aree protette in grado di promuovere una tutela mirata non soltanto alla conservazione delle specie floro-faunistiche, dei valori storico-culturali e al potenziamento delle attività tradizionali, ma anche all’integrazione con il sistema territoriale di riferimento. Questa integrazione necessita della collaborazione fra diversi livelli istituzionali e tra gli attori sociali, pubblici e privati presenti nell’ambito dei vari organi di governo territoriale, per creare, soprattutto nella popolazione locale, il consenso, condizione indispensabile per promuovere un’efficace politica nelle aree protette. Ma non sono mancate critiche riguardo la lenta applicazione della legge, che ha fatto accumulare ritardi e inadempienze, e il mancato adeguamento della normativa regionale alla legge quadro. Ulteriori impedimenti sono derivati dall’approvazione di due successivi decreti legislativi : il n.281 del 1997 e il n.112 del 1998. Il primo ha stabilito la soppressione del Comitato nazionale per le aree naturali protette che aveva la funzione di assicurare la “leale collaborazione” tra poteri centrali e regionali e il Comitato è stato sostituito dalla Conferenza Stato-Regioni; il secondo ha abolito il programma triennale per le aree naturali protette inteso come strumento di programmazione territoriale che forniva un quadro aggiornato sul sistema delle aree protette. Tuttavia, nonostante l’esistenza di questi limiti, si è registrato, nel periodo 1993-2002 una tendenza evolutiva nel sistema delle aree protette, soprattutto con riferimento a quelle d’interesse regionale e locale, a differenza, invece, delle riserve statali, marine e terrestri, le

quali dopo una prima fase di crescita si sono mantenute stabili. Questo dato trova conferma nel rapporto OSCE(organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) sulle performance ambientali italiane relative al periodo 1994-2002.

Se a livello nazionale la Legge quadro rappresenta l'asso portante fondamentale nella gestione delle aree protette, a livello comunitario l'asso portante è rappresentato dalla Direttiva Habitat ((92/43/CEE) (F. Novi ,2007) dell'Unione Europea che ha portato all'istituzione della Rete Natura 2000, composta da Siti di importanza comunitaria e zone di protezione speciale. Quindi il contesto globale di riferimento per le politiche in materia di conservazione ambientale, deriva da un apparato programmatico-normativo di livello nazionale e comunitario, questo perché la presenza all'interno delle aree protette di aree di interesse comunitario e internazionale fa ritenere utile l'affermarsi di prospettive di salvaguardia ambientale e sviluppo sostenibile condivise dall'Unione Europea e dal nostro paese. Anche il settore turistico nelle aree protette rappresenta una delle priorità in ambito comunitario, infatti La Carta Europea del Turismo Durevole rientra nelle priorità mondiali ed europee espresse dalle raccomandazioni dell'Agenda 21, adottate durante il Summit della terra a Rio nel 1992 e dal 5 programma comunitario di azioni per lo sviluppo durevole. Questa Carta è l'esito di una prima riflessione, avviata nel 1991 dalla Federazione Europarc e fa parte del programma di azioni “ Parks for life” dell'Unione Mondiale per la Natura (UICN). Essa si conforma ai

principi enunciati dalla Carta mondiale del turismo durevole, elaborata a Lanzarote nel 1995.

L'attuazione di un turismo durevole nelle aree protette, necessita di un sistema di interazioni positive fra l'attività turistica e gli altri settori del territorio come ad esempio il settore agricolo. L'agricoltura oggi ha un ruolo fondamentale nella conservazione dell'ambiente, delle risorse naturali e nel mantenimento della biodiversità. La nuova politica comunitaria, delineata in Agenda 2000, riconosce all'agricoltura una sua intrinseca multifunzionalità e la considera un'attività che svolge anche un ruolo ambientale, culturale e di servizio. In questo quadro le aree protette debbono diventare luoghi di eccellenza dove sperimentare nuove e più avanzate forme di politica agro-ambientale con particolare riguardo alla diminuzione degli input, alla tipizzazione dei prodotti ed alla stessa conservazione del paesaggio. In altre parole occorre esercitare forme di agricoltura a minore impatto ambientale. In Italia la Federazione Italiana dei parchi e delle Riserve Naturali e le varie organizzazioni professionali agricole hanno fatto un accordo di collaborazione per poter integrare le attività agricole con le azioni di conservazione e di valorizzazione dell'ambiente naturale. E' auspicabile che le specifiche misure inerenti le aree protette siano accompagnate da azioni riguardanti attività integrative a partire da quelle agrituristiche. Anche il settore marittimo fa parte di quelle porzioni di territorio che necessitano programmi di sostenibilità, in effetti è stato creato un programma di cooperazione europea marittima transfrontaliera che prevede una

cooperazione marittima Italia- Francia. E' un programma cofinanziato dall'Unione Europea (Fers) per il 75% e l'obiettivo è quello di accrescere la competitività dell'aria dell'alto Mediterraneo in termini di accessibilità, innovazione e valorizzazione delle risorse naturali e culturali.

2.4 Le aree protette in Sicilia

Fig.2.1 Cartina delle riserve in Sicilia⁸⁸



La Sicilia non è solo arte e cultura ma è anche natura e dispone di immensi paesaggi naturalistici alcuni costeggiati da chilometri di spiagge situate in zone poco accessibili e per questo ben protette e conservano ancora la loro selvaggia natura. Le bellezze naturali della regione siciliana sono testimoniate dai parchi e dalle riserve che si trovano sparse nell'isola. In Sicilia tutto è iniziato il 18 maggio 1980 quando duemila ambientalisti manifestarono pacificamente per opporsi alla cementificazione del tratto di costa compreso tra gli

⁸⁸ Fonte: www.siciliainmoto.it

abitanti di Castellamare del Golfo e San Vito Lo Capo: uno dei più importanti ecosistemi dell'isola. Essa non fu una semplice manifestazione di protesta, ma una rivoluzione culturale la cui portata può essere compresa soltanto con la contestualizzazione storica dell'evento. Il 6 gennaio di quell'anno, appena quattro mesi prima la manifestazione, era stato assassinato il presidente della Regione Siciliana Piersanti Mattarella, un politico che aveva avviato iniziative concrete per contrastare la collusione tra mafia e politica. Prima di lui c'era stato altro spargimento di sangue. Questi eventi portarono molti onesti cittadini a considerare il potere della Mafia nel controllo e nella gestione del territorio siciliano e la suddetta manifestazione ebbe la funzione di rivendicare pubblicamente il diritto di difendere il patrimonio naturalistico siciliano, inteso come bene della collettività. La manifestazione ricordata come "La marcia dello Zingaro" ebbe conseguenze inaspettate: diede inizio ad una fase legislativa che dopo appena un anno portò, con il voto favorevole di tutti i gruppi parlamentari dell'Assemblea Regionale Siciliana, all'istituzione della prima area protetta della Sicilia: "La Riserva Naturale dello Zingaro" risalente al 6 maggio 1981 ed estesa circa 1600 ettari. E' uno dei pochi tratti costieri in Sicilia dove non esiste una strada litoranea. Oggi le aree naturali protette della Sicilia comprendono quattro parchi regionali, e uno istituendo, che occupano una superficie di 185.824 ettari, pari al 7,2% del territorio della regione, e 76 riserve naturali regionali, per una superficie complessiva di 85.181 ettari, pari al 3,3 % della superficie regionale; se a parchi e riserve naturali si

aggiungono i 218 Siti di Interesse Comunitario (Sic) e le 29 Zone di Protezione Speciale (Zps), la superficie protetta complessiva è di 502.618 ettari. La tutela delle aree di valenza ambientale finora istituite è di competenza della regione, attraverso l'assessorato Territorio e Ambiente. Tuttora non esistono nell'isola parchi e riserve naturali statali, anche se è stata prevista l'istituzione del Parco Nazionale dei Monti Iblei. Con riferimento a questa iniziativa legislativa, la Corte Costituzionale ha stabilito- con la sentenza n.12 del 2009- che in materia di parchi nazionali la competenza è esclusivamente dello Stato, anche nelle Regioni a statuto speciale. Tutte le province siciliane possono vantare la presenza di risorse naturali, anche se la distribuzione per provincia vede la supremazia di Palermo, che accoglie circa il 35% della superficie totale delle riserve siciliane, seguita da Messina, con il 15%. Agli ultimi posti si collocano Enna(6%) e Agrigento (4%).

Il primo parco ad essere istituito in Sicilia nel 1987 è stato il Parco dell'Etna famoso per il suo vulcano attivo più alto d'Europa. Oltre ad essere il vulcano attivo più alto d'Europa, l'Etna è una montagna viva dove si possono trovare colate laviche recenti, prive di forme di vita, e colate antichissime su cui sono presenti elementi naturali di Pino laricio, Betulla e faggio.



Fig.2.2 Parco dell'Etna

Il secondo Parco Naturale Regionale istituito in Sicilia nel 1981 è il Parco delle Madonie dove si trovano le più antiche rocce di Sicilia, formatesi (della catena sono, Pizzo Carbonara (1979m.), monte icieie Monte Ouacella (1869m.), Monte dei Cervi (1656m.). Pur facendo parte dello stesso complesso montano hanno ognuna un aspetto diverso. Aguzze o tondeggianti.



Fig.2.3: Parco delle madonie

Il terzo parco regionale siciliano è il Parco dei Nebrodi istituito il 4 agosto 1993, con i suoi 86.000 ettari di superficie è la più grande area naturale protetta della Sicilia. I monti Nebrodi, con le Madonie ad ovest e i Peloritani ad est, formano l'appennino siculo. Gli elementi essenziali che più caratterizzano il paesaggio naturale dei Nebrodi sono la dissimmetria dei diversi versanti, la diversità di modellazione dei rilievi, la ricca vegetazione e gli ambienti umidi.



Fig.2.4: Parco dei Nebrodi

Il parco naturale siciliano istituito più recentemente è il Parco Fluviale dell'Alcantara, istituito nel 2001 al posto della preesistente riserva e comprende quella parte di territorio delle province di Messina e Catania che forma il bacino fluviale del fiume Alcantara, ed è situato nel versante nord dell'Etna, allo scopo di proteggere e promuovere il

sistema naturale esistente. Eventi geometrici e geologici di grande intensità, hanno formato la struttura degli attuali basalti.



Fig.2.5: Parco Fluviale dell'Alcantara

Nel 2010 è stato istituito il Parco naturale regionale dei Monti Sicani che comprende il massiccio montuoso dei Monti Sicani, situato nella zona centro-occidentale della Sicilia. Il parco raggruppa quattro riserve naturali preesistenti: la Riserva naturale orientata Monti di Palazzo Adriano e Valle del Sosio, la Riserva naturale orientata Monte Carcaci, la Riserva naturale orientata Monte Genuardo e Santa Maria del Bosco e la Riserva naturale orientata Monte Cammarata, ma il 9 aprile 2011 il Consiglio di giustizia amministrativa ne ha sospeso l'istituzione.



Fig. 2.6: Parco dei Sicani

Tra le 76 riserve naturali regionali, ne citiamo alcune:

- *La Riserva naturale Lago di Pergusa*, in provincia di Enna, importante per i flussi migratori di tantissime specie di uccelli;
- *La Riserva naturale Oasi faunistica di Vendicari*, situata nel territorio tra Noto e Marzamemi in provincia di Siracusa, importante per la presenza di pantani che diventano luogo di sosta durante il periodo della migrazione degli uccelli e per la presenza di biotipi differenti;
- *La Riserva naturale Oasi del Simeto*, situata alla foce del fiume Simeto nella piana di Catania, la cui costa affaccia sul Mar Ionio;
- *La Riserva naturale Macalube di Aragona* situata tra Aragona e Agrigento e comprendente un territorio la cui peculiarità è la presenza di fenomeni eruttivi. Nonostante il diffuso e accresciuto

interesse manifestato dalla Regione nei confronti dell'ambiente, in Sicilia non esiste ancora un vero Sistema di aree protette capace di interconnettere le attività dei vari Enti gestori, stimolare una crescita integrata di tutto il territorio interessato, di promuovere lo sviluppo delle economie locali. È per superare tale carenza che la Sicilia si propone di realizzare “ aree cuscinetto” e “corridoi ecologici”, che mettano in relazione funzionale le varie aree protette, in modo da creare un sistema basato sul “ bioregionalismo” (C.Saragosa,2005), cioè in modo da creare delle “Bioregioni” con diverso grado di protezione. Numerosi autori hanno contribuito ad affermare il bioregionalismo, tra questi Peter Berg, per il quale l'idea di bioregionalismo iniziò a formarsi nel 1972 durante lo svolgimento della Conferenza Onu sull'ambiente a Stoccolma. Da allora si diffuse la necessità di approfondire la sfera ecologica nei comportamenti individuali, sociali e istituzionali. In questo periodo nacque il concetto di “ Bioregione” quale riferimento per la collocazione dell'individuo nella biosfera, ovvero l'insieme di zone della terra in cui le condizioni ambientali permettono lo sviluppo della vita. Secondo Beniamino Caravita di Toritto “ *la tutela dell'ambiente va intesa come la tutela dell'equilibrio biologico della biosfera o degli ecosistemi considerati*” (D.A. Limone, M.Mancarella , G. Preite,2008).

Nella strategia messa a punto dalla Regione Siciliana per il periodo 2000-2006 venne confermato il ruolo prioritario affidato alle risorse naturali nel perseguimento degli obiettivi di sviluppo globale dell'Isola.

In particolare, analizzando il POR Sicilia, si nota il forte peso dato all'Asse Risorse naturali, che convogliava oltre il 25% del totale delle risorse finanziarie previste per l'attuazione dell'intero Programma Operativo e si prefiggeva di *“ creare nuove opportunità di crescita e di sviluppo sostenibile: assicurare l'uso efficiente e razionale e la fruibilità di risorse naturali, riservando particolare attenzione alla tutela delle coste; adeguare e razionalizzare reti di servizio per acqua e rifiuti; garantire il presidio del territorio, a partire da quello montano, anche attraverso le attività agricole; preservare le possibilità di sviluppo nel lungo periodo e accrescere la qualità della vita”*.

L'universo degli enti gestori delle riserve siciliane è composto da nove soggetti differenti, quali le Province Regionali, l'Azienda Forestale Demaniali della Regione Siciliana, Legambiente, Lipu, Club Alpino Italiano, WWF, Rangers, Ente Fauna Siciliana, Università di Catania. Trentatré riserve, che peraltro inglobano l'80 % della superficie complessiva, sono gestite dall'Azienda Foreste Demaniali e altre 15 dalle Province.

È evidente, quindi quanto sia modesta la partecipazione delle associazioni ambientaliste alla gestione delle riserve siciliane, anche se si segnala una crescente disponibilità da parte della Regione ad affidare le aree protette a tali soggetti. Il Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare ha stilato un elenco ufficiale delle aree naturali protette (EUAP). Questo elenco viene aggiornato periodicamente e attualmente è in vigore il 6° Aggiornamento

approvato il 27 aprile 2010 e pubblicato nel Supplemento ordinario n. 115 alla Gazzetta Ufficiale n.125 del 31 maggio 2010. È importante ricordare che, in Sicilia numerose riserve hanno avuto e hanno tuttora differenti possibilità di sviluppo, fruibilità turistica e integrazione con l'ambiente esterno.

2.5 Legislazione siciliana in materia di aree protette

La Sicilia, anche se con qualche anno di ritardo rispetto alle regioni ordinarie, è intervenuta nel settore dei parchi e delle riserve naturali mediante una normativa innovativa che è stata approvata con un anticipo di dieci anni rispetto alla legge quadro sulle aree protette promulgata dal Parlamento nazionale nel 1991. In particolare le politiche ambientali in Sicilia iniziano ad affermarsi con la legge regionale n. 98/- del 06 maggio 1981- “ *Norme per l'istituzione nella Regione siciliana di parchi e riserve naturali*”. All'interno degli articoli venne definito il “ Piano delle Riserve e dei parchi” e fu prevista l'istituzione di 19 riserve e la nascita di 3 parchi naturali: l'Etna, i Nebrodi e le Madonie, segnando così l'inizio della via siciliana ai parchi. Con tale legge quadro, la regione Sicilia, decise di avviare un'azione organica di tutela del territorio che si completa nel 2001 con la nascita del Parco dell'Alcantara. In realtà questa legge costituisce una normativa speciale con la quale si è voluto porre rimedio al problema della lentezza, o meglio, dei ritardi che

presentava la pianificazione generale; questo perché in attesa della pianificazione, alcune aree potevano essere deturpate da una serie di interventi, pubblici o privati, che potevano modificare il territorio. Il periodo seguente l'entrata in vigore della legge n.98 è caratterizzato da una fase di stasi dovuta a una serie di difficoltà riguardo la lentezza burocratica degli iter procedurali, i ritardi nella definizione delle autorità delegate alla gestione, l'incapacità di destinare alla gestione delle aree protette personale qualificato, l'esistenza di varie forze di resistenza locali. Tuttavia, fra il 1984 e il 1985 si aggiunsero alla Riserva dello Zingaro, l'unica ad essere istituita con la legge n.98/81, altre 18 riserve naturali, che consentirono di raggiungere un totale complessivo di 24.507 ettari di territorio protetto pari all'1% dell'intera superficie regionale. Sette anni dopo l'emanazione della prima normativa in materia di protezione ambientale, viene approvata all'Assemblea regionale la L.R.14/88 recante “modifiche ed integrazioni alla L.R. del 6 maggio 1981”. Le principali modifiche attengono principalmente alla composizione del Consiglio Regionale, alla tipologia delle aree protette, alla costituzione degli Enti Parco, alla riorganizzazione degli articoli riguardanti i parchi e le riserve naturali e a molti altri aspetti. Gli effetti positivi sortiti dal susseguirsi di queste due leggi regionali riguardanti la protezione del patrimonio naturale attraverso l'istituzione di parchi e di riserve, si evincono dall'incremento della superficie territoriale protetta che dall'1% del 1985 raggiunse, nel 1989, il 5% della superficie regionale. Nel 1991 l'emanazione del Decreto Assessoriale n.970 di approvazione del

Piano Regionale dei parchi e delle riserve naturali, elaborato dal Consiglio regionale, ha segnato una svolta decisiva nei confronti della tutela ambientale. Si tratta del primo documento ufficiale di pianificazione territoriale delle aree protette, mediante il quale si cerca di inserirle efficacemente nel contesto di governante del territorio; in particolare esso include 79 riserve, individuate nell'ambito di ogni singola provincia regionale e ricadente nei comuni specificati. Questo documento, unitamente alla legge quadro n. 349, approvata nel medesimo anno, costituiscono due fattori determinanti che generano un effetto moltiplicatore nel settore delle aree protette. Infatti, negli anni compresi tra il 1993 e il 2000 venne istituita la quasi totalità delle riserve previste dal Piano regionale e si raggiunge, così, il 10% di superficie territoriale protetta, seppur con notevoli differenze tra le province regionali siciliane in termini di territorio tutelato. Ma il 10% non costituisce però il traguardo definitivo poiché è attualmente in fase di revisione, da parte del C.R.P.P.N(Consiglio Regionale per la Protezione del Patrimonio Naturale), il Piano regionale dei parchi e delle riserve, che mira da un lato, ad uno sviluppo quantitativo delle aree protette siciliane e dall'altro lato ad una migliore gestione delle organizzazioni stesse finalizzate ad un'intensa opera di valorizzazione e di fruizione ecocompatibile delle stesse. Nel corso degli anni si sono tenuti diversi convegni che hanno via via presentato progetti volti alla salvaguardia del territorio siciliano; di notevole importanza è stato il convegno tenutosi nel gennaio del 2005 a Sant'Agata Militello con la presentazione della versione definitiva del PIR, Progetto Integrato

Regionale “ Rete ecologica Siciliana” (www.siciliaparchi.com). Il progetto costituisce uno strumento di intervento per l’attuazione di una politica di conservazione della natura e della biodiversità e per la promozione di uno sviluppo sostenibile nei contesti territoriali ad elevata naturalità, cercando così di promuovere le economie del territorio, soprattutto quelle dei centri minori a rischi di scomparsa, secondo le linee programmatiche contenute nella delibera della Giunta Regionale 21 maggio 2011. Per la realizzazione di questo progetto sono state proposte delle specifiche “ tipologie d’intervento” tra cui:

- Recupero del patrimonio tradizionale sociale fisso finalizzato alla pubblica fruizione delle aree;
- Recupero dei percorsi e della sentieristica minore dismessa legati all’esercizio dell’attività tradizionale;
- Salvaguardia e creazione di corridoi ecologici;
- Realizzazione e completamento della rete sentieristica regionale;
- Tutela della biodiversità;
- Realizzazione di centri di visita, eco-musei, laboratori didattici e formativi, punti di informazione;
- Recupero ambientale dei centri storici interessati da iniziative di ospitalità diffusa o di valorizzazione delle botteghe artigiane;
- Ricettività ecosostenibile e ristorazione tipica;
- Recupero paesaggistico ed ambientale dei fiumi e delle zone umide etc. non è un caso che la programmazione FERS 2007-2013

individua come Obiettivo specifico quello di “rafforzare la rete ecologica siciliana, favorendo la messa a sistema e la promozione delle aree ad alta naturalità e conservando la biodiversità in un’ottica di sviluppo economico e sociale sostenibile e duraturo, mediante due obiettivi operativi: rafforzare la valenza e l’identità naturalistica dei territori (obiettivo operativo 3.2.1) ed incentivare lo sviluppo imprenditoriale che opera nel settore della valorizzazione dei beni ambientali e naturalistici e della correlata promozione del turismo diffuso coerentemente con i modelli ed i piani di gestione e conservazione dei siti Rete Natura 2000 parchi e riserve (Obiettivo operativo 3.2.2)”.

Un altro importante evento risale al 25 febbraio 2005, si tratta di un incontro organizzato dall’Ente Parco dei Nebrodi e dal FORMEZ sull’esperienza del PIT 33 Nebrodi. I risultati del PIT 33 Nebrodi , di cui l’Ente Parco dei Nebrodi è il soggetto coordinatore, sono un “modello “ efficace di come sia possibile coniugare l’integrazione in senso istituzionale, sociale e settoriale, avendo come principio guida la valorizzazione degli ambienti locali in tutte le sue componenti. Il PIT Nebrodi, infatti ha assunto il paradigma della sostenibilità, essendosi organizzato secondo le regole dell’Agenda 21 locale. In questo senso il PIT è stato definito come modello olistico che genera un sistema circolare di relazioni tra le risorse del patrimonio naturale e le risorse umane e organizzative dell’area. Va inoltre ricordato che in Sicilia il primo progetto di area vasta è stato il Piano Territoriale Parco

delle Madonie. I comuni interessati e l'Ente Parco hanno unificato i loro sforzi per il rilancio di tutta l'area territoriale e questa collaborazione ha dato impulso ad altre azioni più strategiche per superare gli elementi di incoerenza e spontaneismo insiti nel modello di programmazione e con il conseguente processo mirato allo sviluppo. Alla gestione dei Fondi strutturali e alla programmazione europea è stato presentato il Progetto Pit-Reti-Madonie, il più ambizioso strumento di pianificazione strategica attuato nel territorio per l'attuazione di un sistema turistico integrato, diffuso e sostenibile. Dunque le recenti normative regionali, nazionali ed europee mirano sempre più a coniugare la conservazione della natura con lo sviluppo economico sostenibile. Il percorso passa attraverso progettazioni integrate che tengono conto delle caratteristiche, delle esigenze e delle aspettative locali.

