REGIONE LAZIO

AGENZIA REGIONALE PER I PARCHI

PROGRAMMA STRATEGICO PER LA VALORIZZAZIONE TURISTICA E LA PROMOZIONE TERRITORIALE DELLE AREE PROTETTE E DELLA RETE NATURA 2000 (2014-2018)

Una Proposta di azioni per i sistemi territoriali che racchiudono aree naturali protette e della Rete Natura 2000 della Regione Lazio

A cura di Nicoletta Cutolo

Hanno collaborato: Valerio Aloi, Maria Concetta Agati, Donatella Capoccia, Alessandra Catena, Virginia Chirilli, Stefano Cresta, Claudio D'Uffizi, Isabella Egidi, Paola Elviri, Marcella Ferri, Greta Martini, Silvia Montinaro, Monica Nardone, Erica Peroni, Giuliano Tallone.
Si ringrazia Stefano Landi per gli utili suggerimenti forniti alla revisione del testo.

Dicembre 2013

1. PRESENTAZIONE E FILOSOFIA

L'Agenzia Regionale per i Parchi (ARP) ha avuto fra i propri obiettivi strategici del 2013 quello di predisporre, per poi coordinare ed attuare, il presente Programma fondato sul presupposto che, nell'arco di questa legislatura, si debba ricostruire la *governance* del sistema delle aree naturali protette del Lazio, in linea con le indicazioni della Presidenza della Regione, **anche per quanto riguarda la valorizzazione, la promozione e la fruizione del territorio tutelato**.

Si tratta della formulazione di una proposta di potenziamento delle capacità turistiche delle aree protette del Lazio, comprese le aree della rete Natura 2000, integrata nella politica turistica regionale e pensata per un tempo più lungo, ma tradotta in progetti e azioni definite per il quinquennio 2014-2018.

L'obiettivo immediato è definire per l'insieme delle Aree Protette della regione un'azione di indirizzo strategico, che, una volta condivisa, si dovrà articolare in interventi e azioni concrete, per le quali l'Agenzia avrà un ruolo diretto o di coordinamento o di solo supporto gestionale, secondo il programma di azioni e la tempistica definiti nel presente lavoro.

L'obiettivo alto è rendere più attrattive queste aree, non solo per turisti e viaggiatori, ma insieme anche per gli abitanti stessi, persone che spesso vivono ai margini dei grandi processi economici e culturali che si svolgono prevalentemente nella Capitale e che devono, invece, essere messe in grado di beneficiare della presenza del "Parco", conoscendone e apprezzandone meglio i valori ambientali fondanti, e condividendo con le Istituzioni gestionali aspettative e proposte.

D'altro lato, la costruzione di un sistema delle aree protette, sotto il profilo turistico, non può che configurarsi come una rete fra territori e soggetti che vi operano che, consapevolmente e attivamente, si propongono sul mercato e partecipano alla strategia turistica generale.

Questo approccio appare pienamente coerente con quello, espresso in sede di politiche turistiche regionali, di riconfigurare sul territorio un insieme di aree di eccellenza integrata, per superare un connotato storico di aree-monoprodotto, che spesso appaiono in fase di maturità o declino. In questo approccio la "famiglia" dei prodotti e degli attrattori a forte connotazione ambientale, incentrati sui Parchi e sulle varie altre forme di protezione e tutela, è chiamata a giocare un ruolo protagonista, trasversale a tutte le aree geografiche.

Ci si propone pertanto di far fronte ad una carenza di forti punti di riferimento tra gli Enti Parco soprattutto in materia di sviluppo: uno **sviluppo che, nelle aree tutelate, deve essere visto nel senso della sostenibilità ambientale e della partecipazione locale**; e di ricostruire una visione strategica, complessiva, indispensabile insieme alla leadership per poter attuare i programmi del "Sistema".

Ma per ripartire, la forza dei valori condivisi deve essere il motore di questo sistema. Alla base di un approccio corretto al tema deve stare infatti un chiarimento di fondo: i Parchi non sono solo e non sono tanto gli Enti preposti, quanto i territori su cui insistono, e tutti i soggetti che ne fanno parte e vi operano.

In questo senso i Parchi sono soprattutto luoghi e Comunità, ricchi di una identità e di una riconoscibilità. E non bisogna dimenticare che **i confini di un Parco non stanno solo sulle mappe:**

stanno nell'immaginario dei luoghi, e nel desiderio che questi luoghi riescono a generare e soddisfare.

In logica di sviluppo si tratta quindi di far crescere il valore complessivo di questi territori. Una operazione strategica, questa, che si traduce efficacemente con l'espressione "messa in valore". E' facile constatare che tutto questo travalica di molto le attribuzioni tradizionali di un Ente parco, ma d'altra parte chiama la *governance* regionale della natura ad un salto di qualità: lo sviluppo economico e sociale dei territori-parco rappresenta un passaggio ineludibile di un nuovo sviluppo, basato su identità e valori, prodotti e servizi che questa identità e questi valori incorporano e rivendicano.

Il Programma presentato nel seguito si prefigge quindi la finalità di rappresentare uno degli assi forti del rilancio dell'economia regionale, e proprio per questo rivendica, al di là delle proprie competenze dirette, la specifica capacità strategica di **orientare altre linee di azione, come quelle sulla formazione, l'innovazione, l'attrazione e la creazione d'impresa**. Il testo si articola nella presentazione della filosofia di base che muove il progetto, in una breve presentazione della situazione nella quale versa il settore turistico nelle aree protette laziali e nella descrizione degli obiettivi che ci si prefigge di raggiungere, tramutati poi in linee di intervento tracciate per raggiungerli e nelle azioni di cui si compongono. Ogni azione è, infine, sinteticamente descritta in una scheda, mentre la possibile tempistica di realizzazione è visibile nel cronoprogramma riepilogativo.

IL SISTEMA DELLE AREE PROTETTE DEL LAZIO: SCENARIO ATTUALE IN RELAZIONE ALLE POSSIBILITA' DI SVILUPPO DEL TURISMO SOSTENIBILE

1.1. IL QUADRO DI RIFERIMENTO STRATEGICO

Nella nostra regione i tanti attrattori turistici hanno una diversa geografia di richiamo, e proprio nel Lazio il mercato locale o domestico è il più importante del Centro-Sud. E, d'altra parte, occorre considerare che anche i vari prodotti turistici regionali subiscono la regola del "ciclo di vita": così oggi abbiamo prodotti maturi ed in declino, a fianco di prodotti in forte crescita, come ad esempio i turismi del benessere, della natura, dello sport. I nuovi prodotti si configurano come turismo sostenibile, e si prestano a venire intrecciati alla cultura, al vissuto ed all'identità locale, secondo una idea di aree vaste a molteplice fruibilità e piacevolezza, un mix di turismi diversi che nel Lazio è ancora tutto da scoprire e valorizzare.

Il concetto di identità è la prima linea strategica per lo sviluppo di un sistema turistico integrato. E' nell'identità che si rispecchiano i residenti, la comunità locale. E' l'identità che caratterizza i luoghi e la loro unicità. E' nell'identità che si formano i desideri ed i ricordi dei turisti. I territori di turismo e di vacanza sono il risultato di un insieme di fattori identitari che vanno dalla natura ai paesaggi, dai cibi alle persone. In questo senso non esiste un luogo "vero" che sia uguale ad un altro. E' l'identità che crea il principale vantaggio competitivo, ed è il fondamento della competitività.

La tutela ambientale, nelle sue varie forme, è quindi un presupposto dello sviluppo turistico "moderno", a partire dal fatto che i turisti cercano nei loro viaggi un ambiente ed un territorio migliore di quello in cui vivono. Le risorse ambientali del Lazio sono molto importati e territorialmente estese, sia quelle tutelate, che in generale quelle diffuse, e rappresentano un serbatoio di "biodiversità turistica" (oltre che in senso ecologico), tutto da valorizzare. Questa

particolare biodiversità si esprime in risorse di attrazione turistica, ma non solo: ad esempio trova concretizzazione nei prodotti tipici del territorio che ne diventano ambasciatori.

Il turismo è il motore economico del futuro, proprio perché va incontro ad una domanda sempre in crescita, e perché, se gestito bene dal lato dell'offerta, non presenta problemi di distruzione delle risorse su cui si basa. Inoltre il turismo produce un potente effetto di moltiplicatore della spesa sulle varie altre branche dell'economia e una fortissima creazione di lavoro, in particolare se si enfatizza la tendenza al "chilometro zero".

In questo quadro è stato ribadito che la Regione Lazio, anche per il tramite dell'Agenzia Regionale Parchi, ha facoltà di avviare e di contribuire alla realizzazione di un sistema turistico regionale delle aree protette, che possa, appunto, mettere a sistema le varie eccellenze ed esperienze da un lato, e sopperire con la forza della sussidiarietà e la scala delle dimensioni anche alle debolezze altrimenti insormontabili.

Quando si parla di "Sistema delle aree naturali protette della Regione Lazio" si fa riferimento ad una rete strategica e gestionale nata agli inizi degli anni 2000 per favorire la connessione e la relazione tra i parchi, le riserve naturali e i monumenti naturali istituiti, ai fini di metterli in condizione di raggiungere più agevolmente gli obiettivi e la *mission* istituzionale.

Attualmente questo sistema (comprensivo di parchi e riserve statali per un totale di 79 aree naturali protette), copre il 13,6% del territorio regionale, pari a 2.345,76 Km² .
La Regione Lazio presenta nel suo territorio: 3 Parchi Nazionali, di cui due in comune con altre regioni (Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise e Parco Nazionale del Gran Sasso Monti della Laga) e solo uno che si estende interamente nel suo territorio, il Parco Nazionale del Circeo. Vi sono inoltre due aree marine protette (Isole di Ventotene e Santo Stefano e Secche di Tor Paterno) e 4 Riserve Naturali Statali. Ad oggi le aree protette istituite a seguito di diversi provvedimenti legislativi e/o amministrativi regionali sono 70, suddivise per tipologia in 24 monumenti naturali e 46 tra parchi regionali e riserve naturali.

A queste si aggiungono poi i Siti di Importanza Comunitaria (SIC) che sono 182 e le Zone di Protezione Speciale (ZPS), i primi individuati sul territorio in base ai criteri contenuti nella Direttiva "Habitat - Conservazione degli habitat naturali e seminaturali, della flora e della fauna selvatiche (Direttiva Habitat 92/43/CEE).

Le 41 ZPS attualmente istiuite, alcune delle quali coincidenti con omonimi SIC, sono state individuate sul territorio in base ai criteri contenuti nella "Direttiva Uccelli - Conservazione di tutte le specie di uccelli selvatici". La ZPS più importante in termini di estensione territoriale è il Comprensorio Tolfetano – Cerite – Manziate che si estende a nord del territorio della provincia di Roma occupando in parte anche quello della provincia di Viterbo.

La dimensione fisica, la varietà tipologica e la numerosità assoluta, fanno di questo insieme una entità che è ben difficile gestire efficientemente in modo frammentario, creando e facendo funzionare altrettante entità, grandi o piccole che siano. E' l'insieme che può e deve costituire la proposta turistica complessiva e completa in quanto aggregazione di singole proposte incentrate sul valore naturale e paesaggistico, sulla particolarità e sulla peculiarità delle offerte di fruizione.

Quindi non è solo la restrizione progressiva della spesa pubblica a mettere in discussione le azioni isolate, non pensate nell'ottica complessiva, ma anche il buon senso che conduce inesorabilmente verso una prospettiva sistemica, che preveda la ricerca di conoscenze comuni, la circolazione delle

esperienze, l'economia di scala degli acquisti, anche nel senso di informazioni e competenze strategiche.

Nel Lazio il settore del turismo costituisce il 3,9% del PIL e da sempre è molto forte l'impatto del turismo straniero che è pari a più del doppio del turismo nazionale, concentrato prevalentemente nella città di Roma. Questa accoglie infatti oltre l'80% degli arrivi e delle presenze complessive nella regione, ma negli ultimi anni, pur registrandosi un aumento degli arrivi internazionali e della spesa dei turisti, si è verificata una certa riduzione del turismo interno.

La possibilità di attrazione turistica dei territori naturali e delle emergenze ambientali e culturali presenti nelle aree protette regionali deve fare i conti con questo quadro, scontando le difficoltà connesse alla crisi e alla riduzione del suo bacino tradizionale di riferimento, il mercato interno, in gran parte rappresentato da abitanti dell'area metropolitana romana.

2.2. LA DOMANDA DI NATURA PROTETTA

Nel medio-lungo periodo il quadro generale si presenta come particolarmente favorevole, in quanto la domanda turistica, a livello europeo oltre che italiano, si dimostra sempre più sensibile ed orientata alle variabili ambientali. Ma a livello del nostro Paese, tranne rari casi, i Parchi e le aree protette si trovano davanti una domanda di raggio regionale che è soprattutto di prossimità, il più delle volte "mordi e fuggi", senza pernottamento.

A questo proposito risulta utile citare i risultati dell'indagine effettuata dall'ARP tramite il CTS, al fine proprio di tracciare il quadro delle potenzialità turistiche delle aree protette regionali. Per definire il profilo dei turisti potenziali che vivono nel Lazio, interessati a fare una vacanza nelle aree protette regionali, è stato chiesto a utenti del CTS stesso di rispondere a un questionario (dunque si può parlare di un campione non casuale ma già auto selezionato).

Interessante è in questa sede rilevare come il 45% degli intervistati dica di partire solitamente, nei momenti di riposo, per brevi gite e weekend fuori porta, e sia interessato al proprio benessere facendo sport ed attività all'aria aperta. La "vacanza che associa natura e cultura" raccoglie il 20% delle risposte, e la "vacanza attiva" il 13%; questi risultati offrono spunti interessanti in considerazione del fatto che le Aree Protette del Lazio sono chiamate anche a soddisfare le esigenze di un turista che ama il contatto con la natura e poter fare esperienze e svolgere attività in un contesto ambientale protetto.