2.6 Pericolo riserve naturali in Sicilia

Nonostante i buoni propositi riguardo la promozione di progetti eco-sostenibili e sulla salvaguardia delle aree naturali protette, la realtà mostra che l'Italia è lontana dai parametri di sostenibilità. La distruzione delle foreste rappresenta un allarme da non sottovalutare. L'anno 2011 è stato definito dall'ONU l'anno delle foreste. È importante che i governi e le imprese si uniscano in un'azione comune per fermare la distruzione di porzioni di territorio che purtroppo spesso appartengono a zone protette. Così per far fronte a tale allarme il WWF ha lanciato in Italia la nuova piattaforma web "Imprese per le

Foreste” per una gestione forestale sostenibile. Nel nuovo rapporto lanciato dal WWF si analizzano le cause della deforestazione e si identificano le opportunità per passare dal mercato attuale ad un nuovo modello di sostenibilità, di cui possono beneficiare i governi, le imprese e le comunità. In base ad un’analisi globale, se non si interviene subito oltre 230 milioni di ettari di foreste scompariranno entro il 2050. Il problema si avverte anche a livello europeo, infatti fino a settembre 2010, la rete dei siti di Natura 2000 dell’UE ha perso 56.164 ettari, che equivale al 33,5% di tutto il territorio andato in fiamme. La maggior parte delle aree interessate sono terreni agricoli (42%), poi foreste ed altri territori boscati per il 22%. La perdita di foreste comporta gravi conseguenze come la perdita di estensione degli habitat con la conseguente perdita della variabilità genetica e tale problema riguarda anche la Regione Siciliana.

Aldilà dei problemi riguardanti la sfera forestale, diversi articoli di giornale pubblicati nell’anno 2012 hanno diffuso notizie riguardanti il pericolo delle riserve naturali siciliane a causa di una riduzione dei fondi del 70%. Il 2010 è stato l’anno della Biodiversità eppure in Sicilia viene ricordato per l’abolizione di fatto delle aree naturali protette; in effetti, nel bilancio regionale 2010 sono stati tagliati drasticamente i fondi destinati ai Parchi ed alle Riserve naturali della Sicilia ed ulteriori tagli anche più consistenti sono stati previsti dalla legge finanziaria 2011, causando così la riduzione di oltre il 70% delle risorse per la conservazione della natura e per la gestione delle aree

naturali protette. Le conseguenze rischiano di essere molto gravi perché in questo modo viene ostacolata la conservazione di specie e habitat, spesso protetti sia a livello nazionale che europeo, diminuisce la valorizzazione e la promozione dei territori in cui ricadono i parchi e le riserve per non parlare della perdita della sensibilizzazione e della crescita culturale delle comunità locali. Un altro ostacolo viene posto allo sviluppo economico sostenibile. In altre parole il taglio dei fondi per la gestione ordinaria delle aree naturali protette e la mancata attivazione delle risorse comunitarie, rischiano di destinare interi territori all'abbandono, al degrado e alla speculazione edilizia. Soprattutto in riferimento alla mancata attivazione delle risorse comunitarie va precisato che nei cassetti della Regione giacciono totalmente inutilizzati oltre 140 milioni di euro per le aree naturali protette provenienti dai fondi strutturali 2007/2013, ma nessuno negli uffici competenti lavora a “ progetti specifici”. In un articolo apparso su *La Repubblica* il 13 dicembre 2010 , Anna Giordano, una responsabile del *WWF Goldman Environmental Prize* (il nobel dell'ambiente) nel 1998, afferma che “ quasi sempre, dietro la nascita di una riserva c'è una storia di contrasto con la criminalità. Dalle Saline di Trapani, preda dei bracconieri e speculazioni varie, a Capo Roma, dove il riconoscimento regionale ha bloccato lottizzazioni e discariche. Un passo indietro della Regione significherebbe far tornare in pista mafia e abusi”. A rischiare sono soprattutto le ventisei riserve gestite per la Regione da sigle storiche come Legambiente, WWF, Italia nostra, Lipu, Cai, Gruppo ricerca ecologica etc. Tutte queste

associazioni si sono già viste ridurre il contributo regionale dell'80%. Questi tagli hanno anche danneggiato a livello economico molti dipendenti. Non sono mancati scioperi e proteste da parte del personale delle riserve Siciliane, sostenuto dal sindacato Cgil-Filcams per la grave situazione. Su "Buongiorno Ustica" del 30 novembre 2010 Angelo Dimarca, responsabile regionale del Dipartimento conservazione natura di Legambiente ha affermato: " le associazioni ambientaliste e l'Università di Catania in qualità di enti gestori delle riserve naturali sono indebitate complessivamente per oltre un milione di euro e 90 dipendenti sono a rischio licenziamento".

CAPITOLO III

I PARCHI LETTERARI IN SICILIA

3.1 I Parchi letterari

La letteratura è sempre stata testimone di usi e costumi e della conoscenza di un popolo specifico, grazie ai geni che la creano con il loro attento lavoro, non solo di fantasia ma anche di ricostruzione culturale. Un sistema per conservare, rivalutare e recuperare il patrimonio letterario è la creazione di Parchi letterari, un nuovo modo di intendere la letteratura immersa nel luogo che l'ha determinata ed in cui essa è stata creata. I parchi letterari sono un ideale luogo della memoria di alcuni geni letterari. Essi partono spesso da spunti semplici, come un racconto per aiutare ad apprezzare meglio le produzioni letterarie e permettono di conservare gli aspetti più genuini del territorio di provenienza e di nascita delle opere d'arte letteraria. L'obiettivo è quello di creare una via alternativa al turismo culturale, coinvolgendo gli enti e le popolazioni locali, rivalutando il patrimonio paesaggistico del sud Italia insieme a centri storici minori e promuovendo una serie di itinerari turistico culturali che abbracciano i luoghi dell'ispirazione letteraria, assieme ad altri luoghi come i parchi archeologici, i siti rupestri e le zone balneari. Il prodotto turistico principale dei Parchi Letterari è rappresentato dai cosiddetti "Viaggi Sentimentali", che consistono in percorsi uniti a spettacoli e rappresentazioni, volti alla scoperta dei luoghi dell'ispirazione

attraverso una dimensione emozionale che coinvolge i cinque sensi. L'idea dei parchi letterari, nata alla fine degli anni Ottanta per impulso della Fondazione Ippolito Nievo⁸⁹, si è sviluppata ed ampliata a seguito della Sovvenzione Globale della Commissione Europea, attraverso l'azione di Sviluppo Italia, della stessa Fondazione Nievo e del Touring Club Italiano. Il progetto, prevede l'ideazione di Parchi Letterari nelle regioni italiane nei luoghi che hanno ispirato grandi autori della letteratura italiana, nonché le località dove essi sono nati e vissuti; e dove ancora oggi si possono raccogliere le loro memorie, infatti i Parchi Letterari, non sono altro che percorsi attraverso i luoghi di vita e di ispirazione dei grandi scrittori italiani. L'idea di fondo si è sviluppata e ampliata nel mezzogiorno di Italia nel 1995, a seguito di una "Sovvenzione Globale" della Commissione Europea che ha finanziato un progetto pilota italiano denominato "I Parchi Letterari" promosso dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri Italiana nel 1997. I parchi nati nel mezzogiorno d'Italia, con il finanziamento della Sovvenzione globale si distinguono da quelli attuate dalla Fondazione Nievo, perché sono ideati come strutture che per la creazione delle imprese con l'istituzione dei parchi letterari, l'intero territorio diviene un museo, un'opera d'arte da visitare, da apprezzare, con tutte le sue bellezze e le sue caratteristiche da quelle paesaggistiche a quelle culturali che unite all'arte, alla storia, al

⁸⁹ La Fondazione Nievo, nata per volere dei pronipoti dello scrittore Ippolito Nievo riconosciuta con Decreto del Ministero dei Beni Culturali e Ambientali del 12.10.94, persegue la finalità di mantenere e divulgare il patrimonio storico ed artistico, si prefigge anche di diffondere la conoscenza dei maggiori autori italiani e la conservazione dei luoghi della loro ispirazione, attraverso l'attuazione dei I Parchi Letterari.

folclore, all'enogastronomia e alle tradizioni popolari, contraddistinguono un luogo dall'altro, pronto per essere visitato e ammirato come un vero e proprio museo all'aperto. Un parco letterario nasce tramite una Convenzione tra la Fondazione Nievo e un Ente Pubblico; all'interno della Convenzione, le parti stabiliscono di assegnare la gestione organizzativa ad un ente giuridico privato (Associazioni, Cooperativa, Società profit etc.) al quale, tramite contratto, viene concesso l'uso commerciale dei diversi marchi. Oltre a incentivare il turismo culturale, con visite guidate, eventi culturali, premi, mostre ed altro, i parchi offrono spazio ad attività imprenditoriali, come ad esempio i vecchi mestieri che stanno scomparendo⁹⁰.

3.2 I PARCHI LETTERARI IN SICILIA

La Sicilia è la patria di importanti scrittori che hanno saputo conquistarsi la fama mondiale. Nell'esigenza di rivalutare e preservare tutto ciò che di bello è stato prodotto dal genio umano, anche in Sicilia sono nati dei Parchi Letterari, celebrativi del lavoro di tali uomini illustri e di tutto ciò che lo ha ispirato come l'arte, il paesaggio, la storia, le tradizioni ed i sapori. I parchi letterari nell'isola tracciano un itinerario storico-culturale segnato dalla vita e dalle opere

⁹⁰ P. Persi-E. Dai Prà. L'aiuola che ci fa..pagg14-15

di quei scrittori, che del territorio hanno fatto motivo delle loro narrazioni e della loro letteratura. Attuare un viaggio ideale tra i parchi letterari siciliani vuol dire apprezzare autori celebri, nonché gli oggetti ed i prodotti tipici della Sicilia cari agli autori, conoscere meglio gli avvenimenti storici e le tematiche che hanno ispirato tali geni di indiscutibile fama⁹¹. L'iniziativa dei Parchi Letterari costituisce una notevole opportunità per aree, come la Sicilia, caratterizzate da un connubio tra patrimonio naturale ed eredità storico-culturale, ma soffocato da asfissianti problemi strutturali e occupazionali. Infatti, la presenza nell'isola di importanti scrittori e il ruolo svolto dai loro sedimenti letterari diventano una preziosa occasione di sviluppo e un mezzo di territorializzazione del patrimonio culturale, che apre prospettive concrete di rivitalizzazione in senso turistico anche per aree emarginate.

In Sicilia i Parchi Letterari, istituiti dalla Fondazione Ippolito Nievo sono attualmente:

Parco letterario “Elio Vittorini”, conversazioni in Sicilia-Siracusa

Parco Letterario “Giovanni Verga”, Aci Trezza(CT)

Parco Letterario “Nino Savarese”, Enna. Parco ancora non attivo

I parchi della Sovvenzione Globale sono:

⁹¹ www.parchiletterari.it

Parco Letterario “ Horcynus Orca” , Messina e Reggio Calabria

Parco Letterario “ Salvatore Quasimodo- la Terra Impareggiabile” ,
(Modica-Messina).

Parco Letterario “ Giuseppe Tomasi di Lampedusa” , Palermo

Parco Letterario “ Luigi Pirandello nel Cerchio del Caos “ , Agrigento

Parco Letterario “ Leonardo Sciascia –Regalpetra” , Racalmuto

3.3 PARCO LETTERARIO LA TERRA IMPAREGGIABILE: SALVATORE QUASIMODO

Salvatore Quasimodo nacque a Modica in provincia di Ragusa, il 20 agosto del 1901. Figlio di un ferroviere e dunque conoscitore sin da bambino della vita raminga da esule, propria di chi deve spostarsi per seguire i trasferimenti lavorativi del padre. Quasimodo va ricordato per aver ricevuto il premio Nobel per la letteratura nel 1959, per la sua attività di poeta che lo portò a creare veri capolavori come “ Ed è subito sera”, “ la terra impareggiabile” e “giorno dopo giorno” e per la sua ingente attività di traduttore di alcuni classici come le opere di omero, Catullo, Shakespeare e Neruda. L'autore visse i primi anni della sua vita a Modica, ma altre città isolane sono a lui care, a partire da Roccalumera in provincia di Messina, città natale della sua famiglia costretta a spostarsi grazie al lavoro del padre, e conobbe

anche altre città italiane come Roma e Reggio Calabria grazie al suo lavoro di impiegato del Genio Civile. Il rapporto tra Quasimodo e la sua terra è amorevole: la sua terra natale gli ha dedicato un parco letterario a testimonianza del proprio affetto, ed il poeta ricambia con dei sentimenti nostalgici riscontrabili soprattutto all'inizio della sua carriera, con degli splendidi versi dedicati ad alcuni luoghi isolani.⁹² L'iniziativa parco Letterario Quasimodo nasce dall'esperienza della Associazione Internazionale Impegno Civile con sede a Messina, che si fa promotrice di un progetto che la vede capofila, ed a cui partecipano la Provincia Regionale di Messina ed altri soggetti privati . il parco, dedicato al grande poeta vincitore del premio nobel, salvatore Quasimodo, rappresenta un viaggio alla scoperta degli itinerari che, partendo da località note e meno note legate alla vita dell'autore, arrivano a poi ad altri luoghi siciliani che lo hanno ispirato: Tintari, Anapo(area di particolare interesse naturalistico),Siracusa(fiume Ciano e Ortigia).

Ciò al fine di creare un circuito quasimodiano che consenta di innescare un'ulteriore nicchia di attrazione turistica nell'ambito del mercato turistico italiano. Il parco può contare su due strutture stabili a Roccalumera e a Modica. Alle attività partite a giugno 2000 con l'inaugurazione del Parco nei due poli, alla quale sono seguite le prime rappresentazioni dei “ viaggi sentimentali”⁹³,con una teatralizzazione permanente nei luoghi di Quasimodo, e visite guidate

⁹² Magri M. Vittorini V.,fare letteratura, vol. terzo La nascita del parco.

⁹³ Mosaico di Sicilia(a cura di Nunzio Famoso) cap. sui parchi letterari

da parte di attori del luogo durante tutta la fine settimana della stagione turistica. Il Parco muove dalla forza suggestiva ed evocativa dell'espressione poetica dei letterati o degli artisti in genere. L'obiettivo è quello di leggere i territori in profondità attraverso gli occhi del poeta. L'escursione diventa una performance, durante la quale il cicerone deve raccontare gli accadimenti, con la forza evocativa dell'attore, esaltando profumi, panorami e far vivere sensazioni. Si è poi proposto un recital su Quasimodo, ovvero una rappresentazione di lettura ed ascolto di poesia, curata dal figlio dell'autore, Alessandro Quasimodo, replicata più volte.

IL POLO DI MODICA

A Modica, luogo natale di Quasimodo, si è ampliata e riqualificata la casa di Quasimodo, già precedentemente gestita dal soggetto Beneficiario la Cooperativa Etnos, si è poi allestita un'affascinante quasimodoteca denominata la "stanza della poesia". Nella quasimodoteca è possibile reperire attraverso sistemi multimediali tutte le opere di e su Quasimodo. Nella città di Modica, i quartieri del centro storico sono stati valorizzati con l'inserimento di otto pannelli in ceramica portanti altrettante poesie di Quasimodo, per dare ai visitatori la possibilità di seguire degli itinerari cittadini quasimodiani. Il calendario di drammatizzazione dell'opera di Quasimodo prevede quattro viaggi sentimentali che si snodano tra i vicoli della antica capitale della contea di Modica, tra emozionanti scorci di barocco siciliano. Nell'Ottocentesco Teatro Garibaldi si tengono concerti e

recitals. I visitatori possono degustare alcune specialità gastronomiche locali, fra cui la cioccolata di Modica, tradizionalmente prodotta secondo l'antica ricetta azteca introdotta dagli Spagnoli. Fra le opere di Quasimodo sulla città di Modica fanno riferimento brani di prosa, il più noto "saluto a Modica" e poesie da cui si può dedurre l'ispirazione dovuta al tipo di vegetazione del luogo: coltivazione del carrubo e dell'olivo, quali "la lunga notte", "vicolo", "lamento per il sud".

IL POLO DI ROCCALUMERA

A Roccalumera, paese d'origine della famiglia di Quasimodo, è stata restaurata la Torre Saracena, antica costruzione utilizzata nel medioevo per la difesa delle coste dagli assalti dei Saraceni, la Torre che ispirò la poesia di Quasimodo "vicino a una torre Saracena" scritta in memoria del fratello morto, costituisce l'elemento principale del Parco nel paese Ionico. All'interno della torre è stata allestita un'esposizione permanente delle opere dell'artista. È stata restaurata anche la vecchia stazione ferroviaria, dove il padre dello scrittore era capostazione e dove all'interno si trova un museo fotografico a lui dedicato. Roccalumera è luogo di un viaggio sentimentale, presentato da cantastorie, che, partendo dalla Torre saracena, si snoda per l'antico quartiere dei pescatori detto "u Bagghiu" (che in dialetto locale significa zona abitata dai pescatori), attraversando l'antica via Consolare Valeria costruita dai romani. I viaggi sentimentali presentati nelle diverse versioni permettono di scoprire i luoghi

dell'infanzia di Quasimodo nella suggestione ancora viva della realtà folcloristica, gastronomica e tradizionale del luogo fra cui la pesca ancora oggi effettuata con imbarcazioni e metodologie tradizionali. Assieme agli itinerari cittadini di Modica e Roccalumera e possibile fare degli itinerari per i comuni del messinese (Messina, Taormina, Tindari, Isole Eolie) e dal Val di Noto(Modica, Siracusa, Anapo). Questa è la Sicilia di Salvatore Quasimodo, è la Terra di sogni, ricca di storia, di miti e leggende, di volti di popoli, è musica, canti, terra di odori e gusti, di sentimenti e passioni, Terra da scoprire: la Terra Impareggiabile di Salvatore Quasimodo. Si è però rilevato che non c'è un' attività di collaborazione tra i due poli del parco che potrebbe garantire un migliore funzionamento del progetto.⁹⁴

Dati identificativi del parco:

Nome del parco letterario: Salvatore Quasimodo” la terra impareggiabile”

Autore di riferimento: Salvatore Quasimodo

Regione/territorio: Sicilia

Provincia di Messina: Comuni di Messina e Roccalumera

Provincia di Ragusa : Modica

Beneficiario: Cooperativa A.R.I ETNOS- Modica

Soggetto gestore: Consorzio Salvatore Quasimodo

⁹⁴ Mosaico di Sicilia(a cura di Nunzio Famoso) cap. i parchi letterari

3.4 IL PARCO LETTERARIO DEDICATO A STEFANO D'ARRIGO HORCYNUS ORCA

Collocato fra le provincie di Messina e Reggio Calabria il parco può essere meritatamente considerato un interessante centro multimediale , dove si può assistere a delle simulazioni e dove si possono ammirare fotografie e immagini riprodotte da telecamere. Al suo interno sono presenti anche una biblioteca dedicata al mare , laboratorio di scrittura e lettura, una mostra archeologica e dei laboratori di scienze e di ecologia marina.

L'AUTORE E IL ROMANZO

Dedicato allo scrittore Stefano D'Arrigo, nato ad Ali Terme nel 1919 e morto a Roma nel 1992. Il parco è concepito come un'immensa struttura tematica e trae ispirazione da "Horcynus Orca", opera di grandioso potere mitico e simbolico che, iniziata nel 1950 e pubblicata nel 1975, diede grande fama all'autore. Il romanzo si inserisce nel quadro letterario ed artistico di interpretazioni di miti e mostri, che l'inimmaginario collettivo ha da sempre collocato nell'area dello stretto di Messina. Racconta il viaggio fantastico compiuto dal marinaio-protagonista, ?Ndria Cambria, giovane marinaio reduce dalla seconda guerra mondiale, costituisce il percorso del potenziale visitatore del

Parco lungo il tratto costiero calabrese che, da Vibo Valentia a Chianalea, raggiunge lo stretto di Messina (con Scilla e Caridda). La prima parte del racconto ha una struttura lineare fino all'apparire dell'orca, poi la linearità si frantuma in una trama complessa fatta di incontri intrecciati con sogni, visioni e ricordi, al viaggio in superficie corrisponde un viaggio nell'oscurità degli abissi.⁹⁵

Il romanzo racchiude, in una azione di pochi giorni ed in uno spazio compreso tra la Sicilia e la Calabria, un insieme di materia di potenziale mitico simbolico e realistico allo stesso tempo. Il giovane marinaio arrivato nella sua terra trova un mondo devastato dalla guerra, l'apparizione dell'orca che rappresenta la morte, segna un'affascinante cambiamento di ritmo narrativo. Il viaggio di ritorno di "Ndria Cambria si rivela, a poco a poco, verso la morte, in un mondo alternato, dove si fonde il presentimento della morte e il sentimento della vita. Il romanzo si sviluppa, attraverso quarantanove episodi e un gran numero di personaggi e figure, sogni e visioni. È una narrazione dai tempi lunghi dove si intrecciano il mondo reale e il mondo fantastico. I luoghi della memoria letteraria si collocano lungo il percorso compiuto dal protagonista del romanzo e comprendono l'intero stretto di Messina, lungo la linea immaginaria che collega la Sicilia e la Calabria e che D'Arrigo chiama la linea del " duemari" perché vi si incontrano il Tirreno e lo Ionio. Grazie alle azioni del Parco si è effettuata la riqualificazione di alcune infrastrutture esistenti, allo scopo di adibirle ad attività di animazione permanenti

⁹⁵ Magri M. Vittorini V., fare letteratura, vol. terzo

con ingresso a pagamento; tali strutture sono l'ex Tiro a Volo che è la sede polifunzionale del parco, l'antica Torre degli inglesi a Capo Peloro (Messina) la quale è stata trasformata in un centro-studio sullo stretto, allestito in sinergia con l'Università di Messina, destinato a ospitare i laboratori multimediali per la conoscenza delle scienze della terra, della fisica e dell'ecologia marina, il museo archeologico, la biblioteca del mare e la sala immersione. A Scilla (Reggio Calabria) è stata ristrutturata la vecchia stazione ferroviaria e un capannone in località Paci dove è allestito un attrezzato centro multimediale, uno culturale, una sezione polifunzionale e uno spazio per la degustazione culinaria.⁹⁶ Gli itinerari interni del Parco sono caratterizzati da diverse proposte consistenti in narrazioni, proiezioni, immagini e suoni. All'interno della struttura è presente anche una biblioteca nella quale si possono consultare dei testi con spazio lettura, ed un'altra, per ragazzi, con postazioni informatiche.

Il parco aspira a divenire la "porta" siciliana del sistema culturale e ambientale che vede coinvolte le due sponde affacciate sullo, Capo Peloro sul versante siciliano e Punta Pezzo su quello calabrese. Gli itinerari esterni del parco, che si svolgono nell'area compresa tra le due sponde dello stretto, hanno l'obiettivo di promuovere la crescita economica fondata sul patrimonio naturalistico e culturale, con itinerari di scienze della terra, itinerari subacquei, itinerari etno-antropologici, itinerari naturalistici. Fra le attività culturali c'è un laboratorio di ricerca teatrale per la realizzazione di opere tratte dall'

⁹⁶ Persi P.-E. Dai Prà, L'aiuola che ci fa...pp 199/200

Horcynus Orca; una mostra di riproduzioni fotografiche a dimensioni reali, una mostra d'arte contemporanea biennale un teatrino dei pupi ispirato alle opere di D'Arrigo. Il Parco si propone al pubblico come un grande laboratorio sperimentale; i visitatori sono accolti e intrattenuti nelle numerose sale, nei cortili esterni, nei laboratori, nella biblioteca e nel centro polifunzionale, per compiere un viaggio che a diversi livelli di approfondimento, storico, scientifico, geografico, affronta tutte le tematiche, che hanno reso l'area dello stretto oggetto di studio per i ricercatori di tutto il mondo. Il Parco è stato inaugurato nel 2002, ma per lanciarlo si sono tenute delle manifestazioni inaugurali a Messina nel 1999 e al castello di Scilla nel febbraio 2000. Altri eventi promozionali, sono stati realizzati, durante gli anni successivi: laboratori di ricerca teatrali, presentazioni di libri, seminari, conferenze stampa, diverse mostre, il “ Premio Internazionale di scultura Horcynus Orca” e così via. Horcynus OOrca è un parco innovativo rispetto agli altri, perché si presenta come una struttura moderna in grado di portare avanti un progetto. Fin dal primo anno di attuazione, è stato rilevato che durante il primo anno di attività sono stati presenti circa 10.000 visitatori, dato molto significativo perché è un esempio valido, di come in Sicilia un'idea astratta come quella dei parchi letterari, possa essere motore di sviluppo del territorio.⁹⁷

⁹⁷ Mosaico di Sicilia(a cura di Nunzio Famoso)

Dati identificativi del parco

Nome del parco letterario: Horcynus Orca

Autore di riferimento : Stefano D'Arrigo

Regione/territorio: Sicilia-Calabria Province di Messina e Reggio Calabria

Beneficiario: Centro Regionale di Intervento per la Cooperazione (C.R.I.C.) Onlus

Soggetto gestore: Fondazione Horcynus Orca

3.5 PARCO LETTERARIO: ELIO VITTORINI SIRACUSA

Siracusa è la città natale di Elio Vittorini (1908-1966). Il viaggio sentimentale “Il Garofano Rosso” trae ispirazione dai quei luoghi che lo hanno visto formarsi non solo come uomo, ma anche come scrittore.⁹⁸ Il parco inaugurato il 16 marzo del 2003, appartiene alla tipologia di parchi letterari istituiti con l'aiuto della Fondazione Nievo, ripercorre i territori di Ortigia, attraverso i luoghi della memoria, cerca di delineare l'ambiente, le condizioni sociali, politiche e storiche che videro presente l'autore di “ Conversazione in Sicilia” e “ Il Garofano Rosso” a Siracusa.

Il viaggio sentimentale il “ Garofano Rosso” si svolge principalmente tra i vicoli dell'isola di Ortigia, la vecchia stazione marittima è il luogo

⁹⁸ Mosaico di Sicilia(a cura di Nunzio Famoso)

di partenza e dove gli ospiti sono accolti dal narratore che, con adeguati costumi di scena introduce le tematiche del percorso. Procedendo verso il Ponte Vecchio, che collega Siracusa all'isola di Ortigia, ricca di testimonianze risalenti al VII secolo a.c, con il suo significato metaforico “ passari u ponti” “ andare oltre”. Il viaggio proseguirà con la visita del tempio di Apollo e la chiesa di San Paolo dove il sacro e il profano si intrecciano nella vita dello scrittore. Si prevede un percorso che include la visita sia alla casa natale dello scrittore, e ai luoghi di infanzia, (via Vittorio Veneto e la Mastrarua), sia ai luoghi di ispirazione del suo romanzo il “ Garofano Rosso”, (liceo Gargallo). Il percorso arriva all'antico mercato, dove è possibile degustare i prodotti tipici, cibi descritti, nel romanzo “Conversazione in Sicilia”, al fine di coniugare la memoria vittoriana con i sapori della terra di Sicilia. L'ultima tappa il Museo del cinema per la visione di sequenze filmate in relazione alle opere dello scrittore, poi attraverso via delle Maestranze , luogo in cui si narrerà l'esperienza dello scrittore come impiegato della Prefettura- da cui prese spunto per “ Piccola borghesia”- si raggiunge il caffè Minerva per offrire la granita di mandorla decantata ne “ Il Garofano Rosso”. L'itinerario si conclude con la visita a Piazza Duomo, unico esempio di convivenza tra l'architettura greca del tempio di Atena e lo stile Barocco della Cattedrale. Piazza più volte usata come set cinematografico per il film “ il garofano rosso”, fino al più recente “Malena” di Giuseppe Tornatore⁹⁹.

⁹⁹ Vavassori M., Parchi Letterari: terza via del turismo.

Dati identificativi del parco

Nome del parco letterario : Elio Vittorini

Autore: Elio Vittorini

Regione/Territorio: Sicilia

Comune: Siracusa

Soggetto/gestore: Fondazione Nievo e comune di Siracusa

3.6 PARCO LETTERARIO REGALPETRA : LEONARDO SCIASCIA

Leonardo Sciascia nacque a Racalmuto (Ag) nel 1921 e morì a Palermo nel 1989. Per qualche anno l'autore di celebri romanzi, come " Morte dell' Inquisitore" e " A ciascuno il suo", lavorò come insegnante e si dedicò direttamente alla politica. Il suo stretto legame con la Sicilia è testimoniato dal fatto che l'isola è sempre presente nelle sue opere come teatro di eterno " la terra delle Parrocchie", degli Inquisitori, di vicende storiche devastanti, come le numerose invasioni subite. L'autore non cesserà mai di denunciare le contraddizioni del mondo siciliano. Si ricorda, a tal proposito " Il giorno della civetta" dove si tratta il tema della mafia attraverso il dualismo tra il vecchio

mafioso don Mariano e l'ufficiale dei carabinieri Bellodi. Nonostante tutto, Sciascia non si stancherà mai di rappresentare l'uomo siciliano a volte non privo di dignità ed orgoglio, consapevole di dover lottare duramente per dimostrare che, nonostante tutto, ha delle belle qualità da poter comunicare.¹⁰⁰

Il parco letterario dedicato a Leonardo Sciascia

Si estende nell'entroterra siciliano includendo un vasto territorio compreso tra le provincie di Caltanissetta, Enna e Agrigento. Si tratta dei luoghi vissuti e richiamati, nell'intera opera, da Leonardo Sciascia a cui il Parco è dedicato. L'autore nella sua opera "Le Parrocchie di Regalpetra" descrive un paese immaginario della Sicilia, che richiama e rievoca Racalmuto, dove egli visse, trascorse la sua giovinezza e da cui trasse la sua ispirazione letteraria.

Obiettivo del Parco è la trasformazione delle risorse ambientali, storiche e culturali di questo territorio in un motore di sviluppo sociale ed economico. Beneficiario e gestore dell'iniziativa è la Fondazione Leonardo Sciascia di Racalmuto, in collaborazione con i comuni di Caltanissetta e Racalmuto. Il parco può contare su strutture stabili a Racalmuto e a Caltanissetta. A Racalmuto la sede scientifico-culturale del parco è la Fondazione Leonardo Sciascia. L'edificio attrezzato con una sala multimediale, una biblioteca specialistica, ospita anche una mostra fotografica permanente e una di opere d'arte con annessi lettere, scritti autografi ed effetti personali dell'autore. Nel centro di

¹⁰⁰ Magri M. ,Fare letteratura,volume terzo.

Racalmuto il turista può visitare la casa natale dell'autore. Sempre a Racalmuto il Castello di Chiaramontano, recentemente ristrutturato ed aperto al pubblico, è il centro visitatori del parco, in esso si svolgono le attività di rapporto con il pubblico e si realizzano eventi¹⁰¹. A Caltanissetta, l'itinerario sciasciano ha come centro la zona del mercato, dove si snodano vicoli e cortili che riconducono a origini arabe e medievali. Il secondo itinerario collega le miniere di zolfo e quella di sale dell'entroterra siculo che per due secoli hanno segnato la storia, la cultura e l'economia di questa zona. A Caltanissetta il presidio del parco è stato localizzato nei locali dell'ex Istituto magistrato che frequentò l'autore. Questo funge da visitor center ed è adibito a percorsi espositivi. A supporto delle strutture vengono realizzate numerose attività culturali, tutte strettamente connesse all'opera dell'autore. Le attività del parco sono partite operativamente solo nel corso del 2001. Il parco ha provveduto a realizzare alcune manifestazioni promozionali per il lancio dell'attività, in particolare una conferenza stampa inaugurale e successivamente la partecipazione alla fiera dei culturali "Culturalia". Negli anni successivi sono state poi realizzate diverse manifestazioni: "i luoghi della memoria", un salotto culturale sul tema delle miniere; "similitudine", un recital di poesie e prosa; "i teatri di Sciascia" con la presentazione del libro di Erika Manforte, infine la rappresentazione dell'opera omnia dell'autore tradotta in francese. Diversi spettacoli e "viaggi sentimentali" sono stati realizzati e replicati nelle diverse

¹⁰¹ Barilaro C., I Parchi Letterari in Sicilia.

località di interesse del Parco tra cui : “ *La piccola Atene*”, “ *Diceria dell’Untore*”, “*Occhio di Capra*”, recital su Sciascia di Rita Cirio, “*Quando Ciarla scoprì la luna*” ed altri. Infine è stato realizzato un premio letterario , dedicato alla premiazione di una tesi di laurea con borsa di studio. L’idea del Parco Letterario Leonardo Sciascia non riesce ancora pienamente a decollare, in quanto il parco non ha un centro fisico ma soltanto uno ideale, mancano le strutture di accoglienza per i visitatori, forse a causa della mancata collaborazione da parte di enti privati.

Dati identificativi del parco:

Nome del parco letterario: Regalpetra-Leonardo Sciascia

Autore di riferimento: Leonardo Sciascia

Regione/territorio: Sicilia, Comuni di Caltanissetta e Racalmuto (AG)

Beneficiario: Fondazione Leonardo Sciascia

Soggetto gestore: Fondazione Sciascia.

3.8 Parco letterario Nino Savarese ad Enna

Lo scrittore Nino Savarese nato ad Enna nel 1882 e morto a Roma nel 1945 fu uno dei principali narratori durante il ventennio fascista. A lui è dedicato il Parco Letterario situato ad Enna e inaugurato nel 2003. L'itinerario turistico presentato durante l'inaugurazione prevede una visita ai luoghi in cui l'autore si è ispirato per scrivere le sue opere. Il percorso parte da Enna, dalla Rocca di Cerere e dal Castello di Lombardia; si passa alla valle , quartiere di Valverde (il più antico della città e luogo mito, poiché residenza di Demetra secondo le fonti più autorevoli e le testimonianze che, ancora oggi, ne danno conferma con i riti, le ricorrenze e le feste), quindi si arriva alla Torre di Federico con i suoi giardini sovrastanti l'altro antico quartiere dei Greci¹⁰². Scendendo per il centro storico si passa per la chiesa Madre e, nei due musei situati nella stessa piazza, Alessi e Varisano. Poi si va per chiese, monasteri, palazzi antichi (Chiara monte, Pollicarini, Benedettini, Varisano) e così via nel cuore della città dove si trova anche la torre campanaria arabo-normanna di San Giovanni, circondata da chiese antiche e abitazioni vetuste. Nel quartiere del mercato più vecchio della città, si trova la casa di Nino Savarese.

Proseguendo sulla strada che ci porta verso il sud della città- la Pergusina-, a soli pochi minuti di macchina si trova il IV polo universitario siciliano, che rappresenta una “ meta” per motivare l'idea del Parco, che vede nel suo obiettivo primario l'imprenditoria

¹⁰² *Mosaico di Sicilia, (a cura di N. Famoso, 2005).*

giovanile. Di seguito incontriamo il villaggio Pergusa con il suo mitico lago (perché fu sopra le sue rive che Ade, dio degli inferi , rapì Persefone), zona già dichiarata riserva naturale con una estesa pineta. Sulla stessa strada, a pochi minuti di auto, si trova “ Grottacalda”, la miniera di zolfo che assieme a “ Floristella” rappresentò fino a dopo la guerra il più grande impianto e bacino solfifero d’Europa.

La miniera da tempo in disuso con tutte le strutture di archeologia industriale, è già inserita nella proposta di Parco Letterario interprovinciale (Agrigento,Caltanissetta e Enna) intestato a Leonardo Sciascia. Attraverso la costituzione del Parco letterario Nino Savarese si auspica di incrementare il flusso turistico della zona di Enna.

Dati identificativi del parco

Nome: Parco Nino Savarese

Autore di riferimento: Nino Savarese

Regione/Territorio: Sicilia-Provincia di Enna

Soggetto/gestore: Associazione Culturale , “ Kori Kori”

3.9 Il parco letterario di “Luigi Pirandello” nel cerchio del Caos

Nato nel 1867, dopo gli studi ad Agrigento, Pirandello coltivò interessi letterari e filologici presso le università di Palermo, Roma e Bonn, dove si laureò nel 1891 con una tesi in tedesco “Suoni e sviluppi del suono nel dialetto di Girgenti”. Si stabilì poi a Roma cominciando a scrivere saggi critici e poesie. Dopo il matrimonio(da cui ebbe tre figli, uno futuro celebre pittore), una crisi delle aziende familiari di zolfo rovinò il suo patrimonio inducendolo a impiegarsi come insegnante (dal 1897 al 1922). Intanto pubblicava romanzi “ Il fu *Mattia Pascal*”, 1904), novelle poi raccolte nel 1922 in “ *Novelle per un anno*”, saggi, “*L’umorismo*”, 1908 e soprattutto opere teatrali in lingua e in dialetto.

Fitto di capolavori fu in particolare il biennio 1916-17 da “ *Liolà*” a “*Il berretto a sonagli*”, ma è con la rappresentazione di “ *Sei personaggi in cerca di autore*”, nel 1921, che Pirandello prese a imporsi presso il pubblico e alla critica mondiale. Dal 1925 fu direttore e regista del Teatro d’Arte di Roma e fino al 1934 tenne una sua compagnia (con l’attrice Marta Abba). NEL 1934 FU INSIGNITO DEL PREMIO Nobel per la letteratura. Morì a Roma nel 1936. Autore capitale del Novecento Pirandello espresse con acuta coscienza la crisi d’identità dell’uomo moderno alle prese con maschere ed inganni della coscienza, ideali illusori, valori relativi, inautenticità delle condizioni di vita¹⁰³. Il parco letterario dedicato a Luigi Pirandello

¹⁰³ Magri M., Vittorini V., *Fare letteratura, vol. secondo*

nasce dall' accorpamento di tre progetti proposti da diversi compagini, oggi unificate: provincia di Agrigento , comune di Agrigento, comune di Porto Empedocle insieme all'Associazione Culturale “ Il Cerchio”. Il parco rappresenta un importante e significativo momento di riqualificazione e riscoperta degli spazi fisici descritti dal grande drammaturgo. Cogliendo dalle novelle e dalle opere teatrali i segni di ideali percorsi attraverso il tempo e la memoria, si sono individuati itinerari di conoscenza e riscoperta di luoghi , personaggi e storie descritti dall'autore¹⁰⁴. Si è così determinato un ricco e suggestivo scenario di un viaggio spettacolo tra i cortili, nella miniera, lungo le strade e le scalinate tra le vecchie case, gli antichi templi, il porto, il mare in cui si vedranno riapparire figure dell'immaginario pirandelliano mentre risuonerà l' eco di parole, grida provenienti dalla memoria culturale del tempo. Il percorso del parco si snoda tra le città di Agrigento e Porto Empedocle, interessando la fascia costiera da punta Grande a Punta Bianca, la Valle dei Templi è la zona delle miniere dell'Agrigentino. Un accordo di programma tra i proponenti ha individuato nell'Associazione Culturale “ Il Cerchio2” il Soggetto Beneficiario e Gestore del Parco.

Dal punto di vista strutturale, il parco si è dotato di una sede con funzioni di centro amministrativo ma soprattutto ha realizzato un caffè letterario nella zona del Caos (luogo di nascita di Pirandello), dove già esiste un Museo dedicato all'autore, area che il parco ha provveduto a valorizzare dal punto di vista ambientale, attraverso la

¹⁰⁴ Barilaro C., I parchi letterari in Sicilia,2004.

sistemazione di alcuni sentieri (dalla casa natale, al ciglione dell'altopiano, al famoso pino) e con la piantumazione della flora mediterranea preesistente. L'obiettivo tattico del Parco, funzionale alla strategia generale, è quello di mettere il visitatore nella condizione di trovarsi immerso nell' atmosfera pirandelliana, tramite degli eventi organizzati dall'ente gestore lungo itinerari che ripercorrono l'opera letteraria. Gli eventi realizzati dal Parco sono per lo più teatrali ed hanno tutti in comune l'obiettivo di trasformare Agrigento in una “ città teatro”. Il fulcro dell'itinerario turistico-culturale è la casa natale di Pirandello e l'annesso museo; il turista viene altresì guidato nella città di Agrigento e nel Comune di Porto Empedocle, tra strade, piazze, chiese, conventi, luoghi del potere e dell'amministrazione, feudi e terre, il Caos, la tomba dell'autore.

Dati identificativi del parco:

Nome del parco letterario: Luigi Pirandello-nel cerchio del Caos

Autore di riferimento : Luigi Pirandello

Regione/Territorio: Sicilia, comuni di Agrigento e Porto Empedocle (AG).

Beneficiario e gestore: Associazione Culturale Il Cerchio.

3.10 Il parco letterario Giovanni Verga

Giovanni Verga nato a Catania il 2 settembre del 1840, autore di romanzi , racconti e opere teatrali, è il massimo esponente del verismo. Compì gli studi primari alla scuola di Don Antonio Abata (1851). Scoppiata a Catania un'epidemia di colera, con la famiglia si trasferì nella proprietà di Tèbidi (situata tra Vizzini e Licodia). Nel 1861, a sue spese, iniziò la pubblicazione de “ *I carbonari della montagna*” e diede inizio alla collaborazione con la rivista “*L'Italia contemporanea*”. Fondamentale nel suo cambiamento di interessi fu l'abbandono dell'isola; nel 1869 partì per Firenze, allora capitale del Regno d'Italia; espliciti i titoli dei romanzi di questo periodo “mondano”: “ *Una peccatrice*”(1866), “*Eva*” (1873), “*Eros*”(1873). Particolare successo ebbe “*Storia di una capinera*”(1871). La svolta letteraria si data al 1874, con la novella intitolata Nedda. L'ambiente non è più urbano, ma rurale; la storia non è più ambientata al Nord ma in Sicilia, i protagonisti sono umili contadini. I racconti “*Vita dei Campi*” (1880) “ *Novelle rustiche*” (1883) anticipano il capolavoro con “ *La Lupa*”, “ *La roba*”, “*Rosso malpelo*”, “ *Cavalleria rusticana*”. Del 1874 è la prima stesura di “ *Padron 'Ntoni*”-progetto marinaresco. Nel numero di agosto del 1879 de “*Il Fanfulla della domenica*” esce un abbozzo de “*I malavoglia*”, con il titolo di “*Fantasticheria*”. Nel 1881, Treves pubblica “ *I malavoglia*”, grande delusione per il pubblico e la critica di allora. Nel 1889 lo stesso

Treves, pubblica “ *Mastro Don Gesualdo*”. Anche qui l’ambientazione è siciliana e la lingua rispecchia con tecnica raffinata la realtà che fa da sfondo al romanzo. Della “ *Cavalleria Rusticana*” lo stesso Verga elabora una versione teatrale (rappresentata nel 1884), che fu musicata da Pietro Mascagni (1890). Nel 1896 lavora alla “*Duchessa di Leyra*”, che dovrebbe essere il terzo del ciclo dei cinque romanzi veristi, che , insieme con “ *L’Onorevole Scipioni*” e “ *L’uomo di lusso*”, non vedrà mai la luce. De “ *La Duchessa di Leyra*” conosciamo solo un capitolo. Tra il 1907 e il 1920 Verga cura personalmente le sceneggiature cinematografiche di “ *La lupa*”, “*Tigre reale*”, “ *Storia di una capinera*” e “ *Caccia al lupo*”. Nel 1919 scrive l’ultima novella , “ *Una capanna e il tuo cuore*” pubblicata postuma da De Roberto.

Nel 1921 lo scrittore riceve l’ordine civile di Savoia. Assistito da Federico De Roberto, Giovanni Verga muore a Catania il 27 gennaio 1922, colpito da trombosi cerebrale.¹⁰⁵

Il parco è istituito nel 1999 grazie all’aiuto della Fondazione Ippolito Nievo, appartiene alla tipologia dei parchi letterari che non hanno usufruito dei finanziamenti della Sovvenzione Globale. La sua offerta turistico-culturale è rivolta maggiormente alle scuole. I luoghi coinvolti, abbracciano una vasta area. Dall’entroterra siciliano delle terre di Vizzini circondata dall’altopiano degli Iblei, alla piana di Catania che introduce alla città etnea, la quale, con i suoi palazzi

¹⁰⁵ Magri M., Vittorini V., Fare letteratura, volume secondo, 2004.

barocchi, fa da cornice alla vita cittadina dello scrittore e la mitica riviera dei ciclopi che fa rivivere l' epopea de " *I Malavoglia*" nel borgo di Aci Trezza. L'ente gestore del parco letterario " Giovanni Verga" assieme all'associazione " Teatro Skenè" , ha partecipato all'organizzazione delle varie edizioni teatrali delle manifestazioni verghiane, allestite a Vizzini. La cooperativa ha seguito un lungo percorso di trasformazione partendo, sin dalla sua costituzione nel 1979, da una attività agricola per poi avvicinarsi al turismo rurale fino ad arrivare al turismo rurale e relazionale. Punto di forza della cooperativa " Giovanni Verga" è l'apertura di un albergo-ristorante situato in un convento nel pieno centro storico di Vizzini. Il parco consente di rilanciare in modo capillare la letteratura veristica e verghiana in particolare. I visitatori hanno una visione realistica della letteratura del Verga, appresa attraverso le pagine di un libro.