Va sottolineato al contempo come, di fatto, l'interesse reale nei confronti di una vacanza che sia di esclusivo contatto con la natura, di per sé non abbia un riscontro elevato. E questo è solo la conferma locale ad un dato generale: l'attenzione e il gradimento per l'ambiente tutelato sono forti, ma non generano ancora un numero importante di vacanze specializzate. Piuttosto, si pongono come una precondizione degli atti di consumo, di viaggio e vacanza.

Le aree protette del Lazio si trovano pertanto nella necessità di lavorare alla loro riconoscibilità non solo come un serbatoio di biodiversità, che si esprime tramite specie da osservare o da conoscere, ma anche come contenitori in cui è possibile praticare attività fisica e prendersi cura del proprio benessere, una tendenza che ormai pervade le società avanzate.

Quindi ha un senso tentare di allargare il raggio di offerta, ragionando delle aree protette come territori in cui - in un contesto di riscoperta di luoghi ricchi di identità e di pregio da un punto di

vista naturalistico – sia possibile proporre varie tipologie di vacanza sostenibile mettendo a sistema il movimento (tipico della vacanza attiva), il buon cibo, i centri storici; il tutto in un "contesto protetto" dove si sta meglio, si spende bene e si possono fare tante attività diverse.

Ma l'attuale divario tra domanda e offerta si riscontra immediatamente: quando si analizza il livello di interesse, del campione intervistato, verso le aree protette laziali come luogo di vacanza, emerge che il 64% non ha un parco nella regione come destinazione. Le aree protette infatti non sono percepite come destinazioni turistiche sia per quanto attiene la fase di organizzazione (a chi rivolgersi, dove trovare le informazioni) sia per la fruizione dei servizi.

Il bisogno di organizzazione, soprattutto come ricerca di informazioni, torna come argomento dominante anche nell'espressione delle esigenze per una vacanza in un'area protetta del Lazio, oltre alla non conoscenza della possibilità di fruire di servizi turistici adatti sul posto. Manca peraltro un'idea chiara di come si caratterizzi una vacanza nei Parchi, come dimostra il bisogno espresso dagli intervistati di avere informazioni sulle attività da fare sul posto. La visione delle Aree Protette come zone di conservazione emerge in maniera netta come motivo di mancato interesse verso le aree protette del Lazio.

Nell'indagine si evince come nell'organizzazione della vacanza prevalga nettamente il fai-da-te, mentre il 28% degli intervistati ha affermato che preferirebbe partire con un viaggio organizzato e suggerito dal Parco.

Ma come accennato, secondo i più recenti report sul turismo nel Lazio, alcuni trend potrebbero rivelarsi molto interessanti per sviluppare nuove possibilità turistiche per le aree naturali protette:

a. La domanda di turismo sostenibile è in consistente aumento, e, negli ultimi anni, è cresciuta sensibilmente in Europa e nel mondo l'attenzione verso questo modo di viaggiare, che implica un'assunzione di responsabilità da parte del turista verso il contesto ambientale, sociale, economico e culturale della località in cui si trova. E' sempre più diffuso l'approccio al viaggio come ricerca di possibilità di vivere esperienze turistiche autentiche, a stretto contatto con la comunità locale e mossi dal desiderio di farsi promotori/sostenitori del benessere della comunità ospitante (ad esempio, privilegiando l'acquisto di prodotti locali, imparando e vivendo le tradizioni, etc.). Anche la Commissione Europea si è impegnata, tramite il Piano di Azione, a svolgere una vera e propria *politica europea* che, complementare alle politiche attuate dai singoli Stati Membri, esalti i propri punti di forza, in particolare la diversità dei suoi paesaggi e il suo straordinario patrimonio culturale, proponendo "*un'offerta turistica sostenibile e di qualità"*.

b. Tra i viaggiatori stranieri, gli europei occidentali si caratterizzano per essere turisti esperti che conoscono l'Europa: principalmente indipendenti, non si servono di viaggi organizzati ed si informano molto su internet, hanno criteri di scelta accurati per quanto riguarda le strutture ricettive e le attività che intendono svolgere, e per questo diventa importante offrire loro una motivazione per scoprire un luogo e ritornarvi.

c. L'andamento demografico europeo e le nuove abitudini o aspettative dei turisti che ne conseguono, fanno sì che la fascia di popolazione oltre i 65 anni, costituita da persone che dispongono sia di potere d'acquisto che di tempo libero, rappresenti un potenziale assai importante in termini di mercato; così come avviene per le persone con bisogni speciali, le cui esigenze specifiche devono essere integrate nell'offerta di servizi turistici di qualità.

d. Cresce costantemente l'utilizzo di internet per la scelta e la prenotazione dei viaggi (ma non dei pacchetti o dei prodotti turistici "verdi"). Lo sviluppo delle tecnologie dell'informazione e della

comunicazione ed il loro impiego sempre più frequente da parte dei consumatori ha profondamente modificato la relazione tra l'industria turistica e la sua clientela. La valutazione del livello di sensibilizzazione, dell'accessibilità e dell'uso di questi servizi, da parte dei diversi soggetti interessati, ha dimostrato che questi ultimi utilizzano in modo differenziato le tecnologie, che quindi possono essere uno strumento molto utile. E da questo punto di vista è necessario che i Parchi e le aree protette si dotino di strumenti semplici, efficienti e coordinati di presenza (e di monitoraggio) della propria presenza sul web.

2.3. L'OFFERTA: LIMITI E PUNTI DI FORZA

Al momento (e cioè ancora in assenza di una analisi dettagliata delle singole realtà, ma sulla base dei documenti precedenti e della esperienza maturata), pur con una notevole semplificazione, si possono riassumere le debolezze che limitano lo sviluppo turistico delle aree protette regionali in :

1. Mancanza diffusa di un sistema di accoglienza del turista, cioè carenza sul fronte dell'accessibilità (in senso lato e stretto) della fornitura di servizi di alloggio e/o ristorazione, di informazione adeguata, ecc. Ciò riflette spesso la difficile situazione di accesso ai servizi anche per i residenti, situazione che contribuisce a diminuire la fiducia e il senso di appartenenza di chi abita le aree protette, che non è favorevolmente disposto ad accogliere gli esterni;

2. Scarsa capacità di costruzione dell'offerta turistica del sistema parchi del Lazio, sia per l'incapacità di aggregazione delle attività, spesso limitate e carenti, presenti negli ambiti locali, sia per mancanza di coordinamento e condivisione di progetti che direttamente o indirettamente le singole amministrazioni e gli enti realizzano in ambito turistico; la non adeguata capacità di comprensione e gestione del tema da parte degli enti pubblici locali, a volte anche di quelli che gestiscono le Aree Protette, si origina spesso dalla visione eccessivamente localistica che fa credere la presenza di attrattive sufficiente da sola a richiamare turisti;

3. Scarsa capacità di partecipazione (interna) e trasmissione (esterna) dei valori, dei tesori e delle identità locali da parte delle comunità; poca coincidenza fra gli enunciati posti alla base dell'esistenza stessa di un Area Protetta, e le realtà che si presentano a chi viene da fuori.

Ovviamente non è pensabile poter risolvere tutti i problemi che, complessivamente, determinano i nodi elencati, anche perché questi sono, a loro volta, generati in gran parte dalle situazioni che strutturalmente gravano sui piccoli comuni italiani posti al margini dei maggiori processi di sviluppo economico e/o sociale. Però si può pensare di incidere su alcuni di questi o di poter fornire gli aiuti o i collegamenti utili ad animare tessuti e realtà locali, soprattutto se vitali ma silenti.

Tutto ciò, soprattutto nella consapevolezza della scarsità di risorse finanziarie pubbliche, che dunque obbligano a pensare modelli alternativi, basati sulla fornitura di competenza (da parte del livello centrale) e la partecipazione (a livello locale). Per questo un aiuto molto importante può arrivare dalle nuove tecnologie, che da un lato permettono di realizzare iniziative e proposte immateriali e dunque a basso impatto economico e ambientale, e dall'altro rendono possibile dialogare e creare comunità di partecipazione molto allargate e attive.

Ragionando in termini costruttivi, si devono evidenziare i positivi punti cardine, sui quali fondare i ragionamenti e l'azione futura:

1. Le aree protette del Lazio sono una realtà consolidata che gode di buona fiducia da parte degli utenti (forse minore da parte degli abitanti), cosa che permette di intraprendere azioni dalle quali è giusto attendersi una risposta positiva del pubblico (di Roma, del Lazio, italiano e straniero, a seconda del target che si ritiene di prendere in considerazione); non è tanto il bacino potenziale di domanda il problema, quanto la possibilità di risposta dell'offerta.

2. Questa fiducia può essere incrementata utilizzando la possibilità di un'ulteriore "certificazione", ovvero il ricorso alla garanzia ufficiale (marchi e certificati, pochi ma ben usati: ECOLABEL, NIC, NIV, Carta Europea del Turismo Sostenibile) o a quella costituita degli utenti soddisfatti (passaparola, recensioni, storytelling, ecc.) che andranno cercati, stimolati e coinvolti.

3. La possibilità di fornire non tanto e non solo aiuti economici, ma sostegno in termini di crescita del capitale umano: incontri, seminari, corsi, strumentazione info-telematica, sensibilizzazione ai temi locali e dell'accoglienza, costruzione di piattaforme di dialogo, materiali o immateriali.

4. Ricorso alla rete informatica: costruzione di "app" dedicate, apposizione di QRcode, costruzione di guide interattive e in progress, autocostruzione di percorsi e vacanze, ecc. pur senza dimenticare le metodologie "tradizionali" di promozione e fruizione (depliants, guide, articoli su riviste dedicate, ecc.).

5. Le tante attività positive già realizzate sul sistema: dall'ARP o dagli Enti stessi, adattandole alla situazione contemporanea e cercando di valutare "cosa fare dove" anche con la partecipazione degli enti gestori e di altri testimoni/osservatori privilegiati.

6. Vi è un'ottima capacità di comunicazione dell'ARP, che nonostante la pausa di questi ultimi anni, può senza dubbio riallacciare i fili e creare nuove opportunità per il sistema.

7. Il tema dell'inclusione sociale, e dell'allargamento della platea di utenti (ovvero l'accessibilità) è senza dubbio un punto cruciale e sul quale proseguire dalle basi già gettate.

3 OBIETTIVI E LINEE DI AZIONE

3.1. CONSOLIDARE LE CONOSCENZE SUI SISTEMI LOCALI NEI QUALI FOCALIZZARE LE AZIONI

Alla base di ogni possibile strategia non può che esserci la conoscenza. Una conoscenza, propedeutica alle azioni, che per molti versi esiste già, per certi altri va invece ricostruita e per altri ancora creata ex novo. Si dispone già o si può disporre di tutte le informazioni più "strutturali" che riguardano la realtà delle aree protette: territori, biodiversità, infrastrutture, impianti, allestimenti, attrezzature, centri visita, dotazioni, risorse. Allo stesso modo sarà possibile ricostruire la loro rappresentazione, almeno in senso indicativo (che cosa tutelano, che cosa significano, quanto pesano, quanto contano, come vengono percepite, ecc.).
I territori oggetto di approfondimento rappresentano contesti di elevata qualità ambientale e paesaggistica per i quali si intende aumentare i benefici legati ai flussi turistici, alle attività commerciali e ai servizi ad essi collegati, senza che questo processo, però, arrechi danni durevoli all'ambiente naturale. Il problema è che tali flussi sono generalmente poco conosciuti in termini quantitativi e, in particolare, i dati sul turismo "naturalistico" - fenomeno che senza dubbio contribuisce più di ogni altro direttamente e indirettamente a formare tali benefici - sono poco chiari

e si basano su stime derivate indirettamente da altri indicatori o da indagini dirette ad hoc (questionari, interviste, analisi).

Un insieme di informazioni necessarie è quello relativo alle attività umane che si svolgono nelle aree naturali protette, sia all'interno dei confini, che nelle pertinenze (territori dei comuni parzialmente ricompresi, aree connesse, limitrofe, gravitanti, ecc.). Inoltre fondamentale risulta valutare, tramite alcuni indicatori specifici, la capacità di carico turistico di un'area protetta. Tali analisi risultano di grande importanza per comprendere quale sia la base di riferimento, ma quale contemporaneamente il limite, del possibile sviluppo che alle aree protette viene richiesto, nella logica di valorizzazione e condivisione dei valori che esse stesse sono chiamate a tutelare.

Altre informazioni necessarie sono quelle relative alle infrastrutture e riguardano la possibilità di connessioni reali o virtuali fra i vari nodi del sistema: viabilità generale, sentieri, percorsi, opportunità multiple di mobilità, a vario grado di sostenibilità.

Ulteriori conoscenze devono riguardare l'entità e la qualità del patrimonio di risorse umane sulle quali gli enti di gestione delle aree protette del Lazio possono contare. In quest'ottica potrebbe essere utile effettuare una rilevazione di massima delle competenze disponibili, a vari livelli, estendendo la ricerca non solo al personale delle aree protette, ma anche ad una molteplicità di soggetti con esse connessi all'interno delle micro reti territoriali (operatori privati concessionari di servizi, associazioni, ecc.).

Una informazione aggiuntiva, ma potenzialmente di grande importanza, è quella che riguarda gli immobili/edifici di proprietà o a disposizione o comunque di pertinenza degli Enti gestori delle aree protette o di altri enti locali. E' quanto mai opportuno realizzarne il "censimento", avviato in passato dall'ARP ma anche da altre strutture regionali, mettendo assieme tutte le informazioni o le banche dati presenti. Occorre conoscerne il numero, la disponibilità, lo stato di conservazione ed efficienza, gli interventi eventualmente effettuati in epoche recenti, l'attuale impiego (totale o parziale, occasionale o permanente, ecc.) e anche gli aspetti relativi all'accessibilità per tutti.

Un elemento nuovo da valutare, eppure fondamentale, riguarda l'identità delle Aree Protette, la cui faccia speculare, l'immagine che queste trasmettono e che, dall'esterno, è percepita, necessita anch'essa di approfondimento. Identità ed immagine eventualmente comunicate dalle Aree Protette e raccolte sia dai residenti e abitanti delle zone circostanti, sia dagli "esterni"(residenti nella regione, altri italiani, stranieri). Queste analisi, molto costose se condotte mediante indagini dirette, cominciano ad essere disponibili e ricostruibili mediante metodi *desk* di analisi della rete e dei *social network.*

Ma "dentro e intorno" alle aree protette esistono una infinità di oggetti e soggetti che per vari motivi fanno parlare di sé, e che quindi possono esserne o divenirne gli "Ambasciatori": occorre farne un inventario logico, capirne l'importanza, la notorietà, la geografia di diffusione, la "reputazione", ecc.

Tale bagaglio di conoscenza, una volta acquisito, rappresenta la condizione necessaria, ma non sufficiente, per elaborare una strategia. Per fare ciò occorre valutare il "posizionamento" delle aree protette del Lazio, con le loro specie tutelate, i loro territori, i loro prodotti, ecc. Che cosa rappresentano sul mercato e rispetto agli altri territori, prodotti, ecc.? In che posizione si collocano in quanto a notorietà, reputazione, desiderio, ecc. ?
A ben vedere la risposta a queste domande, che deriva dallo sviluppo di tutte le analisi elencate e rappresenta la condizione necessaria per realizzare un piano di marketing strategico del sistema.

3.2. POTENZIARE LE CAPACITA' TURISTICHE DELLE AREE PROTETTE DELLA REGIONE LAZIO

3.2.1. Presentare e rappresentare il Sistema "Parchi del Lazio"

All'interno di un processo strategico di pianificazione pluriennale è fondamentale identificare il "core" su cui si va ad operare, ossia il "Sistema delle aree naturali protette della Regione Lazio".
Pur essendo assai noto, tra gli addetti ai lavori, quale realtà vivace nel campo della conservazione della natura e dell'ambiente, il Sistema dei aree naturali protette del Lazio non riscuote medesima fortuna e consenso - dal punto di vista del marketing- come prodotto/progetto territoriale. L'obiettivo dunque da perseguire è quello di aumentare la visibilità e conoscenza del Sistema; creare empatia con gli abitanti, i frequentatori abituali e i potenziali visitatori ai fini di rafforzarne l'immagine.

A fronte di un'offerta costituita dalla sommatoria di servizi, spesso scarsi ed inefficienti, erogati da aziende diverse che insistono nello stesso territorio, occorre che il Sistema ma anche il singolo Ente di gestione si faccia carico di un piano di marketing unitario e interconnesso, al quale tutti i soggetti devono fare riferimento. E' infatti il tempo di lavorare alla costruzione di una visione "regionale" che permetta l'affermazione delle aree protette Laziali come un marchio unico, in cui il turista potrà identificare il sistema di valori di cui i territori protetti sono portatori, e gli stakeholders locali e gli investitori esterni potranno invece definire e sintetizzare le azioni e progetti.

Gli obiettivi del marketing territoriale nel Sistema delle aree protette del Lazio devono, in primo luogo, integrarsi con quelli regionali, poi con quelli nazionali ed essere finalizzati soprattutto a far aumentare le opportunità di business, legate ai flussi turistici, nel rispetto degli obiettivi di conservazione della natura. In definitiva, ciò che occorre al Sistema delle aree naturali protette del Lazio è una politica di marketing territoriale che, oltre ad integrarsi strettamente con quella regionale e nazionale, consenta di evitare che i flussi turistici abbiano impatto negativo sui delicati equilibri ecologici dell'ambiente, pur generando reddito a livello locale.

Interessante in tal senso è evidenziare quanto la Regione Lazio ha inteso fare con l'istituzione del Monumento Naturale Selva di Paliano Mola di Piscoli e l'acquisto di parte dei terreni della ex tenuta di proprietà della famiglia Ruffo di Calabria che su quei terreni aveva creato, già negli anni '70, un "Parco" a carattere naturalistico, il cosiddetto "Parco Uccelli". La Regione ha così deciso di tutelare la Selva e di acquisirla in parte, affidandone la gestione all'ARP, per riaprire la struttura, cosa avvenuta nel 2010 con un notevole successo di partecipazione pubblica, ma anche per tutelare un ambiente naturale e la sua memoria collettiva che appartiene a moltissimi degli abitanti della regione e non solo. Per quest'area è stato studiato, in collaborazione con BIC Lazio, un grande progetto di valorizzazione non solo dell'area stessa, ma di tutto il sistema, attraverso la creazione del Polo Multifunzionale "La Porta dei Parchi e dei Musei Naturalistici del Lazio"

Ma affinché la visita a un'area naturale protetta sia replicata e soprattutto divulgata ad altri (tramite passa parola o tramite web) occorre che la visita si sia rivelata interessante e positiva e che il soggiorno, in tutte le sue componenti, abbia generato nel cliente (in particolare il turista non-naturalista) un ricordo e/o un'emozione piacevole, basata sui sensi: vista, udito, odorato, gusto, tatto. Indispensabile, poi, risulta conoscere il giudizio degli utenti sulla qualità dei servizi ricevuti e sul livello di soddisfazione delle aspettative. Esistono in tal senso strumenti specifici di valutazione della qualità dei servizi, con lo scopo di far coincidere i servizi offerti dalle aree protette con le

richieste degli utenti, ottimizzando le risorse disponibili e intervenendo con azioni mirate e progetti specifici.

3.2.2. Creare il sistema turistico delle Aree Protette Regionali in collaborazione con la Regione e gli Enti di gestione.

Le prospettive di sviluppo turistico nelle Aree naturali protette del Lazio sono fortemente dipendenti dalle scelte d'indirizzo generale effettuate, sia a livello centrale, quindi di Regione, sia a livello locale, di chi ne ha in capo la gestione.
Il percorso strategico che qui si suggerisce, mira a favorire e indurre la fruizione del territorio protetto suscitando desiderio e aspettative, ad aumentare l'identificazione nei valori locali dei residenti e consentirne la partecipazione ai turisti, a coagulare l'adesione intorno al progetto stesso, pensato nel segno della sostenibilità, con le imprese e gli abitanti. Ma per vedere affermato questo modello di sviluppo occorre il rafforzamento delle visioni comuni e della sinergia tra Regione e aree protette. Per rendere competitive queste zone sul mercato turistico, è necessario che le scelte di *governance* del Sistema delle aree naturali protette e della Rete Natura 2000 e più in generale di gestione del territorio, siano pensate e attuate nell'ottica della costruzione di un insieme complesso formato da singole unità territoriali a differente specializzazione. Questa non è la visione "top down", basata sullo studio di azioni e lezioni impartite dal centro alla periferia, ma, come d'altra parte dimostra l'esperienza delle iniziative (elencate nel box successivo) realizzate con successo negli anni passati dall'ARP con la diretta partecipazione delle Aree Protette, la proposta di un progetto di sviluppo unico ma condiviso. "Fare rete, fare sistema", sono infatti imperativi necessari per realizzare finanche le azioni territoriali nelle singole Aree Protette, come per esempio la strutturazione dei prodotti turistici e il miglioramento delle condizioni di competitività locale.

L'obiettivo, è quello di creare un vero e proprio "distretto" del quale fanno parte tutte le aziende, istituzioni, organizzazioni e infrastrutture interessate a generare un mercato profittevole nel Sistema. Pertanto, affinché sia possibile avviare una efficace attività di marketing, il Sistema dovrebbe avviare un articolato processo di coinvolgimento, in un unico programma e sotto un unico marchio, di più realtà economiche e sociali.

REGIONE LAZIO

AGENZIA REGIONALE PER I PARCHI

Le iniziative realizzate dall'Agenzia Regionale Parchi per il Sistema delle aree protette e della Rete Natura 2000

Programma	Finalità	Progetti Correlati e Pubblicazioni
GIORNIVERDI	Programma di Comunicazione Territoriale realizzato in tutte le AANNPP, finalizzato alla promozione di una fruizione sostenibile delle Aree Protette Regionali	Parco anch'io - escursioni gratuite in pullman con partenza da Roma, organizzate in base a un calendario di visite guidate gratuite. Campi Base - soggiorni residenziali per ragazzi, scuole, famiglie e terza età, in strutture site all'interno delle Aree Protette, per vacanze all'insegna della sostenibilità. Parchi alla Lavagna - attività educative rivolte alle scuole per le quali le aree naturali protette si trasformano in laboratori a cielo aperto. Campi scuola junior – rivolti agli alunni del primo ciclo di istruzione della durata di 3 gg. Campi scuola senior – riservati ai ragazzi del secondo ciclo, della durata di 5 gg. Educational Tour - rivolto ai giornalisti interessati a conoscere il turismo "naturalistico" offerto dai Parchi Campi Ambiente Evergreen - per gli adulti di età superiore ai 60 anni: soggiorni di 5 gg. In pensione completa, dal lunedì al venerdì "DALLE 9 alle 5…. orario continuato" - iniziativa di animazione naturalistica dedicata ai ragazzi e ragazze in età scolare residenti a Roma o nel territorio di un'area protetta che trascorrono una settimana sotto la guida e il controllo di operatori esperti. "Erba del vicino" - iniziativa di un giorno, con attività di animazione in una delle Aree Protette della regione differente da quella di provenienza dei partecipanti. " Amici del parco" - iniziativa di animazione naturalistica dedicata alle scuole per sensibilizzare gli scolari che abitano in un parco a conoscere una vicina Area Protetta "Parchi in Festa" - Gita-escursione di un giorno, con attività di animazione naturalistica, in un'Area Protetta dove si sta svolgendo una sagra gastronomica, una fiera espositiva, una mostra-mercato, la festa del santo patrono o giochi popolari. "Sportivi per natura" - Escursione di un giorno che abbina all'animazione naturalistica la possibilità di conoscere e di praticare attività sportive compatibili con l'ambiente (equitazione, mountain bike, trekking, canoa, ecc.)
Qualificazione degli operatori	Corsi di formazione o seminari formativi	Corsi per operatori turistici sui temi della sostenibilità, accessibilità e accoglienza turistica, certificazione. Corsi di formazione per operatori di fattoria educativa. Corsi per operatori del progetto "Giorniverdi".
Parchi in Mostra	Programma che prevede la realizzazione di mostre allestite nelle aree protette (centri visita, palazzi storici, ecc.) e nei Musei Naturalistici del Sistema Re.Si.Na.	Mostre itineranti Cataloghi delle mostre artistiche e fotografiche; Libri didattico-informativi legati alle mostre omonime. Eventi legati alla presenza sul territorio delle mostre (inaugurazioni, incontri e seminari, proiezioni di fotografie, visite guidate)
Natura in Viaggio	Programma sviluppato dall'ARP per promuovere occasioni di visita nei parchi del Lazio, attraverso iniziative e percorsi organizzati.	Strade dei Parchi Percorsi sulla viabilità minore del Lazio, individuati e evidenziati sul territorio da una specifica cartellonistica, promossi da una serie di guide pubblicate e da un sito WEB dedicato e connesso nel portale dei Parchi del Lazio. Natura in viaggio "Educational Tour" Organizzazione di un "eductour" destinato a giornalisti e T.O nazionali e internazionali interessati a conoscere e commercializzare il turismo "naturalistico" offerto dalle AANNPP e di un "borsino" workshop commerciale internazionale
FOR. E ST. A.	Formazione, aggiornamento e qualificazione professionale del personale delle Aree Protette .	Sono stati realizzati circa 220 incontri, tra corsi e seminari, per un totale di 12.624 ore di formazione e complessivamente 5.473 partecipanti.
Natura in Campo	Promozione e valorizzazione delle produzioni agroalimentari sostenibili e tradizionali del Sistema delle Aree Naturali Protette.	Concessione del marchio "Natura in Campo". Partecipazione a fiere e manifestazioni con i prodotti a marchio e dei parchi del Lazio Collaborazione con ARSIAL per il recupero dei prodotti tradizionali e della biodiversità "CUOCO PER NATURA" concorso a premi per cuochi che presentano un piatto elaborato con prodotti provenienti dai Parchi del Lazio. FATTORIE EDUCATIVE NATURA IN CAMPO : realizzazione della rete di fattorie educative "Natura in Campo", che sono un importante strumento di espressione del sistema locale di impresa anche nel campo della formazione ambientale e di valorizzazione delle risorse territoriali. Realizzazione del manuale per operatori di fattoria educativa"
Valorizzazione del patrimonio naturalistico e paesaggistico	Miglioramento della fruizione del patrimonio di biodiversità, di geodiversità, delle risorse paesaggistiche e culturali	Pubblicazione di volumi e guide specializzate Mappatura dei sentieri geo-referenziati nel Parco Regionale dei Monti Simbruini "Realizzazione di cartellonistica didattico-informativa sulle tematiche delle zone umide e del birdwatching in 9 Aree naturali Protette". La via dei Lupi, un sentiero, suddiviso in 15 tappe che permette a chi ama il trekking, di trascorrere due settimane tra la campagna romana fino al cuore del Parco Nazionale dell'Abruzzo, Lazio e Molise. Un inedito trekking di 120 km
Certificazioni Ambientali	Promozione e diffusione delle certificazioni ambientali	Supporto tecnico specialistico a n. 5 strutture ricettive nella valutazione dei requisiti tecnici,necessari all'ottenimento del Marchio Ecolabel Promozione della Carta Europea del Turismo Sostenibile già sottoscritta dalla Riserva Naturale Regionale di Monte Rufeno e dal Parco Nazionale Abruzzo Lazio e Molise.
Accessibile ? Naturalmente!	Progetto finalizzato a favorire l'accessibilità per tutti agli ambienti e alle strutture, sostenendo le Aree Protette Regionali a migliorare la qualità e la fruibilità dei propri servizi e delle proprie strutture.	Predisposizione del documento tecnico "Il Parco Accogliente": Seminari introduttivi per la definizione della disabilità (secondo l'ICF); Elaborazione del metodo di monitoraggio sulla fruibilità ed accessibilità dei servizi e delle strutture delle Aree Protette; Corso di formazione su monitoraggio e rilevazione; Campagna di monitoraggio e tutoraggio; Realizzazione di pubblicazioni specifiche; Piano per la qualità dell'Accoglienza del Parco dell'Appia Antica.