Un viaggio nel parco letterario " Giovanni Verga" è un passaggio all'interno di emozioni sprigionate dal mondo dei contadini e dei pescatori dell'Ottocento siciliano; è uno stato d'animo che fa annusare alla nostra mente l' odore del respiro della memoria. Il programma è principalmente impostato sulla drammatizzazione dei percorsi utilizzando la formula del teatro di reviviscenza. I percorsi sono formati da una serie di viaggi sentimentali che partono da Aci Castello per la visita al Castello Normanno, dove è stata ambientata la novella verghiana " *Le storie del castello di Trezza*" proseguendo verso Aci Trezza, con la passeggiata lungo la riviera dei Ciclopi e la visita al

museo “ Casa del Nespolo” fulcro del celebre romanzo “*I malavoglia*”. Il percorso comprende anche una gita notturna in barca chiamata *Sulle onde della provvidenza*, che ripercorre l’ultimo viaggio della Provvidenza. Il percorso continua nel cuore di Catania, con la visita a “ Casa Verga” arredata con mobili e biblioteca originali.

Dati identificativi del parco:

Nome del parco: Giovanni Verga

Autore di riferimento: Giovanni Verga

Regione/Territorio: Sicilia, Provincia di Catania, comuni di Acicastello, Acireale, Acitrezza.

Beneficiario/gestore: Teatro Skenè

3.11 Parco letterario Giuseppe Tomasi di Lampedusa

Nato a Palermo nel 1896 Giuseppe Tomasi di Lampedusa, aristocratico di nascita in quanto apparteneva alla famiglia dei Principi di Lampedusa e ai Duchi di Palma e Montechiaro. La sua passione per i viaggi lo portò a conoscere buona parte dell’Europa. Egli si ricorda soprattutto come autore dell’unico romanzo che gli ha concesso la fama, cioè “ *Il Gattopardo*” , un libro che ha conosciuto molteplici traduzioni e che è stato la fonte di ispirazione per l’omonimo film diretto da Luchino Visconti. Il romanzo parla del lento declino della

nobiltà siciliana e del mondo borbonico in generale¹⁰⁶. Il parco intitolato a Giuseppe Tomasi di Lampedusa nasce dall'unione di iniziative localizzate in luoghi diversi: Palermo (luogo di nascita e residenza dell'autore), Palma di Montechiaro, paese fondato dagli avi dell'Autore, e Santa Margherita Belice, nel quale sorge l'antico Palazzo Filangeri Cutò, luogo simbolo del "Gattopardo". Il riferimento del parco è l'opera principale di Giuseppe Tomasi di Lampedusa: "Il Gattopardo". Pubblicato postumo nel 1958, il romanzo narra le affascinanti vicende di una famiglia principesca siciliana, nel quadro del radicale mutamento sociale di fine secolo innescata dalla vicenda garibaldina. Dal punto di vista strutturale il parco si è dotato di un punto informativo nevralgico in ciascun luogo fisico; in particolare a Palermo è stato allestito un centro visitatori e un caffè letterario, che fungerà anche da un punto di intercettazione dei flussi turistici di cui la città già gode e che potranno essere dirottati sugli altri centri, turisticamente meno dotati. A Santa Margherita Belice si è provveduto al restauro dell'immobile e dell'antico parco di Palazzo Filangeri Cutò, destinato a diventare il centro congressuale e di studio del Parco, con una libreria e un centro visitatori con bookshop e merchandising point. Infine a Palma di Montechiaro si è provveduto al restauro del Palazzo Ducale, destinato a diventare il polo museale del Parco. Gli eventi periodicamente proposti al pubblico hanno per lo più carattere rievocativo e teatrale, realizzati mediante rappresentazioni teatrali e musicali allestite, lungo i percorsi

¹⁰⁶ Mosaico di Sicilia (a cura di N.Famoso), 2005

di visita e pensati per essere organizzate in tutti i comuni del parco; le rievocazioni puntano a far rivivere gli eventi narrati dall'autore e resi celebri anche visivamente dal film omonimo (di enorme suggestione è ad esempio " il valzer del Gattopardo"); a questa tipologia di eventi si affiancano più tradizionali visite guidate sui luoghi di interesse. Sono state realizzate diverse tipologie di viaggi e percorsi sentimentali con cantastorie sull'itinerario del risorgimentale e dei mille, storie anche sull'itinerario della passeggiata a mare tenuti anche in concomitanza di particolari eventi inaugurali e promozionali, diversi anche gli spettacoli realizzati quali : il volo delle carrozze; la cena della servitù; il valzer del Gattopardo. Tutti gli eventi hanno visto la realizzazione di diverse repliche. Il parco ha partecipato a numerose fiere turistiche in Italia ed all'estero, spesso realizzando sinergie con altre realtà locali come le strade del vino " Terre Saracene".

Dati identificativi del parco letterario:

Nome del parco: Giuseppe Tomasi di Lampedusa

Autore di riferimento: Giuseppe Tomasi di Lampedusa

Regione/Territorio: Sicilia, Provincia di Palermo (comune di Palermo) e provincia di Agrigento (comuni di Santa Maria di Belice e Palma di Montechiaro)

Beneficiario: Istituzione Giuseppe Tomasi di Lampedusa

Soggetto/Gestore: Istituzione Giuseppe Tomasi di Lapedusa

CAPITOLO IV

Il turismo enogastronomico e i prodotti tipici, risorse per lo sviluppo di un territorio.

4.1 Il turismo enogastronomico: il cibo come attrazione turistica

Fra le risorse in grado di suscitare nuove motivazioni di viaggio, in questi ultimi anni si sta affermando sempre più la tradizione culinaria come testimonianza delle espressioni più autentiche e caratterizzanti di molti territori.

Se, infatti, i piatti che ogni giorno si consumano nelle diverse parti del mondo sono sempre più simili, contemporaneamente si è affermata la ricerca del cibo tradizionale o tipicamente locale, che come tale assume una sua importanza in quanto espressione della cultura di uno specifico territorio¹⁰⁷.

La gastronomia in questa prospettiva svolge la funzione di comunicare una tradizione, di generare valore nel territorio e di attrarre l'interesse dei viaggiatori e dei media, distribuendo peraltro inaspettate ricchezze nel territorio.

La tradizione culinaria, attraverso la riscoperta delle radici di un alimento e l'interesse per la zona di provenienza, contribuisce a

¹⁰⁷ D. Paolini, *I luoghi del gusto*, Baldini e Castaldi, Milano, 2000.

costruire l'identità di un luogo e a conferirgli quell'interesse di cui ha bisogno per avere una carta in più da spendere per attrarre il turista.

La cucina è stata paragonata al linguaggio: come questo, essa possiede vocaboli (i prodotti e gli ingredienti) che si organizzano secondo regole di grammatica (le ricette che danno senso agli ingredienti trasformandoli in vivande) e di retorica (i comportamenti conviviali)¹⁰⁸.

L'analogia, non funziona solo sul piano tecnico-strutturale, ma anche per i valori simbolici di cui entrambi i sistemi sono portatori.

Esattamente come il linguaggio, la cucina contiene ed esprime la cultura di chi la pratica, è depositaria delle tradizioni e dell'identità di gruppo. Costituisce pertanto uno straordinario veicolo di comunicazione: non solo è strumento di identità culturale, ma il primo modo, forse, per entrare in contatto con culture diverse, giacché mangiare il cibo altrui sembra più facile che decodificarne la lingua.

Più ancora della parola, il cibo si presta a mediare fra le culture diverse, aprendo i sistemi di cucina ad ogni sorta di invenzioni, incroci e contaminazioni.

Secondo un sondaggio del Censis, dovrebbero essere quasi sei milioni gli italiani, considerati intenditori o anche semplici appassionati, che partono per week-end alla scoperta di territori ricchi d'arte, di storia e di tradizioni enogastronomiche.

¹⁰⁸ M. Montanari, *Il mondo in cucina. Storia, identità, scambi*. Laterza, Bari, 2002.

Grazie a questa nuova domanda turistica riprendono quota tutte quelle aree rurali, di campagna che erano state abbandonate a seguito del processo di industrializzazione a favore dei centri urbani.

Assumono nuova vocazione turistica per tutti quei gastronomi che intraprendono un viaggio alla ricerca di sapori e tipicità di cui è ricchissimo il territorio italiano, ma che per molti anni, sono state trascurate a vantaggio del turismo di massa, tipico, della società industriale. Leggiamo a tale proposito il pensiero di Alessandro Simonica: "La moltiplicazione dei luoghi/località fa sì che la relazione Centro/Periferia, tipica categoria mentale della Modernità, cessi di scorrere secondo una direzione a favore del Centro, per aprire a nuove forme di periferie che tentano tutte di costruirsi a Centro. Tale moltiplicazione produce differenziazione e quindi valorizzazione di spazi e luoghi. Negli ultimi decenni si sta sempre più rafforzando l'idea, e conseguente politica, di un'autonoma ricerca che abbia il fine di rappresentare le proprie radici contestuali e locali. A questa tendenza va ascritta l'idea che ogni località possieda un inventario di "tradizioni" disponibili che vanno solo attualizzate".¹⁰⁹

Il nuovo millennio vede l'Italia sempre più impegnata nel processo di riqualificazione dell'industria turistica, storicamente una delle principali fonti di reddito e che - fermo restando l'attrazione per i capolavori storici, culturali e artistici - trova nuove formidabili

¹⁰⁹ A. Simonica, *Turismo e società complesse*, Meltemi, Roma, 2004, p. 47

opportunità di sviluppo proprio nell'abbinamento tra i prodotti enogastronomici tipici e i loro territori di produzione.

L'immagine turistica di un luogo è, per il gastronomo, legata alla sua dotazione enogastronomia tanto che l'area geografica si identifica con i suoi prodotti tipici.

La proposta-provocazione di un turismo finalizzato alla scoperta dei "giacimenti golosi"¹¹⁰, un tesoro di cui il nostro paese è ricco più di ogni altra parte del mondo, assume, quindi, sempre più i contorni di un nuovo progetto, articolato in numerose iniziative dei diversi soggetti, pubblici e privati, guidati da una regia istituzionale.

E' comunque necessaria una strategia di promozione di un patrimonio unico, irripetibile e inimitabile che possa essere offerto in maniera coordinata a un vasto pubblico di turisti.

Il futuro del turismo è di perseguire la "salvaguardia della specificità" dei singoli territori, (fortemente voluta anche dall'Organizzazione Mondiale del Turismo)¹¹¹ di cui il cibo è uno degli elementi cardine; il turista, infatti, attraverso un'offerta enogastronomia territoriale può compiere un passo decisivo fuori della sua appartenenza stabilendo relazioni e avviando comparazioni culturali all'interno delle comunità con cui entra in contatto¹¹².

¹¹⁰ D. Paolini, op. cit. p. 47

¹¹¹ Cfr. la *Dichiarazione di Manila sul turismo mondiale*, 27 ottobre-10 novembre 1980, e il *Documento di Acapulco*, 21-27 agosto 1982, approvati dall'OMT-WTO.

¹¹² Cfr. U. Bernardi, *Del viaggiare*, cit.

Il cibo, la cucina e l'alimentazione appaiono come i terreni sui quali si gioca il conflitto più generale tra la dimensione globale e quella locale.

E' paradossale che nell'era della globalizzazione o della omologazione del gusto e, quindi, della presunta dissoluzione delle identità locali, qualunque cosa si presenti come dotata di specificità territoriale acquisti valore.

Tutto questo si inserisce in quel movimento in atto per cui, di fronte a una forza che porta al livellamento, si partecipa al proliferare di domande di riconoscimento delle culture locali, a una gara nello rispolverare ricette, prodotti, tradizioni, riti particolari, appartenenti o meno alla storia.

J.M. Lotman così descrive la dinamica delle culture che sono coinvolte in un processo più globale: "Il processo di informazione reciproca e di inclusione in un mondo culturale generale non provoca solo l'avvicinamento tra culture distinte, ma anche la loro specializzazione. Entrando in un mondo culturale generale, una cultura comincia infatti a coltivare la propria originalità. A loro volta anche le altre culture la codificano come particolare, fuori dalle norme abituali."¹¹³

¹¹³ J. M. Lotman, *La semisfera e il dialogo nelle strutture pensanti*, Marsilio, Venezia 1985, p. 76

Conferma questa riflessione Montanari¹¹⁴; parlando di identità, quando si tratta di tradizioni alimentari, sembrerebbe scontato pensarla come appartenenza a un territorio. Ma così si dimentica che l'identità si definisce anche (o forse soprattutto) come differenza, cioè in rapporto agli altri.

Nel caso specifico della gastronomia ciò appare con chiarezza: l'identità "locale" nasce in funzione dello scambio, nel momento in cui un prodotto o una ricetta si confrontano con culture e regimi diversi. Il prodotto esclusivamente "locale" è privo di un'identità geografica in quanto essa nasce dalla sua "delocalizzazione" (ad esempio, la mortadella di Bologna si definisce come tale solo quando esce dal suo ambito di produzione.

Nell'era della omologazione del gusto che tende a standardizzare i prodotti, le tecniche di preparazione dei piatti, i sapori e gli aromi, ciò che distingue un cibo svincolato completamente dal territorio, non è il luogo di provenienza, bensì il marchio, la marca del prodotto, la cucina e lo stile di alimentazione che rappresentano sempre più il risultato di una scelta individuale; in questo modo, davanti all'offerta di modi differenziati di mangiare resi possibili dalla globalizzazione, i prodotti e la cucina tipica di un territorio trovano anch'essi un loro spazio di crescita.

Da un lato dunque c'è la tendenza delle culture locali a coltivare maggiormente la propria originalità e mettere in atto soluzioni in

¹¹⁴ M. Montanari, *La cucina italiana. Storia di una cultura*. Laterza, Bari, 1999.

grado di combattere una generale assimilazione, dall'altro la tendenza dell'uomo all'identità in un mondo sempre più "omologo".

In un contesto simile, i territori dotati di specificità (tradizioni, lingua, cultura, cucina, storia, patrimonio artistico) potranno giocare un ruolo da protagonisti, pur sapendo di essere "diversi" rispetto alle maggioranze rumorose.

Oggi stiamo scoprendo un target di viaggiatori sempre più attratti non solo dalle risorse storico paesaggistiche di una località, ma anche dalla gastronomia di quel territorio.

Migliaia di turisti percorrono chilometri per assaggiare vini, visitare cantine, degustare prosciutto e salame: questo è il fenomeno del cibus turismo.¹¹⁵

¹¹⁵ D. Paolini, *Viaggio nei giacimenti golosi-prodotti e itinerari*, Mondadori, Milano, 2000.

4.2 Caratteristiche delle esperienze turistico-enogastronomiche

L'esperienza turistico-enogastronomica rientra in quella tipologia di turismo definito culturale in quanto la ricerca ed il consumo del prodotto tipico non soddisfano solamente il bisogno alimentare e culinario in se stesso, ma anche quello, decisamente più raffinato ed elitario, di immergersi nella storia e nella cultura del posto.

“Un turismo quindi culturale a tutti gli effetti, in cui non solo si ha l'opportunità di conoscere, ma più propriamente di entrare in convivio con il luogo, le sue genti, il suo carattere, le suggestioni che evoca, in una parola dividerne il *genius loci*”¹¹⁶.

Il turista enogastronomico, solitamente inserito in un ambiente urbano si ritira per qualche giorno in campagna alla riscoperta di valori, usi, costumi, sapori e tradizioni di un tempo a lui ormai lontano e pur cercando ed osservando la vita autentica degli altri il turista enogastronomico, la apprezza ad un livello puramente estetico, magari gli si avvicina per il periodo di soggiorno ma rimane consapevole della propria diversità, che si conserva dopo la visita turistica e le esperienze che essa consente.

¹¹⁶ M. A. Corigliano, G. Viganò, *Turisti per gusto*, De Agostini, Novara, 2004, p. 94.

Prima caratteristica di tale tipologia di turismo è dunque, secondo una analisi di Viganò¹¹⁷, quella di essere rivolto ad un pubblico culturalmente ben preparato o comunque decisamente ben predisposto all'apprendimento.

Il turista enogastronomico è disposto, infatti, a mettersi in viaggio e a percorrere la “Strada” alla ricerca di qualcosa che soddisfi il suo bisogno di conoscenza “assaporando” le ricchezze culturali ed artistiche del luogo. Egli sarà quindi sempre più allo stesso tempo un pellegrino e un buongustaio: una persona che fa strada – pellegrino – alla scoperta dei tesori di un territorio, dove vivere un’esperienza di vita da ricordare e raccontare, e dove poter condividere il piacere della tavola – buongustaio – con la gente del posto, ospite a casa loro”.

Affinché un percorso possa risultare gradito al turista, dovrà presentare delle caratteristiche di qualità ben identificabili sia per quanto riguarda gli aspetti più materiali (il prodotto tipico, la ricettività, le infrastrutture di comunicazione e di trasporto, etc..) sia pure per quegli elementi immateriali che fanno del viaggio enogastronomico un’esperienza culturale di rilievo.

Quindi, la seconda caratteristica di un’esperienza enogastronomica è quella di essere inserita in un’organizzazione integrata di risorse (persone, associazioni, cooperative, operatori turistici, servizi di trasporti e di accoglienza turistica etc..) che dovrebbe essere tale da

¹¹⁷ G. Viganò, *Pellegrini e buongustai. I circuiti enogastronomici e i turisti del 3° millennio*, relazione alla settimana del Buon Consumo, Terme di Montepulciano, 6 settembre 2000.

offrire un pacchetto turistico personalizzato e personalizzabile sulle esigenze della domanda.

A tal proposito, un'esperienza di turismo enogastronomico in un ambiente poco adeguatamente sviluppato e promosso, privo di elementi importanti quali la strutture di viabilità o di comunicazione, può risultare sgradita o semplicemente ostacolante agli occhi del turista consumatore, tra l'altro spesso abituato alle comodità della città.

Terza caratteristica del turismo enogastronomico è quella della località. Lungi dall'essere simile ai prodotti "industriali" del turismo di massa, in cui a mete tradizionali, pur in alcuni casi artisticamente, storicamente o culturalmente rinomate, si associano pacchetti turistici spesso il più economici possibili, l'esperienza enogastronomia sorge e viene gestita principalmente su iniziativa locale con ricadute il più possibile a livello locale, valorizzando la cultura ed il paesaggio locale.

Del resto, una tipologia di turismo basata principalmente su un prodotto tipico, legato cioè imprescindibilmente al territorio d'origine, non può che presentare tale connotato di località.

L'esperienza enogastronomia, quindi, trovando un'ubicazione geografica territoriale ben definita grazie allo stretto legame del prodotto tipico al territorio, può assumere un ruolo trainante per il

turismo rurale, in quanto è una forma privilegiata di valorizzazione dei prodotti del territorio.

4.3 L'identikit del turista enogastronomico

A partire dagli anni novanta si è delineato un netto cambiamento di tendenza nel quadro socio-culturale con il recupero, rispetto al decennio precedente, di un modo di vita più naturale, con forti accenti di “spiritualità”. Ne è seguita una sensibile modificazione in molte attese culturali e negli stessi stili di vita, che è andata a riflettersi in nuove abitudini di consumo.

Il consumatore attuale ricerca nei prodotti non l'omologazione, ma un surplus di personalizzazione e servizio, tale da trasformare un bene da generico a perfettamente rispondente alle proprie specifiche esigenze¹¹⁸. Attese queste che si verificano anche nei modi di fare turismo: parallelamente, infatti, il turista si è progressivamente staccato da modelli presenzialistici – che privilegiano destinazioni metropolitane, luoghi marittimi e montani frequentati da VIP – abbracciando anche modelli più sobri quali per esempio aziende agrituristiche, percorsi enogastronomici, luoghi di turismo spirituale e culturale, e ricercando modalità di turismo che si traducono in esperienze da vivere in prima persona: turismo come occasione di conoscenza, di approfondimento, di incontro. Oggi il viaggiatore

¹¹⁸M. A. Corigliano, C. Morittoni, *La domanda di turismo enogastronomico*, in, *I luoghi del gusto. Enogastronomia, territorio, sostenibilità*, M. A. Corigliano, G. Viganò, (a cura di), De Agostini, Novara, 2004, p. 102-103.

vuole essere un turista autodiretto, vuole cioè essere coinvolto sulla base dei suoi personali interessi, dei suoi hobby, cosicché la vacanza possa essere un'alternativa alla quotidianità lavorativa, in cui la tensione si trasformi in distensione¹¹⁹.

Il turismo del ventesimo secolo ha visto, infatti, allargare considerevolmente la fascia di coloro che si recano in vacanza per vari scopi e motivi. Tutto ciò è una risposta non solo al bisogno di divertirsi, svagarsi, riposarsi ma ha anche una funzione “compensativa” e rigenerativa contro lo stress quotidiano causato da vita di città.

Spesso il turismo è una forma di evasione e desiderio di ritorno alla natura; esso è un bene che permette all'individuo di recuperare una certa autonomia circa gli orari, gli spazi fisici e mentali.

Secondo Mc Cannell non vi sarebbe turismo se non vi fosse alienazione urbana, moderna insomma; e quindi la motivazione al viaggio starebbe nel desiderio di una nuova autenticità, nella ricerca di realizzazione e pienezza di vita.

In questo contesto, va inserito il turismo enogastronomico che può essere considerato uno “strumento” per la soddisfazione compensativa di bisogni che la società urbana non consente.

Questa non è chiaramente l'unica lettura possibile del fenomeno. L'analisi del consumatore-turista ci consente di affermare che alla

¹¹⁹ Ibidem, p. 103.

base dell'esperienza turistico-gastronomica vi sia anche un'esigenza più raffinata di conoscenza culturale, di "elitaria" passione per le tradizioni, per le tipicità, per la ruralità.

Quindi le ragioni che stanno alla base di un week-end enogastronomico possono essere molto diverse tra loro: nel primo caso l'attrattiva principale risulta essere il territorio rurale o semi-rurale in cui sopravvivono ritmi di vita più a misura d'uomo rispetto alla realtà urbana; nel secondo caso, invece, prevale l'opportunità di soddisfare una passione, un "hobby", quello dell'enogastronomia.

Qualunque siano le motivazioni di fondo, il turismo enogastronomico risulta essere un turismo di nicchia, proponibile ad un tipo di turista ben identificato ed identificabile, all'interno di un'esperienza di viaggio dai connotati ben definiti.

In linea generale, i tentativi di dare al turismo enogastronomico una definizione si possono ricondurre a due filoni di approccio¹²⁰, a seconda che si ponga l'attenzione più sugli aspetti legati all'enogastronomia in se, e quindi ai prodotti e all'arte culinaria, o s'intenda invece valorizzare in maniera specifica anche il legame con il territorio. In altre parole si tratta di distinguere tra una logica di prodotto e una logica territoriale, tra un approccio che enfatizza l'oggetto (l'enogastronomia) e un altro che mette in primo piano il contesto di riferimento (turismo).

¹²⁰ M. A. Corigliano, G. Viganò, *Turisti per gusto. Enogastronomia, territorio, sostenibilità*. De Agostini, Novara, 2004, p. 92

Riportata qui di seguito la distinzione realizzata dall'esperto di enogastronomia Davide Paolini¹²¹.

Il foodtrotter

Il foodtrotter è quel viaggiatore che vede nel giacimento gastronomico l'elemento centrale del viaggio dove, tuttavia giocano un ruolo importante anche le altre risorse del territorio.

Questo è un turista che vuole trascorrere una vacanza, anche di pochi giorni, dove il prodotto è una variabile importante ma non l'unica. Infatti per questo turista giocano un ruolo importante i servizi accessori di cui ne individua una ristretta gamma di interesse che, dopo aver scelto la destinazione "gastronomica", utilizza come discriminante.

Il Gastronomo

Si tratta di quel turista che vede nel giacimento gastronomico l'esclusiva motivazione del viaggio, vero e proprio fine ultimo, che può, seppur impropriamente nella sua definizione turistica, essere esteso anche ai cacciatori del gusto professionali (negozianti, ristoratori, enotecari...). Il gastronomo è attirato dal prodotto raro, unico, legato a quel territorio e lavorato manualmente.

¹²¹D. Paolini, *I luoghi del gusto*, Baldini e Castaldi, Milano, 2000, p. 80-81.

La motivazione che lo spinge a visitare quel territorio è la degustazione, la visita al produttore artigiano, la voglia di conoscerne i segreti, le potenzialità di accostamenti e ricette, infine il desiderio di acquistarlo, magari con il recondito desiderio di farlo scoprire agli altri amici seguaci della gastronautica. La durata dell'escursione di questo stereotipo, se le distanze lo permettono, è di una sola giornata.

Sempre nel target gastronauta si può individuare una figura simile ma con qualche evidente differenziazione: è il gastronauta motivato da un evento: un festival, una sagra, una fiera, ovviamente tutte manifestazioni strettamente legate al cibo, in particolare quando un prodotto diventa l'elemento centrale (Cantine aperte, Vinality, Il salone del gusto, Eurochocolate ecc..).

L'evento diventa in questo caso l'attrazione fatale, altrimenti il gastronauta non si sposterebbe mai: è il connubio prodotto inserito in un momento di festa che li attrae. Si tratta di un target spot, che può interessare l'offerta solo una volta all'anno, trasversale e infedele, da non confondere con la figura originale del gastronauta tratteggiata precedentemente. Comunque sia, rappresenta un'importante risorsa da attirare nel territorio nei momenti di bassa domanda.

Motivazioni che spingono il turista anogastronomico

E' stato fatto¹²² un tentativo di leggere l'enogastronomia in relazione alle motivazioni di vacanza:

- motivazioni fisiche: il piacere che viene dal buon mangiare e dal buon bere;

- motivazioni culturali: attraverso un'esperienza di vacanza enogastronomica si entra in contatto con una nuova cultura. Le forme di turismo legate a un accrescimento del proprio bagaglio culturale e a esperienze di tipo intellettuale sono in progressiva crescita ed espansione. In particolare nei turisti "maturi", che hanno già ripetutamente compiuto vacanze culturali nel senso classico del termine, l'appeal di opportunità alternative o comunque trasversali si sta fortemente consolidando.

- Motivazioni interpersonali: molte ricerche dimostrano che la funzione sociale del cibo ha un valore paragonabile, quando non superiore, a quello della qualità di ciò che si beve e si mangia. Generalmente, infatti, si sottolinea come il cibo sia un facilitatore del processo di conoscenza di nuove persone, o svolga la funzione di rinsaldare legami esistenti e persino di riprodurre ruoli sociali già definiti.

- Motivazioni di status: la possibilità di mangiare certi cibi o di scegliere certi luoghi è sempre stata un fattore di distinzione di classe, ma oggi anche le scelte alimentari, così come quella delle destinazioni

¹²² Cfr. Fields k., *Demand of gastronomy tourism product: motivational factors*, in Atlas (a cura di Hjalager A. M., Richards G.) *Tourism and gastronomy*, Routledge, London and New York 2002.

di vacanza, testimoniano soprattutto un certo stile di vita, sono un'espressione di gusto.

Dal lato delle motivazioni specifiche invece, emerge che la principale è conoscere meglio il prodotto, mentre l'acquisto non è al primo posto.

4.4 Le strutture del turismo enogastronomico

Per inquadrare l'esperienza enogastronomica a pieno titolo nell'ambito del turismo e non di un semplice escursionismo giornaliero, alla crescente richiesta da parte della domanda di soggiorni prolungati nella zona di produzione del prodotto tipico si devono accompagnare politiche tali da favorire l'incremento sia qualitativo che quantitativo dell'offerta di strutture ricettive.

Il servizio offerto da queste strutture deve essere inquadrato nell'ottica specifica del prodotto enogastronomico definendosi anche come punto di contatto tra i turisti, le cantine, le aziende, i ristoranti, le attività complementari presenti sul territorio. E' pertanto necessario che all'interno delle strutture ricettive siano presenti indicazioni e richiami specifici sul tema, con tanto di rappresentazioni visive e materiale illustrativo.¹²³

La distribuzione territoriale delle strutture ricettive nei dintorni dei giacimenti enogastronomici o nei più vicini centri urbani o città d'arte,

¹²³ M. A. Corigliano, *Enoturismo*, Angeli, Milano, 1996, p. 62.

l'apporto delle strutture ricettive di questi ultimi, in particolare, può determinare interessanti sinergie, in quanto esse possono ricoprire il ruolo di canale pubblicitario per i prodotti tipici delle zone rurali limitrofe facendo conoscere questi a segmenti di domanda che utilizzano le strutture ricettive per altre motivazioni turistiche.

Per contro i proprietari delle strutture ricettive beneficeranno dell'azione diretta dei segmenti derivanti dal turismo enogastronomico.

Le caratteristiche del sistema agriturismo (localizzazione rurale delle strutture; contesto ambientale solitamente imperniato di tradizioni e di valori quali l'ospitalità e l'accoglienza, più consoni ad una società agricola che ad una urbana; possibile integrazione con attività ricreative e culturali quali quelle venatorie, equestri, di pesca, di ricerca paesaggistica, fotografica, botanica, faunistica etc..) rispondono alla necessità di strutture ricettive alternative, lontano dai centri urbani e a stretto contatto con la natura che manifesta questa tipologia di turista.

L'agriturismo

E' il modo più attraente, efficace, adatto allo scopo di fare conoscere in loco agli italiani i prodotti della terra natia, favorendo al tempo stesso la sopravvivenza e il necessario rilancio commerciale di quegli stessi prodotti e delle rispettive tecniche di lavorazione.

L'agriturismo è un segmento che dalla fine degli anni ottanta ad oggi ha conosciuto una crescita notevole; esso anche nel nostro paese sta diventando una realtà consolidata e al centro dell'interesse crescente sia degli agricoltori, sia dei consumatori, dotata di grandi potenzialità di sviluppo¹²⁴.

*Geograficamente*¹²⁵ l'agriturismo si colloca nelle zone interne, collinari e montane dell'agricoltura, per lo più classificate come "meno favorite" dalla Comunità Europea, quelle in cui la mancanza di fertili distese di terreno irrigabile è compensata dalla bellezza e varietà del paesaggio, nonché dalla presenza viva di risorse culturali-rurali (usanze, artigianato, gastronomia, edilizia etc..).

Storicamente, esso si pone tra la fase delle grandi ondate dell'industrializzazione e dell'inurbamento e quella delle nuove tendenze al ritorno in campagna, sia come neo-insediamento agricolo produttivo, sia come pressione speculativa e colonizzazione.

L'agriturismo si trova quindi fatalmente al crocevia di una serie di problemi nuovi e vecchi, non risolti che possono raggrupparsi sotto alcune voci come assetto e governo del territorio (urbanistica, piani regolatori del territorio extra-urbano, risanamento idrogeologico, decongestionamento delle aree urbane); risanamento dell'agricoltura e della zootecnia; politica del tempo libero, della terza età, dell'infanzia, della sanità; politica turistica per il decongestionamento dei flussi

¹²⁴L. Pianelli, "Promuovere un agriturismo di qualità", in "L'agriturismo parla europeo". Materiali dal Convegno Internazionale sull'Agriturismo, 1998.

¹²⁵B. Inzerillo (presidente "Turismo Verde", Confcoltivatori, Palermo), in *Sicilia: quale turismo per lo sviluppo?* Gino Lo Re (a cura di), Palermo, 1986, p. 103-104.

tradizionali, politica della scuola; difesa attiva dell'ambiente, decentramento delle fonti energetiche.

Realizzandosi come incontro città-campagna, o meglio cittadini e rurali nella sede di quest'ultimi, l'agriturismo si pone due obiettivi immediati: per il turista, il godimento della campagna; per l'agricoltore l'integrazione del reddito.

Integrazione che, peraltro, oggi, rappresenta la "conditio sine qua non" per frenare l'esodo dalle campagne e l'espropriazione del territorio da parte di estranei.

L'utilità sociale dell'agriturismo considerato nella più ampia scala della pianificazione dell'economia e dello sviluppo di un paese, sta nella sua capacità di aggiustare microeconomie delle zone interne, di creare e conservare posti di lavoro e, quindi, di contribuire a salvaguardare gli abitanti di tali zone dalla deportazione e dallo sradicamento verso aree industriali.

Ciò produce effetti sull'equilibrio demografico, sulla manutenzione del territorio e dell'ambiente, sulla sopravvivenza degli "ethnoi" e sulla conservazione della loro cultura.

L'agriturismo varia dall'uno all'altro paese per i modi di realizzazione, per il grado di intervento dei pubblici poteri e per altre circostanze inerenti alla geografia, altimetria, strutture produttive dell'agricoltura etc..

Uno solo è il presupposto comune di tutti i possibili agriturismi: la stretta connessione con l'ambiente.

Per ambiente si intende sia quello naturale sia quello costruito dall'uomo in lunghi secoli di agricoltura che hanno dato al paesaggio i connotati caratteristici della ruralità, sia, infine, l'insieme delle risorse culturali esistenti nelle località, anche urbane, raggiungibili dal luogo considerato. Queste ultime componenti sono tanto più importanti in talune regioni, come la nostra Sicilia dove non solo è presente una grande ricchezza di beni culturali del mondo rurale e gli stessi profili delle nostre coste variamente ricamate dagli agrumeti sempre verdi e dagli oliveti, ma dove dalle aziende agricole è possibile spaziare in un gran numero di paesi e cittadine storicamente interessanti.

L'agriturismo è fruizione di uno spazio pluridimensionale; i turisti che vanno al mare, si contentano, in via di principio, della presenza del mare, e così dicasi della montagna. L'attrazione per la campagna è invece indissolubilmente legata all'insieme delle sue componenti. In questo senso l'agriturismo, come è stato affermato, è la forma più difficile di turismo, perché ha bisogno della compresenza di numerosi fattori e talvolta anche la mancanza di uno solo può pregiudicare il tutto; come ad esempio: l'edilizia tradizionale non involgarita da nuove costruzioni di modello urbano, il paesaggio non eccessivamente modificato da infrastrutture, il silenzio, i colori naturali, l'ambiente umano con la semplicità e la cortesia tradizionali, le attività agricole

ed artigianali, gli animali da allevamento, la vegetazione, la gastronomia tradizionale, gli animali selvatici, i fiori, le api.

Quando l'insieme di queste componenti ha per risultato la creazione di un'immagine sufficientemente caratterizzata e tale da suscitare suggestione nell'inconscio collettivo dei potenziali turisti, allora esso stimola fortemente la domanda agrituristica.

Questa è un'altra conferma che il successo dell'agriturismo è funzione dell'integrità ambientale e quindi esso è interessato a conservarla.

Per esempio, una casa circondata da un ambiente impeccabile, e ravvivata da natura e agricoltura, può avere molte richieste da parte dei turisti, mentre la stessa in presenza di stonature o deturpamenti, può non essere richiesta da nessuno.

Le due programmazioni, quella dell'agriturismo e quella della politica ambientale si basano perciò sulla stessa lettura del territorio e delle risorse, si servono degli stessi strumenti, si rivolgono verso gli stessi obiettivi. Ci deve essere la complementarità e non la rivalità con il turismo tradizionale, in quanto i vantaggi economici dell'agriturismo ricadono sul mondo rurale circostante: in termini immediatamente monetari è stato provato che per ogni euro speso dall'agriturista nell'azienda agricola, altri tre circa sono spesi in esercizi commerciali e turistici della zona.

Inoltre i due settori hanno in comune l'esigenza di servizi e infrastrutture diffusi nel territorio, servizi e infrastrutture che solo una

programmazione integrata, al di sopra delle singole leggi sul turismo e sull'agriturismo può creare e sviluppare.

Quindi si viene a creare il concetto di polifunzionalità delle aziende agricole, ovvero della pluriprofessionalità dei suoi operatori, non più solo lavoratori della terra ma soggetti interessati alla corretta gestione delle risorse naturali, al potenziamento delle funzioni ambientali, alla promozione della cultura, del turismo e delle attività ricettive¹²⁶.

Vediamo alcuni servizi offerti da un'azienda agrituristica:¹²⁷

- la vendita di prodotti agroalimentari di comprovata genuinità e di cui si possano conoscere direttamente in loco le tecniche di produzione;
- la ristorazione a base di prodotti locali e stagionali, perlopiù coltivati in proprio;
- l'alloggio presso le strutture agrituristiche indoor o outdoor;
- attività ricreative e culturali direttamente connesse (attività equestri, di pesca, di botanica, corsi di cucina, degustazioni, escursioni, etc..).

La ricettività e l'ospitalità rurale va vista quindi come una delle forme più consone al turismo enogastronomico; il rapporto di complementarità fra l'attività agricola e quella turistica dell'azienda

¹²⁶ L. Pinelli, op., cit., 1998

¹²⁷ M. A. Corigliano, *Strade del vino ed enoturismo*, Angeli, Milano, 1999, p. 131.

ha ottenuto negli ultimi anni crescente attenzione e interesse per una molteplicità di ragioni:¹²⁸

- un'opportunità di conservazione di ambienti ed edifici rurali, altrimenti destinati ad essere abbandonati;
- una possibilità di sviluppo per aree spesso deboli sotto il profilo socio-economico
- un'opportunità di crescita delle attività turistiche anche in periodi di bassa stagione (primavera e autunno/inverno), con benefici effetti, da un lato, sull'allungamento dei periodi di utilizzo delle strutture, dall'altro, sul sostegno delle attività complementari alla ricettività;
- un effetto sinergico di mutuo rinforzo con altri e consolidati itinerari turistici.

Per questi motivi, l'agriturismo rappresenta una tipologia essenzialmente coerente, complementare e di generale impulso allo sviluppo del turismo enogastronomico.

I RISTORANTI

¹²⁸ G. Bertani, *L'agriturismo. Un'esperienza polifunzionale*, in *Materiali del Convegno Internazionale sull'Agriturismo*, 1998.

Insieme alle aziende agrituristiche, e forse più di queste, i ristoranti finiscono per creare (o ricreare) il gusto e i sapori della tavola di una zona tipica, di un giacimento enogastronomico.

Come si è più volte sottolineato, infatti, la valorizzazione di un territorio si attua soprattutto attraverso la promozione e la conoscenza dei suoi prodotti tipici e le produzioni agroalimentari di una zona sono legate alla produzione di determinati vini, i quali a loro volta costituiscono l'abbinamento ideale con le tradizioni gastronomiche del luogo.

Questo legame va dunque riscoperto e riproposto nella ristorazione locale. Anche perché il significato di un buon pasto nell'ambito di una vacanza o di un'escursione va spesso al di là del semplice significato culinario e alimentare: “il reperimento di informazioni sui ristoranti della zona visitata, la scelta del locale, l'assaporamento di cibi insoliti, connessi con le tradizioni locali, con culture e colture di origine antica, l'eccezionalità di mangiare cibi particolarmente curati nella preparazione, le eventuali implicazioni positive per la salute e, il più delle volte, la socialità di un pasto in compagnia, danno sicuramente un qualcosa in più a questo tipo di esperienza gastronomica che, oltre al semplice piacere del mangiare bene, la rendono un qualcosa di irripetibile”¹²⁹.

Il contributo dei ristoranti, dunque, alla creazione di un “clima tipico” del giacimento enogastronomico, come nel caso dell'agriturismo, è

¹²⁹ M. A. Corigliano, *op. cit.*, p. 134-135.

sicuramente fondamentale; per questo è necessario che gli addetti ai lavori si occupino di favorire gli accordi commerciali tra cantine, aziende vitivinicole, ristoranti e agriturismi, in modo da agevolare gli scambi pubblicitari e da garantire uno sbocco commerciale a tutti i prodotti presenti sul territorio presentandosi sul mercato come un sistema integrato di offerta.

Di fondamentale importanza, è la battaglia contro l'omologazione alimentare, che se da un lato abbassa i costi semplificando notevolmente la vita del ristorante dall'altro "uccide" le ricette caratteristiche della zona; occorre, invece, curare la scelta delle materie prime che dovrà essere coerente con le caratteristiche di qualità e tipicità locale di cui abbiamo già parlato in precedenza.

Questo tentativo di uscire dall'omologazione deve valere anche per le dimensioni del ristorante: "sarebbe meglio evitare troppi ospiti, un servizio affrettato, magari ignaro di quello che sta servendo, un rapporto con l'ambiente circostante troppo standard, troppo "già visto". Invece vasellame, tovaglie, arredi, numero di ospiti, collaboratori, tutto dovrebbe portare ad una coerenza culturale, raffinata senza essere artificiosa, fortemente ispirata alla tradizione del luogo"¹³⁰.

L'impegno per i ristoranti, inseriti in un giacimento, in una strada del Vino e dei Sapori, sarà, dunque, quello del recupero delle tradizioni alimentari locali.

¹³⁰ M. A. Corigliano, *op. cit.*, p. 136.

Ciò implica la ricerca di ricette di più antica tradizione locale, la produzione di eventuali alimenti oggi desueti sulle tavole, la rivisitazione delle ricette secondo l'evoluzione del gusto abbinando tradizione e fantasia degli chef.

LE CANTINE

La cantina e il suo ambiente (a partire dalle vigne) sono il luogo fondamentale di incontro della domanda di tutte le attività turistiche che si articolano sul prodotto vino, con la realtà territoriale e culturale della produzione vitivinicola; è inoltre il luogo privilegiato di riscoperta della campagna per il turista "cittadino" e di riscoperta della natura che è una delle componenti principali della domanda turistica. La visita della cantina deve consentire l'apprezzamento dei caratteri e della specificità del vino, il percorso dei turisti deve avere un carattere di consequenzialità, dare un'immagine di cultura e corretta enologia e deve proseguire con spiegazioni esaurienti e corrette, corredate da materiale illustrativo, misurate sulle diverse tipologie di turisti concludendosi con informazioni generali sulla zona, sulla Strada e sui vini e le tipicità ivi prodotte.¹³¹

La possibilità di visitare i locali adibiti alla produzione assistendo alle fasi della vinificazione che si svolgono al loro interno, e l'interesse storico, architettonico, artistico e culturale dei siti e degli edifici in cui

¹³¹ D. Colombini Cinelli, *Le cantine idonee alle strade del vino*, op. cit.

hanno sede le aziende vinicole sono due punti di forza complementari che posseggono molte cantine italiane.

Questa analisi rivolta alle cantine può essere estesa alle aziende produttrici di tipicità quali salumifici, oleifici, caseifici, ecc.. Questi ultimi potrebbero emulare i “cugini vignaioli” per valorizzare, promuovere e far conoscere le miriadi di prodotti tipici italiani, solitamente piccole produzioni, che hanno la forza di entrare nel mercato alimentare.

Si dovrebbe così arrivare a creare una sinergia completa tra tutti gli attori dell’offerta turistico enogastronomica.¹³²

4.5 Le attività complementari

Con questo termine si intendono le attività complementari a quelle strettamente inerenti alla ricettività; esse abbracciano tutte quelle iniziative di carattere culturale, sportivo ecc., sviluppabili in relazione alle risorse aziendali e agricole al fine di facilitare gli arricchimenti emozionali derivanti dalla riscoperta degli usi e dei costumi rurali.¹³³

Queste attività complementari costituiscono l’insieme degli elementi che contribuiscono a creare un sistema integrato di offerta sul territorio, un perfetto insieme fra ospitalità e consumi di prodotti enogastronomici, svago e comunicazione sociale.

¹³² D. Paolini, *I luoghi del gusto*, Baldini e Castaldi, Milano, 2002, p. 46.

¹³³ M. A. Corigliano, *Enoturismo*, Angeli, Milano, 1996, p. 76.

E' necessaria l'individuazione preliminare delle attrattive turistiche locali, nonché la predisposizione di sovrastrutture aggiuntive finalizzate ad attività di svago praticabili in loco.

Al momento enogastronomico in se, infatti, si possono aggiungere in modo più o meno creativo altre attività, quali gite a cavallo, noleggio di attrezzature sportive, escursioni naturalistiche, percorsi in mountain bike, partecipazioni a sagre o manifestazioni culturali locali, visite a borghi storici.

Tali iniziative possono essere ulteriormente potenziate attraverso l'organizzazione di corsi "ad hoc", opportunamente integrati con adeguate attività di animazione. Queste ultime appaiono di rilievo per l'arricchimento del prodotto turistico, soprattutto per quanto riguarda gli aspetti enogastronomici.

La visita, la degustazione, l'abbinamento della visita con la gastronomia, la cena nei ristoranti tipici, le sagre sono occasioni di grande rilevanza promozionale e possono diventare momenti cruciali di commercializzazione e comunicazione del prodotto.¹³⁴

Tuttavia, l'onere per la singola azienda agricola risulterebbe assai gravoso ed i risultati, qualora ci fossero, non sarebbero privi d'ingenti costi che comprometterebbero l'economicità dell'azienda stessa; anche in questo caso, l'intervento delle Istituzioni locali è una condizione, sine qua non, per la buona riuscita del progetto in esame.

¹³⁴ R. Pastore, *Il marketing del vino e del territorio, istruzioni per l'uso*. Angeli, Milano, 2002.