Affinché l'offerta del Sistema dei Parchi del Lazio sia veramente efficace ed incisiva, è fondamentale che sia interconnessa e perfettamente integrata con ulteriori elementi e/o prodotti di marketing a carattere regionale, già esistenti o in via di realizzazione, come ad esempio le "Vie dell'olio, del vino, del sale", circuiti delle dimore e dei giardini storici ecc. Inoltre, appare indispensabile e coerente con le attuali strategie turistiche sia internazionali, sia nazionali che regionali, di iniziare a progettare e realizzare, in accordo e collaborazione con l'Agenzia Regionale per il Turismo, itinerari turistici afferenti a bacini di accessibilità corrispondenti alle "isocrone" 1 ora (pendolarismo turistico giornaliero), 2 ore (turismo familiare di weekend); oppure itinerari, non generici ed indifferenziati, ma studiati e progettati su target specifici.

Tutta l'informazione afferente (schede illustrative testuali, immagini, video promozionali, percorsi georeferenziati interattivi, informazioni di servizio, ecc) dovrebbe poi essere rappresentata, e contemporaneamente promossa, attraverso il network web based del Sistema delle AANNPP integrato con il portale turistico regionale. Il Sistema delle AANNPP regionali si potrà così presentare come un'offerta estremamente variegata, il cui valore, per il cliente, è generato dalla sommatoria della qualità di tutti i servizi che vengono erogati in quello specifico territorio.

E' dunque indispensabile evolvere le attuali piattaforme tematiche del Sistema delle AANNPP e dell'Arp in una "infrastruttura di collaborazione online" che, oltre alla suddetta piena e reale integrazione con i portali regionali a vocazione turistica, veda anche la partecipazione degli operatori e dei turisti, coerente e coagente a quel disegno, inevitabilmente complesso, di organizzazione turistica in grado di far evolvere il Sistema Parchi del Lazio

Di fondamentale importanza è l'integrazione del programma strategico proposto nelle politiche regionali mediante la cooperazione con le altre strutture della Regione la cui azione ha ricadute sulla valorizzazione turistica e la promozione territoriale delle aree protette: formazione, trasporti, mobilità, urbanistica, turismo, cultura. Nell'ambito degli investimenti volti a rafforzare la competitività del territorio, grande importanza nelle strategie regionali è rivestita dall'innovazione tecnologica. Le AA.NN.PP. non possono rimanere estranee a programmi di sviluppo e attuazione dell'Agenda Digitale della Regione Lazio, specialmente in materia di costruzione di infrastrutture digitali e sviluppo di servizi telematici. Sono questi gli strumenti migliori per garantire a tutti i cittadini della Regione le stesse opportunità di accesso e anche per colmare la lacuna di conoscenza che ancora troppo spesso esiste in riferimento ai territori protetti e, in definitiva, per migliorare e ampliare l'offerta di turismo naturalistico che dalla rete può derivare.

3.2.3 Valorizzare il territorio nel segno della sostenibilità e della partecipazione

Il turismo, può rappresentare una linea d'azione attraverso la quale perseguire l'obiettivo dello sviluppo locale sostenibile, ma ci si interroga, ormai da tempo, su quali siano gli approcci ed i riferimenti concettuali adeguati per "leggere" il problema di gestione di un territorio e quali soluzioni si possano proporre per perseguirla concretamente. Per sua natura, infatti, il turismo ha un impatto sistemico, in quanto tende a coinvolgere trasversalmente l'economia del territorio nel quale si indirizza, con ricadute anche di natura sociale, culturale ed ambientale. Se è vero, infatti, che il turismo è un potenziale volano di ricchezza per le popolazioni residenti è altrettanto vero che esso ha un impatto non neutro sul territorio, poiché orienta l'attività economica locale, consuma risorse, richiede un'adeguata opera di strutturazione ed infrastrutturazione.

L'avvento del turismo rappresenta, per un sistema territoriale, un input fondamentale di trasformazione, che deve essere opportunamente indirizzato ed interiorizzato al fine di generare

valore e sviluppo durevole. Un processo che si può trasformare in un reale fattore di sviluppo economico e sociale, se condotto partendo dal coinvolgimento dell'insieme dei protagonisti interessati dagli effetti dell'attività turistica sul territorio, e dalla valorizzazione dell' identità locale, intesa come rappresentazione di tutti quei valori che nel territorio si sono affermati e consolidati nel tempo e che costituiscono il patrimonio inestimabile: le specie animali e vegetali rare o particolari, i paesaggi, i borghi storici, il bagaglio di valori culturali legati alle tradizioni, le risorse alimentari e artigianali e i relativi prodotti.

Fondamentale in questo senso è l'aiuto che può arrivare dal processo di adozione della Carta Europea per il Turismo Sostenibile nelle aree protette[1] (CETS), cioè di uno strumento metodologico certificabile che permette una migliore gestione delle Aree Protette per lo sviluppo del turismo sostenibile. L'elemento centrale della Carta è la collaborazione tra tutte le parti interessate a sviluppare una strategia comune e un piano d'azione per lo sviluppo turistico, sulla base di un'analisi approfondita della situazione locale.

L'obiettivo è la tutela del patrimonio naturale e culturale e il continuo miglioramento della gestione del turismo nell'area protetta a favore dell'ambiente, della popolazione locale, delle imprese e dei visitatori. Affermare la necessità di un partenariato da parte dei protagonisti locali, esprime la volontà di ripartire in modo migliore i benefici del turismo sul territorio e di trovare le soluzioni adeguate per favorire l'accoglienza dei visitatori nelle migliori condizioni, per la difesa della natura, per gli abitanti, i visitatori e per coloro che operano sul territorio nel settore turistico. Questo partenariato deve essere rafforzato dall'assunzione di responsabilità dell'istituzione che gestisce l'area protetta, delle collettività locali e delle imprese turistiche del territorio. In altri termini, una gestione globale del turismo significa: una presa di coscienza collettiva della posta in gioco nel turismo durevole, un'azione concertata tra tutti i protagonisti locali interessati dall'attività e una cooperazione efficace tra i diversi partner che agiscono, tutti, per una gestione migliore del turismo sul territorio.

Centrali nello sviluppo della CETS sono le attività di comunicazione e partecipazione. L'elaborazione e l'attuazione di una strategia di sviluppo turistico durevole hanno infatti bisogno del coinvolgimento di tutti coloro che svolgono un'attività in relazione diretta o indiretta col turismo sul territorio. La loro partecipazione, indispensabile al successo di questa strategia, è spesso correlata a una presa di coscienza collettiva della posta in gioco nello sviluppo turistico durevole.

Un processo di CETS ha quindi due elementi sostanziali: un elemento tecnico di definizione degli accordi e di gestione del processo interno di coinvolgimento degli attori, e un elemento di comunicazione esterna indirizzata prima agli stakeholders e quindi al pubblico locale e turistico, parti la cui buona realizzazione determineranno, alla fine, il successo o meno del processo di sottoscrizione della Carta Europea del Turismo Sostenibile.

[1] La CETS è coordinata da EUROPARC Federation, che, col supporto delle sezioni nazionali della federazione (come Federparchi-Europarc Italia), gestisce la procedura di conferimento della Carta alle aree protette e coordina la rete delle aree certificate.

L'unica area protetta del Lazio ad aver finora conseguito la CETS è la Riserva Naturale Monte Rufeno, che ha ottenuto ufficialmente il riconoscimento da Europarc nell'ottobre del 2012. Nel comprensorio di Acquapendente (VT) entro cui ricade per intero la Riserva, il processo ha riguardato tutto il territorio comunale (circa 13.000 ettari, dei quali circa 3.000 di area protetta), ma sarà prossimamente allargato ai comuni di Proceno (VT), San Casciano Bagni (SI) e Allerona (TR) in un interessante quanto inedito esperimento di "interregionalità". 21 gli attori, o stakeholders, coinvolti: 3 istituzionali (Comune, Riserva Naturale e Regione Lazio attraverso l'Agenzia Regionale Parchi) e 18 privati, che operano nel territorio (società di servizi, tour operators, strutture ricettive, associazioni e pro loco). Nel corso dei vari forum sono state messe a punto 41 diverse azioni, che compongono il piano d'azione e si rapportano praticamente con tutti i principi ispiratori, gli obiettivi e gli aspetti chiave della CETS. L'impegno complessivo di risorse è pari a oltre 1.500.000 euro, un terzo dei quali proveniente dagli operatori privati.

Semplificando dunque occorre:

- gestire i flussi turistici in relazione alla capacità turistica (*carryng capacity*) del sistema e/o della singola area protetta, indirizzando i flussi di visitatori in particolari zone di un'Area Protetta in funzione delle esigenze di conservazione e di sviluppo;
- presentare e stimolare l'adozione dei processi partecipativi locali, azione nella quale centrale è il ruolo giocato dall'ente di gestione dell'area protetta ;

3.2.4 Miglioramento delle capacità ricettive: valorizzare il capitale locale, strutturare l'offerta

Il progetto di sviluppo del turismo nelle aree protette, parte dunque dal presupposto che non ci si debba limitare alla semplice formulazione e sovrapposizione di proposte per la fruizione dei servizi offerti da ambiti di pregio ambientale e paesaggistico, ma che si debbano creare le occasioni per stimolare l'interesse verso i territori nel loro complesso.

In queste zone, come del resto avviene in quasi tutti i territori che, al di fuori del grande polo di attrazione della Capitale, soffrono della crisi e della scarsità di domanda, gli operatori turistici, per poter continuare o iniziare a fare impresa in maniera efficiente e remunerativa, devono puntare sulla qualità e sulla diversificazione: questa è la scelta prioritaria, che può permettere agli imprenditori di non scomparire dal mercato e di offrire un prodotto turistico competitivo.

Prospettive economicamente positive per gli operatori, per l'indotto e per tutto il territorio si potranno generare attraverso un processo strategico di valorizzazione della presenza delle aree protette, facendo in modo che i soggetti presenti possano puntare sul vantaggio competitivo dato proprio dai valori che le aree tutelate direttamente esprimono. Vantaggio che può essere messo a frutto solo se esiste o si consolida l'accordo fra istituzioni, in particolare gli enti di gestione delle aree protette e gli operatori economici locali. L'obiettivo è di costruire un'offerta molteplice e diversificata oltre a quanto tradizionalmente offerto (proposte turistiche per target, attività ricreative particolari e innovative, servizi di accompagnamento generici o sviluppabili "ad personam", proposte di ristorazione innovativa basata sulle particolarità alimentari locali, eventi definiti, ecc.) in cui salvaguardare la specificità ambientale.

Tra le peculiarità delle aree protette le produzioni agroalimentari occupano un posto di primo piano, vere e proprie eccellenze, che sono ottenute con procedimenti tradizionali o sono definite "tipiche" In queste aree sono diffuse più che altrove le aziende agricole biologiche, biodinamiche o che si

dedicano alla conservazione della biodiversità agraria, aziende che spesso praticano attività agrituristica, hanno anche strutture di accoglienza educativa e molte volte vendono direttamente i loro prodotti. Sono proprio queste le aziende su cui l'ARP ha da quasi 10 anni ha impostato la sua azione di valorizzazione nel segno della sostenibilità, in particolare con la concessione del Marchio "Natura in Campo" ai prodotti agricoli e alimentari, la promozione delle produzioni di qualità attraverso la pubblicazione di materiale divulgativo e tecnico e l'apertura di un sito web dedicato, la costruzione di una rete di Fattorie Educative. Sulla stessa impronta, l'Agenzia intende realizzare un marchio di sostenibilità delle strutture turistiche, marchio "Natura in Viaggio" e promuovere la diffusione dell'adozione volontaria delle certificazioni ambientali. Analogamente le particolarità offerte dall'artigianato sono molteplici, così come nelle zone di cui ci interessiamo, si trova ancora che svolge mestieri tradizionali e in via di sparizione. Ma contemporaneamente non manca chi invece lavora proiettato in avanti producendo oggetti artistici con il materiale di scarto e del riciclo, chi sviluppa progetti sul web, o chi invece, tramite cooperative e associazioni soprattutto di giovani, organizza attività che rispondono ai nuovi bisogni della società.

Inoltre, le numerose strutture museali presenti dentro o nelle vicinanze delle aree tutelate, devono essere strutturati per raggiungere risultati di eccellenza non solo nelle funzioni tipiche, cioè sviluppo e conservazione delle raccolte, ricerca e studio, esposizioni delle collezioni, ma devono saper offrire anche servizi aggiuntivi (centri visita, punti informativi, laboratori, iniziative promozionali) e affrontare tematiche specifiche (archeologia, mineralogia, botanica) al fine di: valorizzare e promuovere il territorio, attrarre un numero sempre maggiore di visitatori locali e turisti esterni, attrarre diverse tipologie di visitatori (professionisti, famiglie, bambini), cercando anche di fidelizzare il pubblico per indurlo a ripetere le visite in quel luogo.

Le aree protette del Lazio si trovano pertanto nella necessita di ripensare se stesse per poter diventare dei veri e propri contenitori turistici in cui è possibile praticare attività diverse, all'insegna della riscoperta di luoghi identitari e di pregio da un punto di vista naturalistico, dove scoprire prodotti e servizi particolari e unici e partecipare non solo da spettatori alla vita delle comunità locali.

Per strutturare adeguatamente l'offerta turistica di ogni ambito studiato, nella logica dell'integrazione nei più ampi ambiti di zonizzazione turistica della Regione Lazio nei quali si focalizzerà l'intervento turistico regionale dei prossimi anni, complessivamente, occorrerà agire contemporaneamente su tre livelli:

i. sugli standard, ovvero sul miglioramento progressivo dell'offerta, sviluppando al contempo la necessaria professionalità turistica;
ii. sulle peculiarità, proponendo un'offerta aderente perfettamente al contesto territoriale perché basata sullo studio delle risorse – turistiche, sociali, professionali – disponibili e sulla selezione delle componenti di originalità. Tutto ciò attraverso il coordinamento con progetti di valorizzazione già in atto; sia attraverso la valutazione della praticabilità economica dei prodotti turistici emersi;
iii. sulla complementarietà, ovvero sviluppando una interconnessione forte tra i servizi e i prodotti turistici offerti da un determinato contesto territoriale.

In tal senso, è indispensabile costruire ogni azione in stretto coordinamento con l'attività svolta dalla Regione, sia nell'ambito della programmazione delle risorse economiche, sia della formazione professionale, che in linea con gli obiettivi dell'UE, tramite le risorse del Fondo Sociale Europeo, che mira a potenziare la coesione sociale, ad aumentare la produttività e la competitività e a favorire la crescita economica e lo sviluppo sostenibile.

4. ATTUAZIONE DEL PROGRAMMA

4.1 IL PROCESSO

Il programma strategico per la valorizzazione turistica e la promozione territoriale delle aree protette, per poter avere la rilevanza e l'impatto auspicato, necessita di una assunzione al più alto livello dell'Amministrazione regionale: si tratta infatti di uno degli assi prioritari dello sviluppo sociale ed economico di molti territori marginali, in grado di coniugare economia e sostenibilità.

Per questo la fase di lancio del Programma dovrà avere le caratteristiche di una azione "Top-Down", mediante una forte comunicazione all'interno della struttura regionale ed inter-istituzionale del Programma stesso, che coinvolga gli Enti di gestione, le Amministrazioni locali, i portatori di interesse come le Associazioni di categoria, quelle ambientaliste, ecc..

Tale fase, oltre che comunicare il programma e coinvolgere i principali soggetti interessati, dovrà avere anche un valore simbolico di investitura del soggetto regionale che ne sarà il gestore, ed al quale quindi i soggetti coinvolti saranno tenuti a fare riferimento. Al contempo in questa fase verranno identificati i referenti locali del Programma, che saranno i punti centrali di "aggancio" delle diverse azioni, e di comunicazione delle stesse sui territori.

Di tali occasioni "centrali", oltre al fondamentale lancio iniziale, si possono prevedere anche momenti successivi e ripetuti, che possano consentire di valutare gli avanzamenti, divulgare i monitoraggi, ri-tarare se utile le direttive generali.

Ma nel suo svolgimento pratico e quotidiano il Programma non potrà che avere una articolazione locale: a questo riguardo sarà fondamentale la definizione, d'intesa con l'Assessorato Regionale-Agenzia Regionale turismo, delle macro-aree strategiche di riferimento per l'azione di valorizzazione.

A questa scala geografica l'interlocuzione tra Agenzia Regionale Parchi e realtà locali avverrà a livello decentrato, mediante un contatto costante con i referenti identificati, ma anche con il coinvolgimento allargato degli attori locali, la cui condivisione e partecipazione, come si è più volte accennato, risulta determinante per il successo del Programma stesso.

A tale riguardo si prevede di effettuare cicli di incontri a crescente specializzazione ed operatività, anche adottando le metodologie consolidate della Carta Europea del Turismo Sostenibile; incontri che, appunto, da un iniziale approccio generale, tenderanno poi a concentrarsi su temi e filoni specialistici (per prodotto turistico, per mercato, per strumento, ecc.).

Uno degli obiettivi di tali cicli di incontri, oltre alla co-generazione di proposte specifiche ed attuabili nell'ambito del Piano, sarà quello di mostrare, e se possibile, far misurare agli interlocutori locali i vantaggi di essere parte di un sistema vero e proprio: vantaggi che si prevede siano di immagine, di conoscenza strategica dei fenomeni e dei mercati, di internazionalizzazione delle proposte, di vendita dei prodotti, turistici o comunque tipici dei diversi territori interessati.

4.2 MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Anche a fronte di risorse calanti, ma non certo solo per questo, il monitoraggio e la verifica dei risultati delle azioni diventa sempre più importante, imponendosi una forte selettività in termini di

mercati, investimenti sulle risorse locali, eventi, strumenti di marketing e azioni promozionali. Si tratta di un sistema che prevede una stretta collaborazione tra pubblico e privato e una pratica diffusa sul territorio.

Ma soprattutto c'è bisogno di oggettività e continuità. Le attività di valutazione e di monitoraggio acquistano senso se vengono analizzate in serie storica, altrimenti la comprensione di un indicatore numerico risulta difficile. E' solo il confronto tra dati di partenza e risultati ottenuti, in periodi diversi, che può misurare una crescita o un'evoluzione del fenomeno e del suo impatto.

Gli indicatori e le rilevazioni possibili.

Al momento del suo avvio e nel corso dell'attuazione del Programma si deve quindi definire che cosa ci si aspetta di ottenere dalle azioni di monitoraggio. In questo senso sembra indispensabile verificare quanto segue:

- Stabilire d'intesa con la Regione Lazio le macro-aree strategiche di riferimento per l'azione di valorizzazione turistica [2]
- Identificare i toponimi di maggiore rilievo da porre alla base delle successive analisi di dettaglio
- definire la notorietà di una ANP e della sua area/destinazione turistica (brand awareness), sui diversi possibili bacini o mercati di riferimento (locale, regionale, nazionale, estero)
- analizzare il gradimento (reputation) della ANP e della sua area, sempre in relazione alla varie scale geografiche
- studiare l'andamento quali/quantitativo dei flussi di visite sul web relativamente ai diversi siti e/o portali attivi
- stabilire nel tempo se sono aumentati i turisti/visitatori verso una certa ANP o nella zona circostante, definita come connessa (accessi, arrivi, presenze, acquisti, ecc.)
- svolgere analisi di user/customer satisfaction dirette (questionari, interviste, focus e gruppi di lavoro) su visitatori, ospiti, residenti
- studiare l'evoluzione dei sistemi economici locali delle ANP e connessi, soprattutto in termini di imprese, strutture e lavoro nel turismo

Tutte queste linee di azione si prestano ad essere interconnesse con l'istituendo Osservatorio Turistico Regionale e con i sistemi di monitoraggio dei risultati delle strategie turistiche, e comunque di sviluppo.

ALLEGATI:

SCHEDE DI AZIONE

CRONOPROGRAMMA

[2] A titolo esemplificativo si potrebbe adottare come ripartizione logica ed operativa del territorio regionale quella in 9 aree sulla cui base è articolato il nuovo portale turistico regionale, attualmente in fase di beta-test (Tuscia, Sabina, Castelli romani, Ciociaria, Riviera di Ulisse, ecc.)

Obiettivo 1	**Consolidare le conoscenze sui sistemi locali nei quali focalizzare le azioni**
Azione A	**Completamento e ampliamento delle informazioni di tipo quantitativo e qualitativo**
Descrizione	Completamento e ampliamento delle informazioni di tipo quantitativo e qualitativo, integrando quanto già disponibile presso l'ARP e la Regione con dati di altre amministrazioni o enti, o con rilievo diretto in loco, o tramite interviste e questionari da proporre a osservatori privilegiati. In particolare deve essere completato e aggiornato il quadro relativo a: • dati strutturali di tipo socio-economico e territoriale; • strutture e servizi pubblici e privati di pertinenza turistica con ricerca dei dati o valutazioni indirette sulle presenze; • infrastrutture materiali per il turismo: impianti, allestimenti, attrezzature, centri visita, punti informativi, ecc.; • disponibilità e accesso alle reti digitali; • reti sentieristiche presenti nelle AANNPP e fra di esse; • censimento e documentazione delle emergenze turisticamente rilevanti; • itinerari turistici presenti dentro le AANNPP o che le lambiscono: presenza di poli turistici per destinazione "non ambientale", itinerari particolari, percorsi stradali minori, percorsi tematici già realizzati (le vie del sacro, le strade del vino e dell'olio, ecc.); • presenza di beni immateriali: testimonianze e valori presenti nelle AANNPP al fine di individuare i possibili "Ambasciatori"; • analisi del livello generale dell'accoglienza in termini di raggiungibilità con attenzione particolare ai modi a bassa emissione di C, accessibilità, livello professionale degli operatori pubblici e privati presenti, servizi del territorio, etc. • acquisizione di informazioni qualificate sui visitatori, sui loro bisogni, aspettative e desideri, sull'impatto delle visite, la loro distribuzione e il movimento di tali flussi nello spazio e nel tempo; • ricerca di eventuali studi o analisi già condotte da altri enti in tal senso.

Obiettivo 1	**Consolidare le conoscenze sui sistemi locali nei quali focalizzare le azioni**
Azione B	**Valutazione della capacità di carico di ogni singola area protetta**
Descrizione	La programmazione strategica e la valorizzazione turistica delle AA.NN.PP. deve ispirarsi a criteri di sostenibilità e armonizzazione. Si rende a tal fine necessario uno studio sulla presenza turistica che, sulla base di indicatori specifici, individui i limiti numerici e temporali delle aree a maggiore pressione antropica per le quali occorre una limitazione o una diluizione spazio-temporale dei flussi. Occorre altresì individuare quelle aree che, risultando al contrario sottoutilizzate in termini di presenze, sono in grado di sostenere una maggiore pressione turistica, sviluppando, sulla base delle differenti tipologie, le proprie potenzialità attrattive.

Obiettivo 1	**Consolidare le conoscenze sui sistemi locali nei quali focalizzare le azioni**
Azione C	**Analisi del contesto turistico della singola ANP e dell'ambito circostante**
Descrizione	Analisi sotto il profilo turistico di ogni ANP per valutare, in un ottica di valorizzazione del sistema, le opportunità che possono facilitare lo sviluppo di un turismo sostenibile e competitivo e gli impedimenti di difficile rimozione che potrebbero impedirlo, tramite: • analisi dei punti di forza e di debolezza di ogni singola area ai fini dello sviluppo turistico; • analisi dei progetti già realizzati o in via di realizzazione sull'ambito turistico di riferimento (dalla Regione, dall'Agenzia e dai singoli enti di gestione delle AANNPP, da altri enti pubblici o strutture private); • valutazione critica dell'attività svolta per il Sistema delle AANNPP negli ultimi anni con il contributo determinante degli attori locali per capire ciò che può essere continuato o riproposto, ciò che necessita di modifiche o aggiustamenti, ciò che ha senso realizzare solo in ambito locale e ciò che ha validità esclusivamente nell'ambito di un progetto complessivo di sistema; • studio dell'integrabilità della proposta turistica di tipo "naturalistico-ambientale" nella politica di sviluppo turistico regionale.

Obiettivo 1	**Consolidare le conoscenze sui sistemi locali nei quali focalizzare le azioni**

Azione D	**Sintesi e valutazione finale**
Descrizione	Sintesi finale realizzata in base alle informazioni ottenute nelle analisi prevedenti con lo scopo di : Definire la base territoriale sulla quale focalizzare le azioni di sviluppo sostenibile del turismo, cioè quale sia l'ambito geografico di riferimento – a baricentro unico in un'area protetta o a policentrismo di un gruppo di esse - , che da un punto di vista del richiamo turistico (dunque semplificando: della domanda) e del bacino di risorse disponibili (analogamente: dell'offerta) si è delinato. Questa delimitazione, potrà prendere forma definitiva solo sulla scorta delle informazioni e ai dati elencati nelle schede precedenti. Tale indagine risulta di estremo interesse, soprattutto ai fini di ottenere l' intersecazione del prodotto "natura protetta" con gli ambiti prioritari di interesse turistico individuati a livello regionale. Valutare il "posizionamento" delle Aree Protette del Lazio definendo quale sia ora e soprattutto quale può divenire il ruolo del Sistema aree nel suo complesso, quale il valore aggiunto di ciascuna, nell'ambito del Sistema Turistico Regionale.

Obiettivo 2	**Presentare e rappresentare il sistema "Parchi del Lazio"**
Azione A	**Rilanciare l'immagine delle AANNPP tramite la realizzazione di prodotti di comunicazione per i diversi target di turisti e fruitori**
Descrizione	Ridefinizione di una immagine coordinata incentrata sul turismo per la comunicazione esterna del sistema delle aree protette e miglioramento del segno grafico che caratterizza l'area protetta; Potenziamento /miglioramento del network dei siti e portali esistenti (maggiore funzionalità, visibilità, interattività) anche attraverso modalità di interconnessione diretta e integrata con il portale turistico della Regione Lazio e l'utilizzo di social network Realizzazione di prodotti/collane (anche multimediali) di valorizzazione delle aree protette, quali: mappe turistiche, pieghevoli divulgativi, volumi tematici, brochure informative, cataloghi, dossier di eccellenza, atlanti multimediali, archivi fotografici, cartografie, ecc.