Per risultare efficaci, inoltre, le iniziative di tal genere devono essere coordinate tra loro e, cosa non da poco, vi devono essere anche delle sovrastrutture ed infrastrutture ad hoc, quali per esempio la promozione turistica, la redazione di mappe e guide, lo studio di itinerari, piste ciclabili, percorsi con buoni livelli di segnaletica, circuiti serviti da mezzi pubblici e privati ecc..

4.6 L'intermediazione nel turismo enogastronomico

L'attività di intermediazione turistica diventa necessaria qualora la domanda preferisca recarsi nelle cantine e nei luoghi di produzione dei prodotti tipici in modo organizzato evitando il turismo del "fai da te", che comunque rimane la via più praticata grazie alla sempre maggior diffusione di internet.

L'attività di intermediazione è svolta principalmente dai tour operator e dalle agenzie di viaggio tradizionali. Il prodotto dell'intermediazione può essere in primo luogo un pacchetto incentrato esclusivamente sul turismo enogastronomico e sulla visita ai luoghi di produzione. Tali offerte si riferiscono ad agenzie specializzate di piccole dimensioni con una clientela ben definita, desiderosa di conoscere la cultura del vino o del prodotto tipico in tutti i suoi aspetti.¹³⁵

Pur essendo ai primi stadi del panorama turistico italiano, questa sottocategoria, il turismo enogastronomico, molto diretta e specifica,

¹³⁵ M. A. Corigliano, *op. cit.*, p. 70.

ha interessanti legami con il turismo scolastico/giovanile e con quello più adulto e da terza età, prevalentemente primaverile il primo, autunnale il secondo.

In secondo luogo, i prodotti del turismo enogastronomico possono rientrare in moduli da inserire in un più ampio e articolato pacchetto turistico, in modo da costituirne un “fattore integrativo” d’attrattività. Tale sottocategoria presenta ottime prospettive di sviluppo, perché ha accesso a bacini di domanda molto ampi, altrimenti difficilmente raggiungibili.

Essa solitamente ha l’effetto di consolidare il legame affettivo, o più semplicemente memoriale, che il turista ha con il territorio.

La terza ed ultima tipologia di offerta consiste nel porre il momento enogastronomico quale elemento centrale su cui articolare un insieme di ulteriori attrattive, soprattutto a carattere culturale.

La differenza con la seconda sta nel fatto che l’esperienza enogastronomia è qui posta in primo piano e ne fa da corollario una serie di altre attività tali da richiamare un più vasto insieme di turisti alla fruizione del prodotto tipico.

Qualunque forma si attribuisca ai prodotti offerti dall’intermediazione, su di essa grava l’onere di sviluppare una professionalità specifica e mansioni particolari.

L’operatore turistico (guida, animatore, accompagnatore ecc..) deve possedere conoscenze specifiche inerenti innanzitutto alla cultura del

prodotto tipico, ma anche ai suoi riferimenti territoriali ed alla sua generale connessione alla cultura ed alle tradizioni locali.

La professionalità degli intermediari, inoltre, deve riguardare la compatibilità dei flussi turistici con l'ecosistema di riferimento; in particolare, è necessario che si rispetti la capacità di carico secondo le potenzialità delle strutture ricettive locali.

In tal modo, il fenomeno turistico può risultare compatibile al territorio rispettandone il fragile equilibrio rurale, che spesso caratterizza i luoghi di provenienza dei prodotti tipici.

Prendiamo ora in esame due mezzi di intermediazione, rispettivamente internet e l'editoria, che fungono da contenitori di informazioni e che mettono in contatto la domanda e l'offerta.

Questi vengono solitamente consultati dal turista appassionato di enogastronomia che volendo approfondire le proprie conoscenze ricerca, si informa e si costruisce il proprio itinerario in base ad esigenze ed interessi specifici.

Altra parte di utenti è formata da un pubblico medio-giovane che ha una facilità di utilizzo della rete internet che gli consente di scandagliare una vasta offerta, di risparmiare tempo e magari ottenere anche vantaggi di prezzo derivanti dall'eliminazione di intere fasi della catena.

Come sostiene Andreina Mandelli, nel suo articolo , *turismo online*,¹³⁶ il turismo è uno dei settori a maggior tasso di sviluppo su internet perché con l'applicazione della tecnologia di rete ai servizi e alle transazioni è possibile ottenere una riduzione dei costi e un aumento della qualità dei servizi offerti.

Il target di riferimento principale è sempre il pubblico non residente sul territorio. Questa fascia di utenti può essere interessata ad ottenere informazioni, ad acquistare prodotti locali o, semplicemente, può cercare contatti con i residenti.

Un'ulteriore fascia di utenza proviene dalle zone limitrofe all'area turistica, spesso identificabile nel territorio provinciale. Oltre che alle informazioni turistiche questa audience è interessata a fruire di specifici servizi, ad esempio di intrattenimento, disponibili solo in determinate località.

In questo caso i siti dovrebbero fornire informazioni aggiornate sugli avvenimenti nell'area e possibilmente indicazioni utili a favorire la mobilità sul territorio.

La promozione di un territorio sulla rete può dunque tornare a vantaggio di diverse categorie di soggetti: non solo i turisti ma anche i residenti, le imprese che producono beni per i mercati internazionali, le aziende legate al turismo e ai beni culturali, e così via. Iniziative che seguono questo obiettivo dovrebbero quindi puntare alla

136

<http://sole.ilssole24ore.it/24oreinformatica/commercio/commercio7/pagina1.htm>

valorizzazione delle risorse locali, alla visibilità delle imprese locali, alla fruizione di servizi specifici per il turista, quali la prenotazione di alberghi, ristoranti, visite guidate ecc..

Si può analizzare ora un altro canale d'intermediazione: l'editoria.

Strettamente abbinate alla crescita del turismo enogastronomico e dell'organizzazione di manifestazioni di settore sempre più affollate (come il Salone del Gusto e tante altre minori) sono le numerose iniziative delle case editrici per immettere sul mercato guide del gusto, repertori con tanto di schede tecniche sui vini e sulla loro degustazione, nonché nuove riviste specializzate.¹³⁷

E' altresì interessante notare come le collane storicamente predisposte per gli addetti ai lavori tendano a dare sempre maggior spazio al turismo enogastronomico, e le riviste femminili riservino ampio spazio nei loro articoli all'enogastronomia con inserti speciali, soprattutto in occasione di eventi particolari.

L'interesse per l'enogastronomia, con la nascita di una nuova coscienza del turista che vuole conoscere profondamente un territorio attraverso i suoi prodotti tipici e i suoi vini, si è sviluppato in modo esponenziale negli ultimi anni. Questo crescente interesse ha portato, come già detto, di riflesso a un aumento dell'offerta da parte della stampa specialistica, determinando la nascita di nuovi progetti

¹³⁷ M. A. Corigliano, *Turisti per gusto*, De Agostini, Novara, 2004, p. 169.

editoriali e un'evoluzione di quelli esistenti, sia a livello strutturale sia nella scelta degli argomenti trattati.

La riscoperta della tipicità e delle tradizioni deve essere considerata non una moda, ma la risposta a un comportamento nuovo e più consapevole del consumatore.

Il comparto dell'editoria enogastronomica, ricercando prodotti e tradizioni dimenticate, enfatizza le differenze e porta alla conoscenza del lettore prodotti e sapori di cui si era persa la traccia, missione questa, che se svolta correttamente, può contribuire alla sostenibilità.

La massiccia diffusione del tema attraverso i media, inoltre, spinge le imprese del comparto agroalimentare a "tipicizzare" i propri prodotti, rispondendo così alle richieste di una domanda in continua crescita.

Il rischio è che le aziende promuovano tipicità inesistenti per ottenere una citazione di rilievo dei media, catturando così l'attenzione del consumatore. I media, a loro volta, potrebbero speculare sulla promozione di prodotti che tipici non sono pur di beneficiare di introiti pubblicitari.¹³⁸

Il ruolo che deve ricoprire un'informazione editoriale seria e competente deve essere quello di fornire al lettore una guida sicura nel variegato mondo dell'enogastronomia e di garantire e valorizzare le tipicità territoriali.

¹³⁸ Ibidem, p. 184.

Da questo punto di vista, alle guide è richiesto di adottare un comportamento corretto e un atteggiamento critico, così da accompagnare il lettore sulle strade delle autentiche tradizioni del nostro territorio; dai repertori si attendono informazioni il più possibile dettagliate sulle caratteristiche dei prodotti proposti al lettore; per le riviste si auspica il ruolo di autorevoli organi d'informazione, premessa del quale è un'indispensabile indipendenza dagli sponsor.

4.7 I prodotti tipici: il concetto di tipicità

Il minimo comune denominatore per caratterizzare un prodotto come tipico è senza dubbio il legame che esso possiede con il territorio da cui proviene.

In particolare, un prodotto può essere definito tipico se conserva delle caratteristiche costanti nel tempo e le associa alla sua localizzazione e soprattutto alla sua origine.

Innumerevoli sono i casi in cui la tipicità delle produzioni si manifesta nell'inscindibile legame delle loro materie prime al territorio.

Le produzioni tipiche oltre alla dimensione geografica, incorporano anche una dimensione storica; un prodotto è tanto più tipico quanto più affonda le sue radici nella storia e quanto più si rifà ad usi locali costanti nel tempo; non va dimenticata la dimensione culturale, tanto più forte quanto più i prodotti riescono a richiamare sapori, memorie, valori e rappresentazioni collettive; “il cibo è espressione di un luogo e di una cultura che per essere compresa deve in qualche modo essere “mangiata”.

E’ questa la straordinaria virtù contenuta in quelli che vengono riconosciuti come prodotti tipici, che sono in realtà dei veri e propri giacimenti perché hanno un contenuto di cultura materiale nascosto che deve essere portato alla luce appunto dai sensi”.¹³⁹

E’ d’obbligo un’importante precisazione terminologica che mette al riparo da possibili equivoci ed eviti di confondere le produzioni tipiche con quelle locali. Adotteremo come definizione quella di M.A. Corigliano¹⁴⁰, secondo la quale per “tipico”, si intende tutto ciò che è caratterizzato da precisi connotati storico-culturali e materiali radicati nel territorio d’origine; si definisce, invece, “locale” tutto ciò che viene prodotto in un determinato luogo, pur senza essere legato alle sue tradizioni e alle specificità geofisiche del suo ambiente naturale; l’appellativo “tradizionale” si riferisce, infine, a prodotti

¹³⁹ D. Paolini, *Il cibo e i cinque sensi*, in “Sociologia della comunicazione” n.29, Angeli, Milano, 2000, p.138.

¹⁴⁰ M. A. Corigliano, *Strade del vino ed enoturismo*, Angeli, Milano, 1999, p. 59.

agroalimentari ricondotti a disciplinari, vale a dire a metodi di lavorazione, conservazione e stagionatura consolidati nel tempo.

E' innegabile il fatto che, a parte il legame "materiale" con il territorio, che rimane comunque alla base dei prodotti tipici, essi possiedono un potenziale evocativo della regione di appartenenza, che li lega indissolubilmente alla storia, alle tradizioni e alla cultura dei suoi abitanti.

Tale caratteristica, spesso, è così radicata nel prodotto tipico da essere in grado di soddisfare il bisogno di scambio culturale che spinge il turista enogastronomico ad intraprendere il viaggio.

Se il bene materiale in se stesso deve possedere caratteristiche organolettiche d'eccellenza per appagare la ricerca di qualità e di genuinità della domanda enogastronomia, esso non di meno deve mantenere inalterate nel tempo quelle virtù immateriali che lo colleghino per associazione mentale d'idee a quel particolare luogo, evocando l'unicità delle sue tradizioni e della cultura dei suoi abitanti.

Ogni capolavoro dell'artigianato alimentare italiano, essendo frutto di un apporto umano preponderante, fatto di conoscenze e di sapienza trasmesse da generazioni, di tecniche spesso insostituibili dai moderni strumenti industriali, non è riproducibile su larga scala e viene preparato e confezionato singolarmente, da qui il carattere di

preziosità, di tipicità e l'alto valore economico e commerciale dei nostri prodotti.¹⁴¹

4.8. I diversi livelli di tipicità

Il concetto di tipicità spesso viene identificato nella provenienza delle materie prime da un territorio specifico nel quale, nella maggior parte dei casi, il prodotto viene lavorato e confezionato.

In realtà, non essendo la tipicità un concetto assoluto, non esiste una sua definizione univoca, il che rende alquanto complesso se non vano il tentativo di classificarla in uno stretto ambito definitorio.

Dal momento che sono presenti produzioni con diversi livelli di tipicità, è molto più utile e logico cercare una risposta alla domanda: “quanto è tipico?” piuttosto che: “è tipico o no?”. La “quantificazione” di tale attributo è, del resto, premessa dal fatto che i prodotti tipici contengono valori materiali e quindi dimostrabili e misurabili, oltre a quelli immateriali e culturali.

Di conseguenza, secondo un rapporto Nomisma sui prodotti tipici e l'agricoltura italiana, tanto più si potrà considerare tipico un prodotto quanto maggiori sono i vincoli, i legami e gli elementi di differenziazione che esso possiede rispetto alle variabili cui si sta per accennare.

¹⁴¹ Ibidem, p. 88.

Esse riguardano sia le fasi della filiera di produzione, tra le quali sono comprese quelle relative alle materie prime, alla trasformazione, alla stagionatura e alla conservazione, sia le caratteristiche del prodotto stesso, nelle quali si considera, invece, la localizzazione, gli input di produzione e le tecniche di gestione.

Apprezzare la tipicità di un prodotto esclusivamente per la sua provenienza geografica, come ipotizzato nel paragrafo precedente, significa fare riferimento unicamente alla caratteristica localizzativa per le tre fasi della filiera; in questo senso, quanto più individuati o individuabili geograficamente sono l'approvvigionamento, la trasformazione e la conservazione/stagionatura del prodotto, tanto più la produzione stessa si può considerare tipica.

Come detto, però, la variabile localizzativa non è sufficiente per spiegare in modo esaustivo il concetto di tipicità. Sulle fasi di filiera, infatti, si riversano gli effetti di diverse tecniche gestionali, fatto questo che induce a considerare tipico un prodotto che trova le sue identità distintive di produzione tecnica in un luogo particolare, anche se la provenienza delle materie prime, la loro trasformazione e conservazione/stagionatura non è facilmente localizzabile.

L'Italia è ricchissima di tale realtà enogastronomiche, basti pensare a quei formaggi o a quei salumi che risultano tipici non tanto per il dove, quanto per il come essi vengono prodotti, stagionati, conservati.

Le tecniche di cottura, di spremitura, di raccolta delle materie prime, i diversi tempi di stagionatura e le molteplici modalità di conservazione danno vita ad una pluralità di prodotti che, pur rientrando nella stessa categoria e persino nella stessa tipologia, hanno indicazioni geografiche diverse a seconda appunto di tali variabili tecniche.¹⁴²

Il fatto straordinario è che lo stesso prodotto, o meglio la stessa materia prima, subisca delle differenze seppur minime, quasi a manifestare una cultura del territorio propria, non nazionale, non omogenea. In questo contesto è frequente incorrere in errori o imprecisioni riguardo l'autentica tecnica di produzione soprattutto quando alle caratteristiche intrinseche del prodotto deve essere considerata anche la provenienza geografica.

Quindi preso in considerazione un unico prodotto, che proviene tuttavia da due località diverse, l'attributo di tipicità verrà assegnato a quello nel cui luogo di provenienza si riscoprono come tipiche anche le tecniche di gestione delle materie prime, della trasformazione e della stagionatura/conservazione.¹⁴³

Di fatto, in virtù dell'artigianalità dei prodotti tipici non sempre è agevole verificare il grado di conformità alla tradizione produttiva che, lungi dall'essere immutabile, riflette la pur lenta evoluzione nelle caratteristiche e nei processi di produzione, spesso differenti in zone limitrofe o addirittura da borgo a borgo.

¹⁴² D. Paolini, *Un arcipelago di cultura materiale*, il sole 24 ore.

¹⁴³ Nomisma, *Prodotti tipici e sviluppo locale. Il ruolo delle produzioni di qualità nel futuro dell'agricoltura italiana*. Milano, Il sole 24 ore, 2001.

Rimane comunque valido il discorso riguardo alla dimensione storica e culturale che è stato affrontato nel precedente paragrafo.

Infatti, il legame con il territorio, oltre a quello appena considerato riguardo alla localizzazione dell'intera filiera, agli input di produzione e alle tecniche di gestione, deve esplicitamente manifestarsi nella valenza culturale del prodotto, il quale sarà tanto più tipico quanto più sarà in grado di evocare la storia, l'arte, la tradizione di un luogo, dimostrando così il suo valore culturale.

4.9 Aspetti normativi previsti dall'UE

Uno degli aspetti più rilevanti del modello di sviluppo agricolo europeo è quello di aver mantenuto, accanto a processi di produzione su grande scala ed elevata tecnologia, un vasto insieme di produzioni locali, di carattere prevalentemente artigianale, inscindibilmente connesse con l'identità storica e geografica del territorio.

Si tratta di prodotti che non presentano certo i vantaggi competitivi delle grandi scale produttive, in cui il fattore prezzo gioca un ruolo dominante, ma che mantengono una posizione competitiva molto forte

quanto a qualità, frutto appunto di un lungo percorso storico e culturale che conferisce a questi cibi il carattere di tipicità locale.¹⁴⁴

I marchi di garanzia sono lo strumento istituzionale più importante ed oggi sempre più ricercato per la tutela dei prodotti tipici.

I marchi comunitari DOP e IGP sono stati previsti dal regolamento n° 2081/92, entrato in vigore il 24 luglio 1993; di seguito sono illustrati singolarmente.¹⁴⁵

Denominazione di origine protetta (DOP)

Nel regolamento sopra citato per denominazione d'origine si intende il nome di una regione, di un luogo determinato o in casi eccezionali di un paese che serve a designare un prodotto agricolo o alimentare:

- (a) originario di tale regione, di tale luogo determinato o di tale paese;
- (b) la cui qualità o le cui caratteristiche siano dovute essenzialmente o esclusivamente all'ambiente geografico comprensivo dei fattori naturali ed umani e la cui produzione, trasformazione ed elaborazione avvengono nell'area geografica delimitata.

¹⁴⁴ M. A. Corigliano, *Turisti per gusto. Enogastronomia, territorio, sostenibilità*. De Agostini, Novara, 2004, p. 51.

¹⁴⁵ Fonte, *Commissione Europea*.

Indicazione geografica protetta (IGP)

Con tale marchio s'intende il nome di una regione, di un luogo determinato o, in casi eccezionali, di un paese che serve a designare un prodotto agricolo o alimentare:

- (a) originario di tale regione, di tale luogo determinato o di tale paese;
- (b) di cui una determinata qualità, la reputazione o un'altra caratteristica possa essere attribuita all'origine geografica e la cui produzione e/o trasformazione e/o elaborazione avvengano nell'area geografica determinata, o che una sola fase del processo avvenga in essa. Quindi l'IGP è un marchio comunitario che viene attribuito a prodotti originari di uno specifico ambito territoriale, ma per il quale, a differenza della DOP, è sufficiente che un solo ingrediente provenga dall'area geografica determinata, o che una sola fase del processo di lavorazione avvenga in essa.

Specialità tradizionali garantite (STG)

Il regolamento n° 2082/92 fissa le regole per il riconoscimento delle Specialità Tradizionali Garantite (STG).¹⁴⁶

I beni con tale marchio, a differenza di quelli DOP e IGP, non presentano un legame con l'ambiente geografico e possono essere

¹⁴⁶ *Ibidem.*

prodotti ovunque nell'Unione Europea, fatto salvo il rispetto delle norme di ottenimento riconosciute.

Pur essendo il mezzo privilegiato per la salvaguardia a livello comunitario delle produzioni tipiche, la regolamentazione comporta dei limiti; essa, infatti, determina dei confini rigidi che, non di rado, escludono produzioni dalla tipicità spesso più radicata di molti prodotti industriali (o semi-industriali) cui viene concesso il marchio, ed impone una fedeltà alle normative che riduce la possibilità di variazioni, inventive ed elaborazioni. Queste ultime, del resto, sono frequenti e inscindibilmente legate all'artigianalità del prodotto tipico stesso.¹⁴⁷

In riferimento al regolamento Cee n. 2081/92 l'obiettivo perseguito appare, quindi, in primo luogo, la tutela degli interessi dei produttori dei prodotti agroalimentari aventi caratteristiche qualitative particolari e di riflesso la tutela dell'interesse del consumatore. Il regolamento proteggendo le produzioni tipiche permette anche di valorizzare i territori di produzione, spesso zone rurali, e favorisce le popolazioni che vi lavorano; occorre a questo punto sottolineare il concetto di

¹⁴⁷ Per questo motivo il testo della legge comunitaria approvata definitivamente dal senato il 16 dicembre 1999 stabilisce controlli più semplici e deroghe dalle direttive comunitarie per i prodotti alimentari tipici italiani.

Per essi vengono semplificati i controlli e viene prevista la salvaguardia di quei prodotti che non potrebbero avere certificazione di qualità (come alcuni tipici formaggi) in base alle normative comunitarie.

In questo caso è stata confermata la possibilità della vendita dal produttore al consumatore dei cosiddetti prodotti tipici locali e delle specialità enogastronomiche italiane di alta qualità, che richiedono peculiari modalità di lavorazione non rientranti nella normativa igienico-sanitaria imposta dalle direttive europee.

“multifunzionalità”¹⁴⁸ introdotto dall’Unione Europea per riconoscere all’agricoltura, oltre alla funzione produttiva, anche una funzione ambientale e sociale che la qualifica come attività “più che economica”. L’agricoltura contribuisce infatti, tra l’altro alla preservazione e al miglioramento del paesaggio, alla protezione dell’ambiente (anche dalle calamità naturali), alla viabilità delle aree rurali e inoltre deve rispondere a esigenze dei consumatori quali la qualità e la sicurezza alimentare.

4.10 I prodotti tipici e gli OGM

La ricerca scientifica, le innovazioni tecnologiche e la convenienza a scale economico-finanziarie di rilevanti dimensioni hanno cadenzato il percorso dell’evoluzione del settore alimentare.

Si sono imposti modelli di consumo di alimenti di composizione incerta, preparati con processi produttivi spesso incontrollati e consumati in modo frettoloso e distratto.

L’ampliamento dei mercati risponde alla logica di privilegiare gli alti volumi di offerta; la globalizzazione dei mercati e la rivoluzione informatica e dei trasporti hanno consentito la commercializzazione di prodotti alimentari su scala industriale; la loro standardizzazione ha sì consentito l’abbattimento dei costi medi di produzione, ma ha anche provocato l’appiattimento dei gusti e l’isolamento dei prodotti di

¹⁴⁸ M. A. Corigliano, *Turisti per gusto*, De Agostini, Novara, 2004, p. 53.

nicchia con i conseguenti scadimenti di cultura, abbassamenti di toni e reiterazione di comportamenti.