Azione 2	***Presentare e rappresentare il sistema "Parchi del Lazio"***
Obiettivo B	***Valorizzare i centri visita/punti parco, anche mediante il ricorso a strumenti multimediali e collegamenti a rete***
Descrizione	Fornire una offerta adeguata a supporto dei visitatori, sia in termini di personale che di materiali informativi Sviluppare aree multimediali e interattive per il coinvolgimento e la partecipazione attiva dei visitatori

Obiettivo 2	**Presentare e rappresentare il sistema "Parchi del Lazio"**
Azione C	**Rinsaldare un sistema univoco e coordinato di segnaletica per le Aree Protette**
Descrizione	Individuare e segnalare gli itinerari principali e di connessione tra aree protette con grafica coordinata Realizzare un sistema di segnaletica, sia di direzione che comportamentale, sviluppando anche strumenti innovativi (es. QRCode)

Obiettivo 2	**Presentare e rappresentare il sistema "Parchi del Lazio"**
Azione D	**Monitorare il livello di gradimento e di soddisfazione dei fruitori**
Descrizione	Elaborazione di un progetto della ricerca: Definire gli obiettivi dell'intervento, le modalità di realizzazione e la scelta del modello di indagine (destinatari, attori coinvolti, fasi della ricerca). Realizzazione dell'indagine preliminare Raccogliere dati e informazioni di partenza per definire i confini delle problematiche oggetto di indagine e costruire gli strumenti di rilevazione. Ricorso a strumenti di ricerca qualitativi, quali focus group e interviste. Realizzazione di un FOCUS GROUP Un Focus Group di esperti in varie discipline e settori, che lavora su una griglia di discussione e che si muove secondo step ben precisi: l'individuazione degli strumenti di pianificazione, le possibili azioni realizzabili in un'area protetta e gli strumenti di monitoraggio. Raccolta dei dati Individuazione del campione di indagine e costruzione dello strumento di indagine, ovvero il

	questionario e alla successiva somministrazione. Un questionario deve essere strutturato in modo da poter ottenere la valutazione della qualità del servizio nel suo complesso, delle diverse aree tematiche e dei singoli aspetti di ogni area tematica. Il questionario deve essere articolato in modo tale da: • Suscitare l'interesse e il coinvolgimento del cittadino • Toccare tutti gli argomenti che interessano l'Area Protetta • Toccare tutti gli argomenti che stanno a cuore al cittadino e si compone di domande chiuse relative alla valutazione della qualità del servizio , domande aperte finalizzate a suggerimenti per il miglioramento della qualità. Predisposizione di un Piano per la distribuzione dei questionari Deve essere progettata un'azione coordinata e continuativa per la somministrazione dei questionari (autocompilazione, intervista telefonica, intervista personale) e per la raccolta. Analisi dati e presentazione e dei risultati Elaborazione delle informazioni e delle indicazioni emerse dalla compilazione dei questionari . In questa fase oltre alla valutazione della customer satisfaction si dovrà pensare alla realizzazione di un piano di miglioramento emerse dai risultati e delle relative azioni di comunicazione.

Obiettivo 3	***Creare il sistema turistico delle Aree protette Regionali in collaborazione con la Regione e gli enti di gestione***
Azione A	***Realizzazione di attività informative turistiche in materia di AANNPP in collaborazione con l'Agenzia Regionale del Turismo e i relativi portali regionali***
Descrizione	L'evoluzione continua dei modelli di comunicazione e delle tecnologie web nel corso degli anni hanno progressivamente indebolito l'efficacia di promozione e quella di coinvolgimento dei turisti ad opera dello strumento "sito web singolo parco/progetto"; è necessario dunque pensare ad un'integrazione efficace delle piattaforme web esistenti (www.naturainviaggio.it, www.natura in campo.it, ecc.) con il portale turistico regionale, per svolgere al meglio la necessaria azione di promozione turistica, sempre in netta distinzione con l'attività di commercializzazione, che compete invece ai privati. Si intende realizzare: • ottimizzazione delle opportunità offerte dal brand Italia e dal brand Lazio, • definizione e realizzazione di un sistema online integrato, federale e federabile (Portale Italia, Portale istituzionale Regionale, Portale Tematico Regionale, Portale del Sistema delle Aree naturali protette, siti dei singoli parchi e riserve, Siti delle marche territoriali ecc); • aggiornamento dell'architettura informativa sulla base delle analisi dei fabbisogni e le esigenze del consumer on line; • valorizzazione a aggiornamento degli attuali contenuti editoriali delle piattaforme web afferenti il Sistema delle AAPP e l'Arp attraverso l'inserimento di percorsi georeferenziati; realizzazione di guide da scaricare dal sito e tramite QRcode, possibilità da parte dell'utente di creare percorsi interattivi personalizzati; possibilità di condivisione di immagini, video, app tematiche ecc. • -Integrazione di tutti i contenuti web afferenti l'ARP e il Sistema delle AAPP con il portale turistico regionale gestito dall'Agenzia Regionale per il Turismo • - orientamento e sostegno ai processi di aggregazione e di qualità dell'aggregazione tra operatori privati.

Obiettivo 3	**Creare il sistema turistico delle Aree protette Regionali in collaborazione con la Regione e gli enti di gestione**
Azione B	**Gestione e sviluppo di comunicazione sociale relativa alle AANNPP della Regione Lazio attraverso social networks, blog, etc**
Descrizione	Molti parchi e Riserve del Sistema delle AAPP già da alcuni anni sono presenti in maniera più o meno organizzata sulle principali piattaforme social esistenti (twitter, facebook, google+).. Di norma queste vengono utilizzate per veicolare news, video e foto ma raramente per offrire all'utenza informazioni turistiche integrate. E' dunque opportuno riuscire a interagire in maniera collegiale e sinergica, puntando ad una strategia che utilizzi appieno gli strumenti innovativi messi a disposizione dal web, quale per l'appunto, blog, community, aggregatori e social network, ai fini della promozione turistica integrata. È importante infatti essere presenti con la propria cultura, valori, brand e prodotti su Twitter, Facebook, Pinterest, Google+, ecc. ma anche sulle nuove piattaforme nate di recente per mettere in collegamento le persone impegnate sulla sostenibilità turistica come ad esempio "Bike we like", la prima social community per chi ama la bici, sia per turismo che per gli spostamenti in città.

Obiettivo 3	**Creare il sistema turistico delle aree protette regionali in collaborazione con la Regione e gli enti di gestione**
Azione C	**Realizzazione del Polo multifunzionale "La porta dei Parchi e dei musei naturalistici del Lazio" presso il M.N. Selva di Paliano e Mola di Piscoli"**
Descrizione	Il M.N., la cui gestione è affidata all'ARP, racchiude terreni e strutture acquisite alla proprietà regionale, per le quali è stato formulato da parte della Regione Lazio un ampio programma di sviluppo sostenibile (Master Plan); Il lavoro, intrapreso da BIC Lazio e da ARP, tramite confronto con tutti i proprietari, il Comune di Paliano e i rappresentanti della società civile, è incentrato su un'azione di recupero della Selva di Paliano come punto di riferimento per la comunità locale, azione inquadrata però all'interno di una strategia di sviluppo complessivo del settore sud- orientale dell'area metropolitana romana. In particolare si è considerato Paliano come punto strategico, base per diversi itinerari, per esempio la "Strada del vino Cesanese" verso Fiuggi, Piglio e Anagni, e come "Porta dei Parchi", un polo di richiamo per aspetti ambientali, naturalistici e turistici. Tra i molti progetti di recupero e valorizzazione degli immobili e degli spazi, centrale risulta infatti proprio la realizzazione del Polo Multifunzionale. A tale proposito, nell'ambito del programma di rilancio del territorio di Paliano in una strategia di area vasta che preveda una "destagionalizzazione" del turismo, andrà realizzato: Verifica preliminare della rete della ricettività, cioè l'offerta di posti letto, ristorazione, eventi, offerta naturale e culturale dell'hinterland; Ristrutturazione di parte degli edifici di proprietà regionale, nell'ottica della sostenibilità e dell'autosufficienza energetica, per realizzare il Centro Visita di Paliano e il Centro di interpretazione dedicato alle aree protette del Lazio e ai musei naturalistici del sistema RESINA del Lazio; Progettazione del Polo Multifunzionale al fine di renderlo adatto a contenere: pannelli e strutture informative, reperti e diorami sui principali ambienti del Lazio, monitor collegati a immagini o a webcam in presa diretta su punti strategici delle aree protette; sportelli informativi per il pubblico e per gli operatori economici del territorio; biblioteca e mediateca; punto vendita di souvenir e prodotti artigianali o artistici provenienti dalle aree protette e di prodotti agroalimentari a marchio "natura in Campo"; Centro di interpretazione sulla Selva di Paliano realizzato secondo i canoni di un ecomuseo, contenente anche un'area non aperta al pubblico: il centro di documentazione/archivio storico su Paliano; Un laboratorio didattico per accogliere le classi o gruppi organizzati in visita; Un'ampia sala multifunzionale per ospitare conferenze, seminari, mostre temporanee o altre iniziative; Un'area espositiva, con spazi anche all'aperto, contenente reperti e strumenti informativi innovativi, in grado di fungere da attrattore culturale e turistico ; Progettazione del Museo dei Musei di storia naturale, un'area che integrata perfettamente con il Polo e le altre strutture e percorsi previsti , rappresenti, le tipologie e la filosofia dei diversi stili espositivi che sono stati utilizzati nel corso del tempo per la divulgazione scientifica. .

Obiettivo 4	**Miglioramento delle capacità ricettive: valorizzare il capitale locale , strutturare l'offerta**
Azione A	**Realizzare eventi coordinati di promozione del sistema turistico delle AANNPP**
Descrizione	Organizzazione di una rete permanente di iniziative finalizzate a favorire la fruizione e l'incremento del flusso turistico nelle Aree Protette del Lazio attraverso un piano di azione strategicamente differenziato nelle tematiche. Il piano, si articola nei seguenti interventi: • Organizzazione di eventi differenziati a seconda del target di riferimento, (giornalisti e operatori della comunicazione, professionisti, famiglie, bambini), al fine di favorire la partecipazione collettiva e canalizzare efficacemente gli obiettivi; • Messa in atto di una campagna di sensibilizzazione, mediante l'organizzazione di specifici eventi a tema che attraggano l'interesse sulle tematiche di eco sostenibilità, conservazione habitat e delle specie e risparmio energetico (promozione agroalimentare di produzione biologica, salvaguardia dei siti Natura 2000, ecc); • Consolidamento del dialogo e della collaborazione con tutti i portatori di interesse locali, stakeholders e con gli Enti Gestori; • Promozione del partenariato con associazioni e imprese (…), partendo dal concetto che lo sviluppo turistico durevole necessita il coinvolgimento di professionalità specifiche in grado di coadiuvare l'attività delle Aree Protette e degli Enti Gestori. • Ottimizzazione del piano di azione stesso mediante strumenti di feedback e valutazione del gradimento da parte dei fruitori, al fine di pianificare eventuali azioni correttive.

Obiettivo 4	**Miglioramento delle capacità ricettive: valorizzare il capitale locale , strutturare l'offerta**
Azione B	**Favorire l'integrazione tra il sistema delle AANNPP e le strutture museali presenti sul territorio.**
Descrizione	• sollecitare e coinvolgere le aree naturali protette ad ampliare e riqualificare le strutture museali, le strutture espositive, i centri visita, i laboratori territoriali delle stesse aree protette afferenti nel Sistema Museale Naturalistico del Lazio RESINA (istituito con L.R. 42/97 art. 22) al fine di creare una rete di rapporti tra i musei tecnico-scientifici e gli enti di ricerca e favorire la conservazione, ricerca, educazione e i rapporti con il territorio; • arricchire il materiale scientifico promuovendo la ricerca, lo studio e altre attività conoscitive del patrimonio culturale e naturale, compresi la catalogazione, e la costituzione di centri di studi, di ricerca, di documentazione del patrimonio culturale e naturale di livello regionale; • fare degli spazi espositivi, oltre che delle collezioni e degli allestimenti temporanei, luoghi di elevata qualità culturale e sociale, fruibile con modalità diverse dalla semplice singola visita , riqualificando le strutture esistenti e realizzando eventi, esposizioni, proiezioni, book-shop all'interno o nei pressi dei musei per una maggiore visibilità;

	• digitalizzazione delle collezioni dei dati relativi ai reperti naturalistici esistenti e integrazione al portale COLL.Nat (www.museiresina.it) che permette di diffondere la conoscenza e l'uso dei reperti su scala globale e di veicolare informazioni aggiornate su standard e normative relative alle collezioni dei musei; • creazione di un sito web configurato come centro di informazione e condivisione dei saperi, finalizzato alla comunicazione, all'educazione e alla valorizzazione e promozione dei musei, delle collezioni e dei territori di pertinenza; • collegamento con gli altri sistemi museali (territoriali e tematici) della Regione Lazio, con i musei e i sistemi museali naturalistici presenti a livello nazionale e internazionale, con le associazioni museali di settore, con i network nazionali e europei pertinenti alle attività scientifiche dei musei;