Nella menzionata panoramica dell'agroalimentare non vanno poi dimenticate tutte quelle tecniche produttive che, se liberalizzate, costituiscono un serissimo ostacolo per la conservazione e la visualizzazione sul mercato dei prodotti tipici e tradizionali.

Ci si riferisce, in particolare, agli organismi geneticamente modificati (OGM) che possono costituire un'arma veramente potente in mano alle multinazionali per la conquista di nuovi mercati e per il raggiungimento di livelli di redditività elevati.

La società umana riteneva e ritiene tuttora di risolvere la questione alimentare nel mondo attraverso le moderne biotecnologie che consistono nel trasferire a piante ed animali, attraverso il Dna ricombinato, una serie di geni per migliorarne la produzione, la resistenza alle malattie, l'adattamento all'ambiente e la qualità.

L'uso di tali biotecnologie nel 2001¹⁴⁹ ha raggiunto i cinquantatré milioni di ettari, per lo più investito con colture estensive del tipo soia, mais, tabacco e cotone con una produzione di due miliardi di dollari.

Il 66% di questa superficie è, non a caso, negli Stati Uniti, dove il mais modificato, per esempio, impegna già un terzo della superficie occupata da tale prodotto. Non a caso, negli Stati Uniti, dove la cultura alimentare dominante è quella che considera gli alimenti solo

¹⁴⁹ M. Blandet, *La sfida degli Ogm*, articolo pubblicato sull'*Avvenire*.

per il loro valore nutrizionale ed i pranzi solo una frettolosa e ripetitiva necessità alimentare; modello questo tipicamente metropolitano che riflette una specifica filosofia esistenziale basata sul consumismo, sulla produttività ai massimi livelli e su stressanti ritmi di vita.

Nel Vecchio Continente, invece, le biotecnologie hanno incontrato molte riserve; e proprio in Europa, soprattutto nell'area mediterranea (Portogallo, Spagna, Francia, Italia, Grecia), la cultura alimentare predominante è rispetto a quella americana più tradizionale e più legata alla storia locale. Inoltre i pranzi sono occasione di convivio, di incontro sociale, di dialogo e di riflessione comune, momento di coesione familiare; essi hanno un significato rituale, per cui il cibo non è solo alimento nutrizionale, ma è simbolo di cultura, di storia, di tradizione.

E' comprensibile, dunque, il fatto che in Europa l'opinione pubblica in generale recepisca ed accetti gli OGM in maniera più ostica rispetto agli Usa; si stima, addirittura, che circa il 70% dei consumatori dell'Ue si dichiarino contrario a questi prodotti.¹⁵⁰

Il consumatore italiano, in particolare, è diventato più diffidente e bada, al contrario, sempre più alla sicurezza, alla qualità, alla genuinità dei prodotti agricoli. Secondo uno studio dell'Eurispes¹⁵¹, il biologico, estremo opposto delle culture Ogm, sta diventando il

¹⁵⁰ Ibidem.

¹⁵¹ N. Cottone, *Sempre più biologico nell'agricoltura*, il sole 24 ore, fonte: Eurispes.

motore dell'agricoltura italiana (oggi i consumi di prodotti biologici rappresentano circa il 5% dell'intero settore alimentare).

Inoltre, l'intervento d'associazioni, quali Slow food¹⁵² e Legambiente¹⁵³, e di catene della grossa distribuzione, quali Coop ed Esselunga¹⁵⁴, che sempre più stanno puntando sull'offerta di merce biologica, costituiscono un forte freno per la loro diffusione.

In un'epoca in cui le biotecnologie rappresentano una preoccupante minaccia per la salute dell'uomo e per gli equilibri ambientali, il significato intrinseco ai prodotti tipici diventa ancor più stringente ed evidente, soprattutto in quei paesi, come l'Italia, ricchi di tradizione culinaria in cui non solo i pranzi sono occasione di socialità e di convivialità, ma anche dove le preferenze dei consumatori sono orientate verso elementi caratterizzati dalla genuinità degli ingredienti e dall'artigianalità o, in ogni caso, dalla rintracciabilità del processo produttivo.

In questo senso, è verosimile che le colture, che sono anche cultura e tradizione, possano trovare sempre più consenso e sostegno, anche presumibilmente da coloro che, contrari alle nuove sperimentazioni di

¹⁵² Slow Food è un Movimento Internazionale a sostegno della cultura del cibo e del vino, nato nel 1989.

Si contrappone alla tendenza alla standardizzazione del gusto, difende la necessità di informazioni da parte dei consumatori del mondo e promuove il mantenimento di un equilibrio di rispetto e di scambio con la natura.

¹⁵³ Legambiente ha diffuso una buona lista della spesa con i nomi di tutte le aziende, come Barilla, che hanno dichiarato di non volere impiegare gli Ogm.

¹⁵⁴ Esselunga ha da tempo realizzato e messo in commercio una linea di prodotti derivanti da agricoltura biologica in netto contrasto con tutto ciò che è transgenico.

laboratorio, realtà già consolidata negli USA, si convertono o si riconvertono alla naturalità dei prodotti tipici.

L'Ue ha protetto il suo patrimonio di prodotti tipici con le denominazioni d'origine e le indicazioni geografiche.

Nati per necessità e curati come espressione di abilità, sono entrati nella storia e nella cultura delle popolazioni locali; di produzione e di consumo per lo più limitati, su di essi l'uomo mediterraneo ha costruito la sua identità gastronomica culinaria e i suoi costumi alimentari locali, che sono l'antitesi degli appiattimenti imposti dalla vita sempre più stressante e frenetica dei nostri giorni.

La riscoperta delle produzioni tipiche, della loro particolare specificità olfattiva, gustativa e visiva, potrà controbilanciare gli effetti, sicuramente preoccupanti, che la sperimentazione genetica potrà avere in ambito alimentare.

4.11 La valorizzazione dei prodotti tipici

Nonostante il fatto che il consumatore italiano medio ponga le basi della scelta d'acquisto dei prodotti alimentari sul criterio della garanzia di qualità e dei marchi di tutela¹⁵⁵ è diffusa una generale e

¹⁵⁵ Nella lista sui criteri di scelta dei prodotti alimentari, il criterio della qualità e dei marchi di tutela ha ottenuto un punteggio medio di 8.8, contro l'8.2 sia della naturalità che della provenienza italiana del prodotto. La vicinanza al punto vendita (8), il prezzo e la convenienza (7.4), la presenza di promozioni (6.4), hanno una rilevanza media. Scarsa importanza, invece, per la provenienza regionale o provinciale dei prodotti alimentari (5.9) e la presenza di una marca famosa (5.4).
Fonte: Nomisma, Indagine Prodotti Tipici.

preoccupante ignoranza sulla presenza e sul significato dei marchi di garanzia¹⁵⁶.

S'intuisce, quindi, l'importanza delle innumerevoli iniziative volte, in generale, alla promozione dei prodotti tradizionali italiani, che sono da sempre un patrimonio non solo gastronomico culinario, ma anche culturale.

Innanzitutto, vanno ricordate quelle promosse dai Gruppi d'azione locale¹⁵⁷ (GAL) all'interno delle varie Iniziative comunitarie Leader¹⁵⁸, mediante interventi d'assistenza tecnica rivolti alla qualificazione e alla certificazione dei processi produttivi, molti GAL hanno promosso attività finalizzate all'ottenimento del connotato di tipicità per molti prodotti locali.

Oltre alle esperienze interne ai programmi leader, altre iniziative di valorizzazione gastronomica, in primo luogo dei prodotti tipici, sono sempre più spesso contestualizzate in ambito di fiere o di manifestazioni promotrici del turismo.

Il loro scopo è quello di consentire la promozione e la valutazione d'idee e di attività operative allo scopo di valorizzare i numerosissimi

¹⁵⁶ L'81,9% e l'87,5% degli intervistati non conosce rispettivamente le IGP e le STG; il 72% ignora le DOP. *Fonte: Nomisma, Indagine Prodotti Tipici.*

¹⁵⁷ Raggruppamenti locali di soggetti pubblici e privati che gestiscono l'iniziativa Leader.

¹⁵⁸ Il programma Leader è un'iniziativa comunitaria che ha come obiettivo prioritario quello di favorire e accompagnare lo sviluppo economico e sociale delle aree rurali. I temi prioritari fissati dalla commissione sono: a) utilizzare in maniera ottimale le risorse naturali e culturali; b) migliorare la qualità della vita nelle zone rurali; c) promuovere il valore aggiunto dei prodotti locali, in social modo agevolando l'accesso ai mercati alle piccole unità di produzione per il tramite di azioni collettive; d) utilizzare le conoscenze e le nuove tecnologie per incrementare la capacità concorrenziale dei prodotti e dei servizi nelle zone rurali.

prodotti tradizionali e i territori di loro provenienza. A tal proposito, basti ricordare le diverse manifestazioni fieristiche che riguardano in modo più o meno approfondito il patrimonio enogastronomico italiano; tra queste: il Salone del Gusto di Torino¹⁵⁹, o l'ormai leggendario Vinitaly¹⁶⁰ e tante altre manifestazioni di carattere minore quali fiere, sagre, feste e ricorrenze disseminate per tutta la penisola che richiamano migliaia di visitatori che hanno così attraverso il richiamo dei prodotti tipici la possibilità di conoscere la cultura e le tradizioni del proprio e dell'altrui territorio ampliando la propria cultura e rafforzando le proprie radici.

Si prenderanno ora in esame due progetti che hanno come loro obiettivo quello di valorizzare le produzioni tipiche riconoscendogli lo status di beni culturali. Si tratta dell'ormai consolidata associazione Slow Food e del progetto Res tipica.

Slow Food

Slow Food è un movimento internazionale a sostegno della cultura del vino e del cibo nato nel 1989. Nel 1996 promuove il progetto Arca del Gusto volto a salvare un patrimonio economico, sociale e culturale straordinario, fatto di realtà artigiane e contadine non scritte ma ricche e complesse, di competenze e tecniche antiche. Un universo di salumi, formaggi, cereali, ortaggi, razze locali che spesso devono la loro

¹⁵⁹ Fiera internazionale sui prodotti alimentari tipici organizzata da Slow Food che si tiene ogni due anni a Torino.

¹⁶⁰ Fiera internazionale sul vino.

particolarità e la loro eccellenza organolettica a situazioni di isolamento, alla necessità di adattarsi a condizioni difficili.

Grazie al lavoro della sua Commissione Scientifica, l'Arca Italiana arriva ad annoverare oltre 400 prodotti. Nel 1999 così nasce il progetto dei Presidi come fase operativa dell'arte del gusto, che cerca di valorizzare e promuovere appunto quei prodotti del nostro patrimonio agroalimentare che rischiano di scomparire, pur essendo di assoluta qualità, genuinità e consigliabili anche per una corretta dieta alimentare.

Rischiano l'estinzione in quanto le piccole produzioni artigianali hanno costi elevati e le quantità sono limitate, fattori che avvantaggiano la concorrenza dell'industria alimentare e della grande distribuzione.

Il compito del presidio Slow Food è quello di sostenere le piccole produzioni ed aiutarle a trovare sbocchi di mercato remunerativi, promuovendo qualità e giusto prezzo, valorizzando innumerevoli microeconomie, aree marginali di montagna e di collina, e vincendo con la qualità e la diversità le concorrenze di natura quantitativa.

Il presidio cerca di realizzare tutto ciò attraverso quattro principali passaggi: cerca i produttori e li riunisce coinvolgendo tecnici e istituzioni interessate al progetto; identifica l'area di produzione e raccoglie dai produttori tutte le informazioni necessarie alla stesura di un disciplinare di produzione, strumento indispensabile per garantire

la completa tracciabilità, l'artigianalità e l'alta qualità dei prodotti; aiuta i produttori a riunirsi in un'associazione con un nome e un marchio comune ed infine comunica, ovvero, racconta ai consumatori di tutto il mondo che esiste un prodotto straordinario e che cercarlo, acquistarlo e assaggiarlo è un piacere per il gusto, un modo per conoscere la storia e le tradizioni di un territorio e per preservare una grande cultura.

Obiettivo dei futuri Presidi Slow Food sarà quello di “sbarcare” nelle zone sottosviluppate del mondo cercando di recuperare e diffondere i saperi tradizionali, affinché divengano motore di sviluppo e benessere.

I paesi “poveri” sono in realtà ricchi di uno straordinario patrimonio di specie vegetali e animali, di antiche culture locali, di mai espresse potenzialità umane; difenderle e promuoverle partendo dal basso, dalle differenze personali e collettive, può consentire di innescare un processo di crescita ideale e materiale che andrà a profitto di tutto il mondo.

A livello nazionale Slow Food opera con il sostegno del Ministero per le Politiche Agricole e in collaborazione con Legambiente; mentre a livello locale coinvolge tutti gli enti e le associazioni sensibili a queste problematiche: Regioni, Province, Comuni, Comunità Montane, Gruppi di Azione Locale, Università, WWF, Enti Parco, Associazioni di categoria.

Res Tipica

Il “progetto Res Tipica” è un’iniziativa promossa dall’A.N.C.I.(Associazione Nazionale Comuni Italiani) per la difesa e lo sviluppo delle tradizioni locali intese come beni culturali. A differenza del progetto Slow Food ormai consolidato ed in continuo sviluppo questo è in fase nascente e non si limita al tentativo di valorizzare solamente il prodotto tipico enogastronomico ma tutto ciò che è tipico in quanto tale che possiede una sua storia, una sua tradizione inscindibilmente legata al territorio.

Vediamo ora un elenco di obiettivi che l’associazione si è prefissata:

- Valorizzazione e promozione della ristorazione di qualità;
- Miglioramento dell’accesso e della conoscenza dei prodotti tipici territoriali attraverso i canali distributivi delle principali catene italiane;

Tutela e valorizzazione delle botteghe storiche e degli antichi mestieri, attraverso il recupero della memoria storica, delle conoscenze e dei saperi legati alle produzioni;

- Inserimento delle tipicità nelle reti di promozione dei prodotti, dalle strade tematiche, alle comunità virtuali, al commercio elettronico, alle manifestazioni specializzate;
- Chiara segnalazione dei luoghi di produzione, trasformazione e fruizione dei prodotti del territorio;

- Tutela del consumatore attraverso una corretta informazione e promozione di azioni efficaci contro l'agropirateria, con la predisposizione di sistemi di tracciabilità ed etichettatura dei prodotti;
- Creazione di eventi permanenti ed itineranti;
- Visibilità dei piccoli comuni, rappresentanti il 72% del tessuto comunale nazionale.

Tutto ciò nasce dalla convinzione che la tipicità sia definita dall'interazione tra ambiente naturale e intelligenza degli uomini e che nel mondo globale odierno il significato stia proprio nelle sue diversità. Chi è ben radicato nella propria cultura è potenzialmente più disponibile a capire il valore di ciascun'altra. Una cultura stabile, aperta allo scambio, deve poter esibire i suoi contenuti, le sue specificità per proporle al mondo come bandiere d'identità. Opere d'arte o formaggi tipici, architetture, patrimonio orale, letteratura colta o qualsiasi altro bene culturale di cui disponga.

Il prodotto tipico non è solo un prodotto alimentare, è il prodotto di un territorio, delle sue risorse naturali e culturali; è il frutto dell'elaborazione di generazioni, è qualcosa che ha una storia da raccontare. E' in questo senso che il prodotto tipico può essere definito un prodotto territoriale, poiché in esso si possono ritrovare aspetti inerenti a tutta la vita sociale legata a un territorio. I prodotti non tipici possono essere di ottima qualità, ma non saranno mai

territoriali, non porteranno con sé l'eco della storia, di un territorio, di una cultura.

Res Tipica non opera in modo isolato ma ha stipulato dei protocolli d'intesa con varie associazioni nazionali più o meno istituzionalizzate.

Nel campo della ristorazione di qualità e del turismo, in collaborazione con la F.I.P.E., si mira alla creazione di un collegamento proficuo tra le aziende agricole e la ristorazione di uno stesso territorio; alla creazione di guide regionali, nazionali e internazionali con marchio RES TIPICA; all'istituzione di corsi di formazione per gli operatori del settore; sviluppo del progetto fattorie didattiche per le scuole finalizzato al recupero degli antichi mestieri e degli antichi sapori.

Con la stretta sinergia con la Coldiretti si cerca di sviluppare iniziative che, partendo dal marchio RES TIPICA, possano costituire, nel campo delle coltivazioni di qualità, opportunità di rilancio dell'agricoltura ed un'efficace barriera contro l'agropirateria.

Altra pregevole iniziativa è la partnership con Camere di Commercio italiane che ha l'obiettivo di veicolare i Comuni italiani all'estero, valorizzando e promuovendo i territori e gli antichi valori che hanno fatto la fortuna del nostro paese.

Queste e tante ancora sono e saranno le iniziative promosse da RES TIPICA per valorizzare le innumerevoli tipicità di cui è ricco il nostro territorio; da progetti di marketing territoriale a numerose attività

editoriali, da studi e ricerche specializzate a corsi di formazione e convegnistica.

4.12 La promozione del territorio tramite i prodotti tipici

Qualora vi siano le condizioni, la valorizzazione della tipicità delle produzioni agroalimentari può essere un volano importante per lo sviluppo locale, caratterizzandolo in questo caso in senso agroalimentare; il mantenimento e la promozione di prodotti di qualità pregiata può costituire un elemento importante di sviluppo soprattutto nelle zone svantaggiate o isolate.

In effetti, le iniziative di valorizzazione delle produzioni tipiche rappresentano uno dei principali strumenti per la promozione del territorio, sia dal punto di vista economico sia da quello socio-culturale.

Economicamente parlando, esse comportano una riscoperta delle colture tipiche e contribuiscono al sostegno, soprattutto negli aspetti promozionali e commerciali, degli operatori agricoli dedicati a tale tipologia di prodotti.

Grazie alla nuova immagine sul mercato, essi possono raggiungere livelli di fatturato più elevati; le iniziative di valorizzazione, infatti,

favoriscono la diversificazione delle produzioni e consentono l'acquisizione di nuovi sbocchi di mercato¹⁶¹.

Inoltre, si devono considerare tutti quegli effetti di indotto economico che si possono ottenere dalla maggior presenza delle produzioni tipiche; esse, infatti, promuovono il territorio anche dal punto di vista turistico ed attraggono risorse sia umane che finanziarie.

La promozione degli aspetti socio-culturali del territorio, invece, si attua grazie al recupero delle tradizioni e tramite il rafforzamento dell'identità locale.

La tipicità dei prodotti, che si può individuare ogniqualvolta vi sia uno stretto legame tra bene culturale e area di provenienza, in questo senso offre la possibilità di rimpossessarsi di quel patrimonio storico, artistico e culturale che spesso viene offuscato o dimenticato dai più.¹⁶²

Le politiche sui prodotti vanno ad impattare sullo sviluppo del territorio dando origine a situazioni di crescita economica e di maggior benessere per i suoi abitanti.

A tale proposito, emerge tra le varie iniziative di promozione, un impegno importante da parte dei Gruppi di Azione Locale (GAL) e degli Operatori Collettivi (OC) in azioni di commercializzazione (marchi di area, marchi DOP, DOC, IGP, certificazione, disciplinari

¹⁶¹ A. Camilleri, Atti del seminario "Turismo enogastronomico: in viaggio tra il sapore e il sapere".

¹⁶² M. Morazzoni, *Turismo, territorio e cultura*, De Agostini, Novara, p. 67.

ecc..) e di miglioramento della qualità (innovazioni di processo, disciplinari, manuali di corretta prassi igienica, creazioni di reti di assistenza tecnica specializzata, ecc..) che trovano finanziamenti grazie all'Iniziativa Leader dell'Unione Europea; altre azioni riguardano attività promozionali (fiere, centri espositivi, visite guidate, materiali pubblicitari, ecc..) e di distribuzione dei prodotti.¹⁶³

Nella maggior parte dei casi, esse sono finalizzate al rafforzamento del legame tra prodotto e zona di provenienza e, conseguentemente, alla costruzione di un'immagine globale del territorio a testimonianza dell'ampio potere evocativo che le produzioni tipiche hanno nei suoi confronti.

Tutto ciò a condizione che sia i prodotti che le loro zone d'origine abbiano connotati di qualità, percepibili dal consumatore-turista grazie a mirate azioni di marketing e al crescente impegno dei produttori e degli operatori all'educazione al consumo. Quest'ultima deve essere finalizzata alla consapevolezza dei consumatori dello stretto rapporto esistente tra il bene materiale (il vino, l'olio, il formaggio, la carne il salume ecc..) ed il territorio d'origine, consapevolezza che, purtroppo, rischia di essere persa nel mercato di massa.¹⁶⁴

Tuttavia dato il forte connubio con il territorio, la promozione di tali produzioni tipiche, essendo uno strumento assai valido per valorizzare

¹⁶³ www.soprip.com

¹⁶⁴ A. Camilleri, op. cit.

aree depresse o isolate, dovrebbe soddisfare l'esigenza di recuperare nuove aree territoriali.

Le politiche di rivitalizzazione, quindi, lungi dal concentrarsi esclusivamente sul prodotto in sé, devono soffermarsi su tutti quegli aspetti che lo legano in un modo o nell'altro al territorio.

A questo proposito risulta di grande interesse il legame che viene riconosciuto tra lo sviluppo economico delle zone rurali, la valorizzazione dei loro prodotti tipici e la fruibilità del loro patrimonio artistico, storico, religioso.

L'esigenza di trovare nuove aree territoriali non deve trascurare l'esistenza di molteplici risorse interagenti tra loro e d'operatori che svolgano la loro attività in modo coordinato e finalizzato alla valorizzazione non tanto dei propri particolari sistemi d'offerta, quanto del territorio in se stesso.

In particolare, le produzioni tipiche non possono limitarsi a rimanere strettamente legate al loro ambiente agricolo di provenienza, ma devono aprirsi adeguatamente alle opportunità che la tecnologia, in primis la rete internet, offre per la loro promozione; che il sistema turistico mette a disposizione per la ricettività e nell'intermediazione in ambito di viaggi specificatamente enogastronomici o d'altro genere; che, infine, le amministrazioni pubbliche propongono in vari ambiti ed a vari fini (promozione, tutela del marchio, assistenza tecnica, collaborazione internazionale ecc..)

4.13 Manifestazioni di promozione territoriale: Le strade del vino e dei sapori

Se lo si valuta oltre che nella sua dimensione di paesaggio, anche in quella di ambiente antropico (gli usi e i costumi, le tradizioni sociali e produttive), il territorio può essere considerato, al pari del linguaggio, come fonte di informazioni.