Obiettivo 4	**Valorizzare il territorio nel segno della sostenibilità e della partecipazione**
Azione C	**Predisposizione di mostre periodiche divulgative ed informative sulle e per le AANNPP, Natura 2000 e valori connessi;**
Descrizione	Nello specifico si intende proseguire con "ParchinMostra, il programma di sistema articolato in un calendario di Mostre itineranti a tematica ambientale che "viaggiano" attraverso il Lazio. Si tratta di uno strumento di divulgazione che vuole offrire ai cittadini un'occasione in più per conoscere il Lazio e le sue Aree Naturali Protette, il cui scopo è: -comunicare i valori naturalistici e culturali del Lazio; -far "rivivere" edifici o strutture spesso inutilizzate; -creare occasioni per eventi su scala locale; -coadiuvare gli operatori di educazione ambientale; Nell'immediato è in programma la realizzazione di una nuova mostra sugli uccelli delle zone umide, allestendola presso le aree protette che ne faranno richiesta. Successivamente è prevista una mostra fotografica dal titolo: "ObiettivoParchiLazio" utilizzando il materiale raccolto nell'archivio fotografico dell'ARP. Contemporaneamente prosegue l'attività di allestimento delle mostre già realizzate, trasferendole in altre aree protette;

Obiettivo 4	**Miglioramento delle capacità ricettive :valorizzare il capitale locale, strutturare l'offerta**
Azione D	**Integrazione delle AANNPP nei percorsi turistici tematici già realizzati**
Descrizione	In termini di marketing, il nucleo centrale del servizio offerto dal Sistema di aree protette del Lazio è rappresentato dal patrimonio naturale-culturale-storico-artistico, dal paesaggio e dalle specie animali e vegetali che lo caratterizzano. Attorno a questo nucleo centrale si integrano altri caratteri "distintivi" rispetto ad altre aree territoriali concorrenti. Tra questi: -le infrastrutture per la fruizione (centri visita, musei naturalistici, fattorie educative, info-point, sentieri, parcheggi, piste ciclabili, punti di ristoro, foresterie,

	centri di recupero animali selvatici, giardini botanici, centri di educazione ambientale). -il patrimonio culturale ed eno-gastronomico; -i percorsi tematici (itinerari dei parchi montani, itinerario del Lazio Etrusco, itinerario Cimino-Vicano, Itinerario della Valle del Tevere, la via dei lupi, le vie della transumanza, via Francigena del Nord e del Sud, ecc) -i servizi per il benessere (terme, servizi sportivi, ecc.) -i servizi turistici veri e propri (alberghi, case vacanze, agriturismi, ristoranti; B&B, swap house ecc.) -le altre attività commerciali collegate (negozi specializzati, visite guidate, attività e soggiorni di educazione ambientale, corsi di formazione, ecc.) L'offerta del sistema dei parchi del Lazio deve risultare perfettamente integrata in quella regionale, cioè nei prodotti di marketing a carattere locale o territoriale già esistenti o in via di realizzazione. (Collegamento con i 'Cammini d'Europa', in particolare la Via Francigena, le Strade del Vino e dell'Olio, ecc.). Appare indispensabile e coerente con le attuali strategie turistiche sia internazionali, sia nazionali che regionali, progettare e realizzare-in accordo e collaborazione con l'Agenzia Regionale per il Turismo, itinerari turistici afferenti a bacini di accessibilità corrispondenti al pendolarismo turistico giornaliero, al turismo familiare di weekend, e al contempo itinerari, non generici ed indifferenziati, ma studiati e progettati su specifici target. Tutte le informazioni relative, cioè schede illustrative testuali, immagini, video promozionali, percorsi georeferenziati interattivi, informazioni di servizio (orari di apertura e di chiusura di strutture/servizi turistici, numeri telefonici, indirizzi di posta elettronica, fax ecc) dovranno essere poi rappresentate e contemporaneamente promosse attraverso il network web based del Sistema delle AAPP integrato con il portale turistico regionale.

Obiettivo 4	**Miglioramento delle capacità ricettive :valorizzare il capitale locale, strutturare l'offerta**
Azione E	**Incentivare le scoperta delle aree protette attraverso percorsi sulla viabilità stradale minore**
Descrizione	Valorizzazione dei percorsi "Strade dei Parchi" già realizzati attraverso il portale web, la ristampa delle guide in diverse lingue e la revisione della cartellonistica di accesso e valorizzazione turistica; Completamento sul territorio sud del Lazio degli itinerari 'Strade dei Parchi', come scoperta del territorio attraverso la viabilità minore e sperimentazione di forme di fruizione turistica più lenta e riflessiva; Individuazione e inserimento nei percorsi di altri attrattori turistici tematici, quali terme, ambiti fluviali (in primis Tevere e affluenti), gastronomici , per ampliare l'offerta ecc. Valorizzazione della risorsa 'paesaggio' nella realizzazione di percorsi turistici, quale elemento identificativo e caratterizzante del territorio; Monitoraggio degli interventi di sviluppo turistico previsti dagli itinerari studiati all'interno della pianificazione delle singole aree protette.

Obiettivo 4	**Valorizzare il territorio nel segno della sostenibilità e della partecipazione**
Azione F	**Valorizzare il sistema dei Geositi del Lazio;**
Descrizione	**1.** Individuazione di luoghi di attrazione testimoniali del patrimonio geologico del Lazio (Geositi) turisticamente rilevanti; **2.** Costruzione e gestione della Georete regionale nell'ambito degli obiettivi del Network Europeo dei Geoparchi; **3.** Pianificazione di una tabellazione identificativa unificata; **4.** Realizzazione di una App che consenta l'uso di QR-code per la descrizione dei punti di interesse geologico in alternativa (o ad integrazione) alle cartellonistiche tradizionali; **5.** Valorizzazione dei Geositi nella realizzazione di percorsi turistici, quale elemento identificativo e caratterizzante del territorio (ad esempio itinerari sui complessi vulcanici, sulla successione plio-pleistocenica tirrenica, sulla catena appenninica meso-cenozoica, sul carsismo, sui depositi continentali con fossili di vertebrati); **6.** Realizzazione di interventi di valorizzazione dei luoghi individuati attraverso il restauro di alcune emergenze geologiche soggette a naturale erosione, i manutenzione periodica del verde per evitare la copertura di affioramenti che ne pregiudichi la visuale, sistemazione delle aree di sosta, ecc

Obiettivo 4	**Valorizzare il territorio nel segno della sostenibilità e della partecipazione**
Azione G	**Dare impulso alla nascita di imprese legate alla valorizzazione del territorio: sostegno formativo e assistenza alla nascita di imprese, soprattutto di giovani e/o donne**
Descrizione	Supporto tecnico-amministrativo agli enti di gestione delle AANNPP, per attivare uno sportello (fisso, periodico o itinerante) per i giovani che intendano avviare un'attività in ambito turistico. Si intende offrire un aiuto diretto per stimolare gli abitanti a diventare imprenditori/imprenditrici o ad associarsi per costituire piccole società o cooperative e approfondire, sia da un punto di vista tecnico che amministrativo e commerciale, quali siano le cose da fare, le norme da rispettare, le procedure da attuare per avviare un'attività in ambito turistico. Analogamente, nello stesso spazio, si ritiene necessario diffondere le informazioni sugli strumenti a disposizione per accedere ai progetti di finanziamento sostenuti dalla Regione Lazio e dalla Comunità Europea. Supporto amministrativo per accedere ai bandi di finanziamento comunitari e internazionali Contemporaneamente si vuole realizzare un piano di attività formative e professionalizzanti rivolto sia agli operatori turistici presenti nelle AANNPP sia ai dipendenti di enti locali interessati ai temi. Nel primo caso l'Arp intende operare in sintonia con la Direzione regionale deputata, nel secondo svolgendo un suo compito istituzionale In entrambi i casi, si intende colmare le lacune presenti nei diversi ambiti precedentemente definiti, in base alle informazioni e al quadro emerso nella fase di analisi, focalizzando soprattutto l'interesse sui seguenti temi: • proporre un territorio, potenziare l'appartenenza; • conoscenza della domanda di viaggio, di visita e di vacanza

	• l'accoglienza del turista • alfabetizzazione informatica • le potenzialità della rete internet • strumenti di marketing per contattare e dialogare con i turisti attuali e potenziali • gli aspetti fiscali e economico-finanziari • le risorse comunitarie, nazionali o regionali a disposizione delle imprese e degli enti locali • redazione di un *business plan* e del piano di marketing • ottenimento della certificazione Ecolabel Inoltre si intende replicare il percorso formativo di "Operatore di Fattoria Educativa" destinato agli imprenditori agricoli e ai loro collaboratori, per diffondere quest'attività integrativa nelle aree protette e favorire la diffusione della rete delle fattorie educative "Natura in Campo"

Obiettivo 5	**Valorizzare il territorio nel segno della sostenibilità e della partecipazione**
Azione A	**Presentare il Programma Strategico in sede locale attraverso metodologie e strumenti innovativi per ascoltare e condividere con la popolazione la visione, i progetti, le azioni**.
Descrizione	Il programma strategico verrà presentato in sede locale secondo la seguente strategia di comunicazione e secondo i diversi target di riferimento con l'obiettivo di dare visibilità e conoscenza e creare empatia con gli abitanti, i frequentatori abituali e i potenziali visitatori oltreché con gli amministratori locali: Organizzazione di un primo evento di presentazione con gli operatori locali, i soggetti portatori di interesse economico e turistico, gli stakeholders locali: l'incontro mira a presentare il piano e le azioni collegate e punterà sulla partecipazione attiva. Questo evento potrà eventualmente essere replicato in un'altra parte del territorio in modo da permettere una vasta e completa partecipazione locale; infatti si prevede la definizione di Sistemi locali territoriali di riferimento con la relativa capacità turistica; Successivamente si organizzerà un evento/ incontro con la popolazione locale attraverso un'azione integrata di informazione, preceduto da un contatto informativo tramite social network e creazione di un evento social; Per quanto riguarda le aree protette si individueranno possibili referenti per singola area in modo da costruire una comunicazione mirata e offrire un aggiornamento step by step continuativo e costante; L'azione principale di comunicazione con le aree protette sarà principalmente costituita da una giornata "open" informativa e formativa nei singoli parchi anche con operatori di cooperative/ associazioni/imprese che operano nel territorio dell'area protetta; Incontro/evento informativo con istituzioni /amministratori locali di presentazione piano turistico e azioni al fine di stimolare una presa di coscienza collettiva ; Incontro con giornalisti, operatori/professionisti della comunicazione anche locali sottoforma di "Educational tour" sul campo per sensibilizzare e informare sulla fruibilità sostenibile del territorio. La Comunicazione avverrà in maniera integrata utilizzando sistemi tradizionali e multimediali e saranno utilizzati strumenti di feedback per valutare il grado di coinvolgimento e gradimento di tutti i soggetti coinvolti ed eventualmente proporre e pianificare azioni correttive e di coordinamento.

Obiettivo 5	**Valorizzare il territorio nel segno della sostenibilità e della partecipazione**
Azione B	**Favorire la più ampia fruizione delle AANNPP (Piano per l'accessibilità nelle AANNPP)**
Descrizione	Il Piano prevede i seguenti interventi: 1. Valutazione dell'accessibilità delle strutture e dei servizi di competenza degli enti di gestione delle AA.NN.PP. regionali attraverso: - realizzazione di una nuova edizione dei corsi di formazione rivolti alle AA.NN.PP. sul sistema di monitoraggio e valutazione dell'accessibilità delle strutture e dei servizi - completamento e ampliamento del database delle strutture e dei servizi pubblici e privati di pertinenza delle aree naturali protette per raccogliere informazioni sul livello di qualità dell'accoglienza delle aree protette (accessibilità, livelli di conoscenza specifici - in termini di formazione - del personale delle AA.NN.PP., strutture e servizi territoriali etc.) 2. Realizzazione in ciascuna AA.NN.PP. del Piano per la Qualità dell'Accoglienza, finalizzato ad individuare gli interventi da realizzare per garantire ai visitatori buoni standard di accoglienza. 3. Interventi per migliorare la fruibilità delle strutture e dei servizi delle AA.NN.PP al fine di: – migliorare la fruibilità delle strutture (sedi, centri visita, sentieri, aree picnic) – migliorare la fruibilità dei servizi (visite guidate, laboratori di educazione ambientale, materiali informativi cartacei e digitali) 4. Comunicazione e informazione: – pubblicare le informazioni relative alle strutture accessibili sul portale www.parchilazio.it, sui siti web delle AA.NN.PP. , e su eventuali materiali informativi (guide, brochure…) – pubblicare sul portale www.parchilazio.it schede informative su buone pratiche, link a siti sul tema turismo accessibile e aree protette, progettazione inclusiva, ecc. 5. Coinvolgimento delle strutture turistiche attraverso: – seminari di formazione sull'accoglienza di persone con disabilità rivolti agli operatori delle strutture ricettive e delle attività turistiche – realizzazione di materiale informativo su come rendere una struttura ricettiva/commerciale (negozio, ristorante…) accessibile secondo la normativa vigente 6. Individuazione di itinerari e pacchetti turistici particolarmente adatti e fruibili anche a persone con disabilità, mettendo a sistema le strutture delle aree protette e le strutture e servizi per il turismo locali, sperimentandoli in collaborazione con le associazioni di persone con disabilità e promuovendoli e pubblicizzandoli in collaborazione con agenzie del turismo.

Obiettivo 5	**Valorizzare il territorio nel segno della sostenibilità e della partecipazione**
Azione C	**Diffusione e promozione della CETS nelle AANNPP e promozione e sottoscrizione di protocolli sul turismo sostenibile con operatori turistici**
Descrizione	La prima cosa che si intende realizzare è una specifica campagna informativa nelle AANNPP, per diffondere la conoscenza della CETS e delle relative procedure da avviare per la sua sottoscrizione; tutto ciò attraverso seminari di presentazione e diffusione e scambio di buone pratiche tra AANNPP che hanno già ottenuto la CETS.