Un visitatore deve potersi inoltrare nel territorio e nel suo paesaggio, deve poterlo vivere dall'interno per comprenderne i segni: in altri termini deve “fare strada” all'interno del territorio che desidera conoscere.

Secondo Mottironi¹⁶⁵, due sono le definizioni concettuali di una Strada, intesa nel senso di percorso:

- una definizione oggettiva che si riferisce alla fisicità della Strada connotandola per quel che materialmente è, ossia una rete fisica che collega i diversi aggregati di un territorio;
- una definizione soggettiva che si riferisce alla simbolicità della Strada, per cui essa si connota per ciò che rappresenta legandosi alle sensazioni di chi la percorre, ai suoi bisogni, alle sue motivazioni ed esperienze. La connotazione è in questo caso dinamica: il “fare strada”.

¹⁶⁵ C. Mottironi, *Le strade del vino e dei sapori*, in A. M. Corigliano, G. Viganò (a cura di), *Turisti per gusto. Enogastronomia, territorio e società*, De Agostini, 2004, p. 120.

Nella prima accezione la Strada è un mezzo per raggiungere una destinazione, nella seconda, l'occasione per scoprire e vivere la destinazione. L'attualità del "fare strada" nel settore del turismo appare evidente quando si consideri l'evoluzione delle modalità di rapportarsi all'ambiente da parte del turista stesso, che sempre più abbandona la vacanza intesa come semplice soggiorno per trasformarla piuttosto in un'esperienza di scoperta e contatto con un territorio e la sua comunità locale.

Quel che conta è che la strada percorsa dai turisti offra loro ciò che vanno cercando.

L'obiettivo della valorizzazione dei territori a forte vocazionalità enogastronomia è contenuto nella legge del 27 luglio 1999 n. 268, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 185 del 9 agosto 1999. Nell'art 1 comma 2 definisce le "strade del vino" quali percorsi segnalati e pubblicizzati con appositi cartelli, lungo i quali esistono valori naturali, culturali e ambientali, vigneti e cantine di aziende agricole singole o associate aperte al pubblico; esse costituiscono strumento attraverso il quale i territori vinicoli e le relative produzioni possono essere divulgati, commercializzati e fruiti in forma di offerta turistica.

L'art 5 della legge già citata estende all'olio e ai prodotti tipici la normativa in esame specificatamente rivolta alla produzione vitivinicola.

Affinché un territorio possa “aspirare” ad avere una strada del vino o dei sapori occorre che in questo vi sia un ben definito itinerario enologico o gastronomico con prodotti a denominazione d’origine controllata riconosciuti o in via di riconoscimento, che vi sia un comitato per la gestione della “strada” e che, infine ma non ultimo, comprenda un itinerario turistico con centri e località di notevole interesse culturale e ambientale.

Il bisogno di scoprire e degustare il prodotto tipico non deve e, di fatto, non risulta l’unica motivazione di fondo del turista, il quale si attende di entrare in sintonia con il territorio anche tramite altri elementi (storici, culturali, artistici, economici, ecc..) presenti in esso.

In sintesi, il momento enogastronomico non esclude ma al contrario si integra con le altre realtà territoriali che il viaggiatore vive durante l’esperienza turistica.

Una strada enogastronomia, quindi, deve essere inserita nell’ottica più ampia di una promozione territoriale che travalica quella incentrata esclusivamente sul prodotto tipico in sé.

Una strada del vino rappresenta un sistema integrato di offerta turistica che si snoda per un intero percorso lungo il quale si collocano luoghi visitabili: aziende vinicole, cantine, vigneti. A questi luoghi si affiancano una serie di “servizi”, ovvero strutture ricettive, ristoranti, enoteche, ecc.. che promuovano la vendita e la conoscenza dei prodotti tipici di qualità del territorio.

Il vino e i prodotti tipici costituiscono il filo che lega l'insieme delle offerte turistiche all'interno di un ambito ancora più ampio dove l'ambiente, il paesaggio, la struttura urbana dei paesi e dei centri storici costituisce lo scenario dentro il quale la strada del vino nasce e si caratterizza.

A questi aspetti si deve affiancare la disponibilità della stessa popolazione residente a fungere da collante, accogliendo con cordialità i turisti, promuovendo nell'insieme i prodotti ed il territorio attraverso le diverse attività imprenditoriali e commerciali.

4.3 Altre manifestazioni di promozione territoriale

Il prodotto enogastronomico in sé e gli eventi strettamente connessi ad esso (fiere, mostre, convegni) costituiscono una delle tante leve con le quali si possono realizzare iniziative per la promozione del territorio; è, però conveniente precisare che tali singole iniziative hanno sicuramente un valore di per sé stesse, ma danno un valore aggiunto se vengono intraprese in modo congiunto, in quanto le une bilanciano le debolezze delle altre.

Le Fiere svolgono un insostituibile ruolo di promozione per prodotti e territori promuovendone l'immagine sia in Italia che all'estero.

In realtà, si deve precisare che la promozione del territorio, nei suoi aspetti sia culturali che economici, può essere realizzata principalmente in fiere monoprodotto, o comunque con un limitato numero di prodotti, di dimensioni più ridotte e di minor fama

internazionale; al contrario, quelle organizzate in centri metropolitani o comunque in località a forti connotati urbani solitamente determinano una valorizzazione economica maggiore grazie ai loro effetti diretti ed indiretti sull'economia locale, ma trascurano spesso la caratteristica della località e della tipicità territoriale dei prodotti.

Il punto di forza delle Fiere enogastronomiche consiste nel loro forte legame territoriale, perché solitamente sono la manifestazione, ormai radicata nelle usanze locali, di un inscindibile connubio tra la popolazione e i prodotti della terra.

In certi casi esse sono l'iniziativa tramite la quale un intero territorio possa trovare una propria valorizzazione e, grazie alla promozione sia a livello nazionale che internazionale, un sicuro sviluppo economico.

I Convegni sono un'altra iniziativa utile per la promozione di prodotti e territori. Spesso inseriti all'interno di manifestazioni fieristiche, possono richiamarne direttamente il tema principale ma non si esclude, tuttavia, che vengano affrontati argomenti indirettamente collegati con esso.

I convegni sono occasione di incontro culturale spesso raffinato ed elevato che facilmente trovano forti correlazioni e sinergie con altri eventi promozionali, quali, appunto, le fiere e le mostre. Sono solitamente incontri d'approfondimento che richiamano sul territorio addetti ai lavori e veri e propri appassionati contribuendo in questo modo a far conoscere il territorio e a qualificare l'offerta turistica.

Le Sagre sul territorio italiano sono innumerevoli, spesso d'antica data e quindi ormai radicate nelle tradizioni più care degli abitanti del luogo. Occasione d'incontro, di convivialità, di relax, di festa, le sagre offrono un ottimo campo d'azione per la promozione del prodotto tipico e del territorio.

I punti di forza di tali manifestazioni sono il forte richiamo che esercitano sulla popolazione locale e limitrofa; la conservazione nel tempo di tradizioni ormai radicate nella storia locale; la possibilità di inserire in esse altre occasioni di incontri culturali e di attività ricreative (convegni, giochi, lotterie, estrazioni, ecc..).

Le Manifestazioni Storiche, anch'esse numerosissime e diffusissime in tutta la penisola, costituiscono, sia per italiani che stranieri, un'attrazione turistica così forte che in molti casi possono mettere in secondo piano l'importanza storico-culturale di altre iniziative promozionali di quello stesso territorio.

In altre località, al contrario, le manifestazioni storiche sono meno conosciute perché la località in cui si svolgono possiede risorse di maggior rilievo, o semplicemente più visibili e accessibili al turista medio.

4.14 Il territorio siciliano

Terra di incontri e di scontri perché naturalmente collocata al centro del Mediterraneo la Sicilia ha indubbiamente mutato buona parte della

sua cultura agro-alimentare da quel miscuglio di razze e di civiltà che ne hanno calcato il suolo, talvolta stabilmente, e ne hanno quindi permeato profondamente la vita.

Ma altrettanto indubbiamente ha saputo fondere ed armonizzare le diverse culture agro-alimentari dando ad esse un taglio tipicamente siciliano che ne esalta, nelle sue singolarità, la evidente mediterraneità.

Sono ancora percettibili e riscontrabili- pur in una diffusa, in senso territoriale, omogeneità di prodotti, di sensazioni olfattive e papillari, di aromi, di gusti, di consumi- le tracce di prodotti e cucine di altri paesi e popoli. In Sicilia però, esse si sono amalgamate talmente bene da essere ormai noti ovunque come piatti tipici siciliani.

Uno dei popoli che maggiormente ha influenzato la formazione di questa cultura fu quello arabo, che a partire dal secolo VIII arricchirono la culinaria locale con lo zucchero, il riso, la cannella, lo zafferano, la melanzana e i dolci di marzapane.

A partire dal XVI secolo, anche gli spagnoli lasciarono i loro segni, soprattutto con i nuovi prodotti provenienti dall'America, come il pomodoro, la patata, i fagioli, il mais, il cacao, il rum e il caffè¹⁶⁶.

Per tutti questi motivi vi è un forte incremento del turismo enogastronomico siciliano che a detta di molti potrebbe diventare un'ottima opportunità di Business per gli addetti del settore.

¹⁶⁶ www.saporiegustidiscilia.it

L'analisi dell'offerta ha, infatti, messo in evidenza la ricchezza del territorio siciliano in fatto di prodotti, ristoranti, cantine, oltre alla nota consistenza ricettiva (agriturismi, alberghi, bed and breakfast).

L'enogastronomia in Sicilia ha una connotazione assai particolare, più che un unico prodotto turistico, un itinerario, o un singolo pacchetto turistico, è la riproposizione di “un modello culturale originale e unico” fortemente radicato e rappresentativo del territorio.

In Sicilia si può sfruttare l'idea che i turisti hanno di “sicilianità”, infatti qui molto più che altrove in Italia, la storia, i paesaggi, le tradizioni rappresentano un vero e proprio fattore di attrazione turistica.

L'importanza che il turista dà al territorio come portavoce delle tradizioni locali, la voglia di vacanze autentiche in luoghi unici, la ricerca di sapori particolari, fa da perfetta cornice a questo scenario.¹⁶⁷

Probabilmente mai come ora le esigenze della domanda turistica (e non solo turistica), sono tanto vicine all'offerta enogastronomia fatta di tipicità, di autenticità e di tutto ciò che sfugge all'omologazione.

Per cogliere in maniera proficua questa concentrazione di interessi in fatto di valorizzazione dell'identità, e questo favorevole momento di reciprocità tra ciò che il turista richiede e ciò che il territorio offre, si devono definire proposte operative, pacchetti turistici basati su

¹⁶⁷ www.sicilia-vacanza.com

elementi prevalentemente emozionali, che sono più forti se chi vi lavora li saprà riconoscere, fare propri e raccontare.

Si dovranno perciò rendere visibili quella serie di fattori che non sono tangibili, ma che il turista ritiene indispensabili in una vacanza legata all'enogastronomia, una vacanza in cui il consumatore acquista il prodotto o il servizio non solo per le caratteristiche materiali, ma per le esperienze emozionali legate all'atto di acquisto e di fruizione.

Enogastronomia è quindi un insieme di elementi che rappresentano l'identità della Sicilia così come risulta dall'immaginario dei turisti, più che un insieme di servizi che rispondono alle esigenze di un turista specifico.

L'attrazione dell'enogastronomia è nell'insieme di questi elementi che messi insieme possono diventare singole proposte di vacanza, assumendo la forma di club di prodotto.

Serve creare una rete in cui le imprese e i territori si riconoscano, che sia in grado di rappresentare verso l'esterno la soddisfazione della domanda di vacanza che si rivolge alla regione o in particolare alla provincia, e specificare il corretto e coerente utilizzo delle risorse.

La rete dell'enogastronomia si propone di valorizzare non solo l'autenticità dei prodotti e della cucina, ma anche delle atmosfere, dei modi di vivere e dei territori che possano ben rappresentare lo stile siciliano.

L'autenticità non è però un valore che si auto-comunica; i prodotti e le produzioni devono essere rappresentate, raccontate, devono essere in grado di dare emozioni, di suscitare al turista sensazioni ed esperienze uniche.

Quando un turista compra un prodotto, entra in un ristorante, visita un'azienda di produzione o una cantina, non sta solo acquistando, ma vivendo un'esperienza, riempie di senso la sua vacanza.

Il valore aggiunto del club di prodotto risiede nella capacità di esaltare l'aspetto emozionale. In ogni momento il turista deve poter sentirsi coinvolto in un microclima di familiarità, deve poter respirare la “ e la tradizione e la moderni) della famiglia padronale, sia quella che è stata per secoli il luogo della lavorazione dell'uva e delle olive, il palmento, la cantina per conservare ed invecchiare il vino, il magazzino con i recipienti.

Sull'onda delle denominazioni di origine assegnate al Cerasuolo di Vittoria o al vino Eloro di Noto o all'olio Monti Iblei o ancora al caciocavallo ragusano, con le sue sottozone, l'immagine vincente di questa zona della Sicilia sud-orientale, quella del bacino di sud-est, patrimonio dell'Unesco, ma anche retaggio storico di civiltà dalla Grecia al Medioevo al Liberty, set di una cinematografia e di una televisione che ha avuto bisogno del paesaggio e dei monumenti per aggiungere ulteriori motivi di interesse alla letteratura o alla fiction narrativa, si sta oggi facendo un insostituibile patrimonio di valori per una comunità che certamente ha lavorato sodo per raggiungere questi

risultati, collaborata da una classe dirigente attenta e produttiva, capace di straordinarie fantasie e di un'attenzione produttiva di primissimo piano, disposta a conseguire proficuamente con i propri prodotti, di nicchia sì ma capaci di meritare l'attenzione del consumatore più qualificato, dei gourmet e delle ristorazione d'eccellenza, l'attenzione di quella civiltà del piacere che oggi sta coinvolgendo una fascia di popolazione mondiale sempre più numerosa ed attenta.

La scommessa è quella di fare di questa dispensa mediterranea una presenza identificatrice di un gusto e di una tradizione che è fatta di recupero delle manualità di un tempo in fondo non lontano, dell'importanza storica di cultivar autoctone che sempre di più possono meritare, con gli opportuni interventi di una tecnologia comunque rispettosa della loro identità, l'attenzione della ricerca e del consumatore.¹⁶⁸

Tutto questo, inoltre, può oggi rientrare in un circuito che non vale solo a presentare il prodotto alimentare ma anche a calarlo nella vicenda storica ed economica di un territorio, per capire come e perché nel tempo un'area geografica ha espresso una sua agricoltura, identificata da puntuali assetti organizzativi e produttivi, regolata da strumenti giuridici e contrattuali costruiti in linea con le attese e le esigenze dei soggetti coinvolti, in quel gioco di ruoli tra aristocrazia,

¹⁶⁸ Ibidem , p. 12.

bracciantato e nuova borghesia che ha certamente contribuito, in modo determinante, ai risultati di eccellenza di oggi.

Tutto questo significa che un nuovo originale modo d'incontrare un prodotto nel suo territorio (per poi magari, una volta scoperte le sue straordinarie qualità, trasferirlo con frequenza o con regolarità sulla propria tavola, ovunque nel paese e nel mondo) è quello di collegarlo con la storia e con la campagna, con l'agricoltura e con le leggende, con l'antropologia culturale di un luogo e con i metodi di coltivazione o di produzione, sempre certamente ricchi di elementi tipici inventati, con l'abituale spirito creativo del vero imprenditore, in rapporto alle incertezze, alle difficoltà, ai problemi quotidiani di un territorio, di una condizione geologica, di una realtà climatica.

E' in questo contesto, allora che si inseriscono numerose iniziative che la provincia di Ragusa ha già avviato, o sta avviando o opportunamente progettando.

La tutela della tipicità delle produzioni locali è uno degli obiettivi primari che la Provincia Regionale di Ragusa persegue da qualche anno anche con il lancio del "cestobarocco", il marchio collettivo di fantasia del paniere dei prodotti tipici locali che rappresenta il "testimonial" dell'economia Iblea.

I prodotti tipici di questa terra sono molteplici: il vino, l'olio d'oliva, il miele, le produzioni casearie in generale ed in particolare il caciocavallo ragusano (fresco, semistagionato, stagionato), le

produzioni dolciarie come il torrone i biscotti tipici ed in particolare la cioccolata modicana; sono tutti prodotti di particolare importanza, ma alcuni di questi, come il vino, l'olio, il formaggio e la cioccolata.

CONCLUSIONI

La nostra epoca è quella della causa più piccola possibile per la distruzione più grande possibile” (Greco, Salimbeni,2003, p. 154). Questa espressione, tratta dal libro *La società del rischio* (1988) del sociologo radicale tedesco Ulrich Beck, fa riferimento all'impatto che l'uomo e le sue attività hanno avuto e continuano ad avere sul pianeta terra, poiché anche la più piccola azione può avere conseguenze devastanti per l'ambiente e tutte le sue specie. Tutto ciò ha reso necessario un cambiamento nel tipo di sviluppo perseguito dal genere umano con la definizione, più di vent'anni fa, del concetto di sviluppo sostenibile, nato proprio dalla necessità di contenere le catastrofi ambientali in atto. Il presente lavoro ha indagato la sostenibilità nei suoi molteplici aspetti, evidenziando la complessità del concetto di sviluppo e turismo sostenibile, spesso controverso e dibattuto. Ormai, il termine sostenibilità è utilizzato così spesso da rischiare di essere annoverato “tra quelle parole definite “ malate”, cioè parole che, nate per identificare un preciso fenomeno, col tempo finiscono per alienarsene, assumendo un significato a sé stante” (Bimonte,

Punzo,2003,p.19). Infatti il rischio principale è di perdere di vista il reale problema, cioè la gravità della crisi ambientale che il pianeta sta attraversando. Oggi, i risultati raggiunti non sono però quelli sperati: a mio avviso, bisogna cercare soluzioni nuove vista la complessità del tema poiché “ sembra ormai evidente che gli schemi tradizionali abbiano, in modo piuttosto chiaro, mostrato limiti e difficoltà “ (Lanza, 2006,p.113). Per avere dei risultati concreti non bastano però solo le belle parole ma bisogna agire: la sostenibilità deve, quindi, diventare una scelta che tutti devono fare a partire dalle piccole azioni della vita quotidiana. Infatti, mai come questo momento il futuro del pianeta è nelle nostri mani; mai come adesso ci rendiamo conto che la specie umana è l’unica che ha il potere di distruggerlo. “ Ma la cosa più importante che noi come individui possiamo fare è di diventare politicamente attivi, impegnarci perché agli attuali trend di distruzione ambientale, che minano il nostro futuro, sia imposto uno stop. La scommessa ora è di salvare la nostra civiltà. E la posta non dovrebbe essere più alta. Questo non è certo uno sport da spettatori. Se non vogliamo perdere , è indispensabile che tutti siano coinvolti in questo processo di cambiamento totale: unica chance alla salvezza dell’umanità” (Leaster Russel Brown).

BIBLIOGRAFIA

AUTORI VARI. : *Gli oli e i vini negli iblei*. Angelica, Ragusa, 2005

AUTORI VARI. : *Sicilia: quale turismo per lo sviluppo?* Palma, Palermo, 1986

AMARI M., *Biblioteca Arabo Sicula, 1881*

ANGELINI A. *Cambio di rotta. Lo sviluppo sostenibile.* Armando Editore, Roma 2008

AA VV : *Prodotti tipici, petrolio d'Italia?*, Convegno della manifestazione "Squisito", San Patrignano.

AA VV : *Turismo enogastronomico; in viaggio tra il sapore e il sapere,* Seminario, Pisa

BAGNOLI L. *Manuale di geografia del turismo. Dal gran tour ai sistemi turistici.* Utet, Torino 2006

BARILARO C. *I Parchi letterari in Sicilia,* Rubettino, Messina, 2004

BLANDET M. : *La sfida degli Ogm, "Avvenire".*

BUCCHIERI F. : *Antiche ricette negli Iblei,* pubblicazione della provincia regionale di Ragusa

CICERCHIA A., *Risorse culturali e turismo sostenibile. Elementi di pianificazione strategica,* Franco Angeli, Milano ,2009

CORIGLIANO M. A. : *Enoturismo, Caratteristiche della domanda, strategie di offerta e aspetti territoriali e ambientali,* Angeli, Milano, 1996

CORIGLIANO M. A. : *Strade del vino ed enoturismo*, Angeli, Milano
1999

CORIGLIANO M. A. : *Turisti per gusto: Enogastronomia, territorio, sostenibilità*. De Agostini, Novara, 2004

COTTONE N. : *Sempre più biologico nell'agricoltura*, "il sole 24 ore"

DI NALLO E. : *Cibi simbolo nella realtà d'oggi*, Angeli, Milano,
1986.

LA Rosa R. *Lo sviluppo del turismo in Sicilia. Potenzialità, problemi e prospettive*. Franco Angeli , Milano 2004

MOLE' G. : *Il lancio del marchio cesto barocco*, in "la provincia di Ragusa", periodico d'informazione della provincia regionale di Ragusa.

MONTANARI M. : *La cucina italiana. Storia di una cultura*, Laterza, Bari, 1999.

MONTANARI M. : *Il mondo in cucina, Storia, identità, scambi*, Laterza, Bari, 2002.

MORAZZONI M. : *Turismo, territorio e cultura*, De Agostini, Novara, 2003.

PAOLINI D. : *Il cibo e i cinque sensi*, in "sociologia della comunicazione", Angeli, Milano, 2000.

PAOLINI D. : *Viaggio nei giacimenti golosi, prodotti e itinerari*, Mondadori, Milano, 2000.

PAOLINI D. : *I luoghi del gusto. Cibo e territorio come risorsa di marketing*, Baldini & Castaldi, Milano, 2000.

PASTORE R. : *Il marketing del vino e del territorio, istruzioni per l'uso*, Angeli, Milano, 2002.

PERONI G. : *Marketing turistico*, Angeli, Milano, 1992.

PETRINI C. : *Slow Food, le ragioni del gusto*, Laterza, Bari, 2005.

SIMONICCA A. : *Turismo e società complesse*, Meltemi, Roma, 2004.

URRY J. : *Lo sguardo del turista*, Seam, Roma, 1995.

SITI INTERNET:

www.agriturist.it

www.enotime.it

www.legambiente.it

www.museidelcibo.it

www.naturalmenteitaliano.it

www.nonnamargherita.it

www.notedicioccolato.it

www.politicheagricole.it

www.prodottitipici.com

www.prodottitipicisiciliani.it

www.saporiegustidiscilia.it

www.siciliana.it

www.sicilstore.com

www.siciliavacanza.com

www.sicilyweb.com

www.slowfood.com

www.soprip.com

www.tigulliovino.it

www.travelsdreams.com

www.vinality.com

www.viveregliiblei.it