A questi seminari ne seguiranno altri più approfonditi nelle aree protette che manifestano interesse a continuare il percorso, per presentare a livello locale il processo, gli impegni ed i benefici possibili.
Centrali nello sviluppo della CETS sono infatti le attività di comunicazione e partecipazione. L'elaborazione e l'attuazione di una strategia di sviluppo turistico durevole hanno infatti bisogno del coinvolgimento di tutti coloro che svolgono un'attività in relazione diretta o indiretta col turismo sul territorio. La loro partecipazione, indispensabile al successo di questa strategia, è spesso correlata a una presa di coscienza collettiva della posta in gioco nello sviluppo turistico durevole.

Il processo che si intende promuovere, nelle sue parti salienti, richiede:

- redazione di un "Rapporto Diagnostico Territoriale" in cui vengano posti in evidenza tutti gli elementi che influenzano localmente il fenomeno turistico.
- analisi, a livello di sistema, di tutti i possibili fattori positivi (a favore del processo) e negativi (limiti, ostacoli, ecc.), senza trascurare i seguenti aspetti:
    - manifestazione della volontà politica e operativa, non solo dell'ente di gestione, ma del territorio circostante, ad avviare il percorso,
    - disponibilità di risorse umane adeguatamente motivate che possano guidare il processo e, una volta ottenuta la CETS, gestirne le attività in un'ottica di governance,
    - previsione dei costi,
    - attivazione del "Forum": un tavolo permanente di incontro a cui sono invitati tutti i potenziali stakeholders locali;
- definizione di un insieme di obiettivi strategici in linea con i 10 principi del turismo sostenibile contenuti nella CETS
- definizione delle Azioni che costituiranno il "Piano di Azione"
- monitoraggio dell'attuazione delle azioni

Oltre quindi ad attività preliminari di genere più tecnico, come raccogliere delle informazioni oggettive sul problema della gestione del turismo sul territorio (fase inventario, ricerca, analisi), il processo CETS inizia con la costituzione e la motivazione un primo gruppo di lavoro: deve trattarsi di persone riconosciute dall'insieme dei partner coinvolti nel progetto di sviluppo turistico durevole.

Primo passo: Tutti i potenziali partner verranno coinvolti con adeguate attività di informazione e comunicazione, e queste condurranno alla costituzione di un reale percorso partecipativo.

Secondo passo: stimolare una presa di coscienza collettiva degli stakeholders locali nel settore turistico, la quale può essere generata dalla visita di un parco e di professionisti del turismo già aderenti alla Carta. Essa può anche essere conseguenza di un evento pubblico o essere generata da una reazione a una situazione di crisi.

Mobilitare e coinvolgere i protagonisti locali è l'elemento principale per la riuscita di un progetto di CETS. Il successo dello sviluppo turistico durevole dipenderà dal livello di cooperazione e di integrazione raggiunto tra tutti gli agenti, poiché né il settore pubblico, né quello privato, né le associazioni hanno le competenze, i mezzi e/o l'informazione sufficienti per prendere in considerazione, nelle loro singole azioni, tutti i fattori che esercitano un'influenza sulla pianificazione e lo sviluppo turistico del territorio nel suo complesso.

Lanciare ufficialmente la strategia. È anche necessario ottenere l'impegno effettivo (a volte finanziario) dei partner nella strategia di sviluppo turistico durevole. Per far ciò, è necessario

	dimostrare loro che essi partecipano ad un progetto concreto e duraturo. Fase successiva è quella di lanciare in via ufficiale la fase di elaborazione, poi quella di attuazione della strategia di sviluppo turistico durevole. Ciò potrà avvenire organizzando un evento (riunione ufficiale, evento pubblico, ecc.). Anche in questa fase sono necessarie sostanziali attività di comunicazione, sia per la costituzione dell'evento, sia per l'informazione al pubblico potenzialmente interessato. Infine, una volta adottata, per l'attuazione della CETS è necessario che le azioni di informazione (siti web, informazione nelle strutture coinvolte, pubblicazioni, ecc…) e coinvolgimento del pubblico turistico e locale continuino con assiduità per assicurarne il successo.

Obiettivo 5	**Valorizzare il territorio nel segno della sostenibilità e della partecipazione**
AzioneD	**Realizzazione e promozione marchio Natura in Viaggio**
Descrizione	La realizzazione del marchio da concedere alle strutture turistiche in grado di certificare il possesso di requisiti di compatibilità ambientale nella realizzazione della propria attività economica necessita di una serie di passaggi, fra cui il primo è l'approvazione di un disciplinare. Il percorso infatti prevede: • definizione dei criteri per l'accreditamento delle strutture ricettive da inserire nella proposta di disciplinare del marchio "Natura in Viaggio" da concedere alle strutture che possano dimostrare di operare nel senso della sostenibilità ambientale e nella conformità alle norme (urbanistiche, ambientali, fiscali, ecc) • presentazione e discussione del testo agli enti di gestione e alle associazioni di categoria per arrivare alla formulazione di un testo condiviso anche a livello locale da presentare alla Giunta Regionale A seguito dell'approvazione del disciplinare: • diffusione della conoscenza del marchio presso le strutture turistiche delle aree protette attraverso una campagna di informazione in loco e la realizzazione di seminari ad hoc • costruzione della campagna di promozione rivolta alla domanda potenziale, cioè agli operatori turistici orientati al turismo verde e al mercato turistico non intermediato, soprattutto tramite il portale web turistico regionale; • integrazione del marchio "Natura in Viaggio" nei percorsi dei sistemi territoriali per i quali la Regione Lazio realizza la promozione territoriale e integrazione con gli altri marchi presenti (turistici, agricoli, ecc…) in modo da garantire una unica visione del territorio regionale, e offrire percorsi di visita e fruizione turistica integrati che uniscano ambiente, cultura, enogastronomia, tradizioni locali; • concessione del marchio "Natura in Viaggio " attraverso sopralluoghi e verifiche documentali.

Obiettivo 5	**Valorizzare il territorio nel segno della sostenibilità e della partecipazione**
Azione E	**Promozione dei prodotti locali, in particolare dell'agricoltura e dell'artigianato, anche al fine di potenziare l'immagine di ogni singola Area e del sistema nel suo complesso**
Descrizione	• Realizzazione di una specifica campagna informativa per diffondere la conoscenza dei prodotti a marchio "Natura in Campo – I prodotti dei parchi anche nell'ambito turistico. • Realizzazione di eventi e manifestazioni o mostre/mercato , anche a carattere stabile e continuativo, presso le AANNPP per la promozione e la valorizzazione delle produzioni dell'agricoltura, dell'alimentazione e dell'artigianato locali. • Campagna di pubblicizzazione delle produzioni locali in occasione della presentazione della IV edizione dell'"Atlante dei prodotti tipici e tradizionali dei Parchi del Lazio" a Roma e presso le AANNPP. • Valorizzazione dei prodotti e delle relative aziende delle aree protette che possono beneficiare direttamente o indirettamente dei percorsi di valorizzazione territoriale già impostati, come le Strade dell'Olio, del Vino, del Pane, i percorsi del sacro (la via Francigena), le Strade dei Parchi, ecc • Inserimento nei menù di ristoranti di piatti della tradizione locale o di innovazione realizzati con prodotti tipici e tradizionali o biologici a marchio NIC da e loro promozione tramite meccanismi comunicativi opportuni. • Proposta di "pranzi/spuntini/degustazioni" nel corso di visite guidate organizzate con la partecipazione delle aziende agricole che dispongono di prodotti a marchio NIC con possibilità di acquistare i prodotti direttamente; • Inserimento nei pacchetti turistici a carattere sia generico sia specialistico, di agriturismi e aziende a spiccata vocazione alla sostenibilità e alla diffusione della conoscenza dell'area protetta di appartenenza. • Diffusione e valorizzazione dell'artigianato tipico e artistico delle AANNPP in collaborazione con le associazioni di categoria

Obiettivo 5	**Valorizzare il territorio nel segno della sostenibilità e della partecipazione**
Azione F	**Proposizione e revisione normativa**
Descrizione	Proposta di una legge regionale per la programmazione, lo sviluppo e la disciplina della viabilità minore e della sentieristica del Lazio : "adozione del catasto della viabilità minore e dei sentieri – adozione della Rete Escursionistica Integrata del Lazio (REIL)" . In considerazione del crescente interesse verso le attività escursionistiche e dell'incremento dei frequentatori dei sentieri sul territorio montano opportuno porre in essere azioni di tutela e valorizzazione dei percorsi escursionistici e della viabilità minore. In tal senso ci si ripropone di individuare una ipotesi di legge regionale che: • disciplini le caratteristiche dei sentieri, già presenti o di nuova tracciatura, • istituisca il catasto dei sentieri e della viabilità minore della regione Lazio, • individui, all'interno delle vie accatastate, la Rete Escursionistica Integrata del Lazio (REIL), cioè una rete di percorsi escursionistici, integrata da informazioni utili all'utenza, quali ad es. ricettività turistica, aziende agricole, punti di interesse (ambientale, storico, archeologico, etc.). Proposta di una legge regionale sull'attività di "guida escursionistica ambientale" e di "guida esclusiva di Area Naturale Protetta". L'iniziativa, oltre che muoversi in linea con quella precedente, appare tanto più urgente in considerazione del fatto che la Regione Lazio, contrariamente a diverse altre Regioni, non si è ancora dota di uno strumento legislativo per la disciplina di un'attività che non

	può più essere considerata amatoriale sia per fornire maggiore sicurezza e garanzie all'utenza sia come sviluppo di una nuova fonte di reddito. Per altro, si ricorda che la L.R. n. 29/97 "Norme in materia di aree naturali protette regionali", all'art. 30, prevede che attraverso speciali corsi di formazione sia rilasciato il […titolo ufficiale ed esclusivo di guida dell'area naturale protetta.] L'azione che ci si prefigge è quindi quella di disciplinare i requisiti necessari per esercitare queste due professioni, la necessaria formazione, i soggetti formatori, ed eventualmente la creazione di un apposito registro. Inoltre, l'urgenza di una specifica normativa di riferimento è data dalla necessità di distinguere, ovvero armonizzare la materia: le future "guide escursioniste ambientali e le guide esclusive delle aree naturali protette" con ad esempio le guide alpine ex L. 6/89, o le guide di media montagna.

Obiettivo 5	**Valorizzare il territorio nel segno della sostenibilità e della partecipazione**
Azione G	**Coinvolgere specifici target sociali: scout, associazionismo, comunità straniere, ecc**
Descrizione	E' quanto mai opportuno proseguire ed incrementare le iniziative avviate in passato nelle aree protette del Lazio di coinvolgimento di alcune particolari categorie (associazionismo, scout, comunità straniere, aziende o cooperative sociali, ecc), rivolgendo l'attenzione soprattutto verso chi attualmente soffre più di altri in termini di disagio economico ed esclusione sociale. Le azioni per ottenere ciò saranno incentrate su: • Coinvolgimento della platea di tutti i possibili utenti attraverso la costituzione di "forum" dedicati, la collaborazione con la Direzione regionale che si occupa del tema sociale per interagire e per ottenere le informazioni relative alle strutture accreditate presso la Regione Lazio da coinvolgere. Inoltre si intende realizzare tale la ricerca attraverso gli enti locali e di gestione e soprattutto nel corso degli incontri partecipativi previsti per la presentazione del presente Piano strategico; • Rilevazione delle strutture presenti nelle AANNPP destinate attualmente o potenzialmente destinabili (ostelli, alberghi interessati al "fuori stagione", strutture pubbliche non o parzialmente inutilizzate, ecc) ai diversi tipi di accoglienza sociale mediante le indagini e i censimenti previsti nell'azione di approfondimento delle conoscenze; • Recupero e adeguamento delle strutture suddette mediante ricorso a fondi regionali ed europei in collaborazione con le Direzioni regionali competenti; • Studio e realizzazione di adeguati percorsi e progetti di coinvolgimento da studiare in base alle singole categorie sociali individuate in collaborazione con gli enti di gestione, le associazioni private e le strutture pubbliche interessate (ASL, uffici comunali, centri di accoglienza, centri anziani, ecc);

Obiettivo 5	**Valorizzare il territorio nel segno della sostenibilità e della partecipazione**
Azione H	**Diffondere la copertura telematica (banda larga, free wi-fi, ecc.) e la diffusione dell'uso delle tecnologie anche per la fruizione del territorio che ricomprende le AANNPP**
Descrizione	L'offerta di un "Catalogo digitale" delle AA.NN.PP., in grado di offrire informazioni dinamiche e servizi geo-referenziati, rappresenta un importante fattore di sviluppo sia per chi lo gestisce e ne cura aggiornamento e manutenzione, sia per chi se ne avvale come utente finale. Per una offerta di servizi di sistema, si rende necessario attuare: - l'alfabetizzazione digitale e l'accrescimento delle competenze informatiche di operatori, amministratori locali e portatori di interessi in generale delle aree protette (riduzione del digital divide sociale) - una diffusione delle infrastrutture di rete a livello capillare in grado di raggiungere anche le aree più marginali (riduzione del digital divide territoriale) - la creazione di una piattaforma di rete comune e riconoscibile che dia una rappresentazione omogenea e coordinata del sistema delle AA.NN.PP. La realizzazione di corsi specifici e la formazione professionale permanente dovrà dunque essere alla base di ogni azione di intervento che sappia coniugare innovazione tecnologica e sostenibilità ambientale. La diffusione dell'uso di tecnologia digitale darebbe poi grande impulso dal punto di vista della fruizione del territorio; si pensi ad esempio a quella che potrebbe essere la sua applicazione pratica per quanto riguarda la progettazione di app dedicate alla mappatura della sentieristica, di strutture ricettive, Centri Visita, Musei naturalistici, etc. ed alla capacità di interconnettività con altre piattaforme e portali che garantirebbe una maggiore comunicazione e promozione delle AA.NN.PP, anche dal punto di vista qualitativo, ad una più ampia platea di pubblico.