



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TERAMO

Comune di Civitella Alfedena

Università degli studi di Teramo

Facoltà di Bioscienze e Tecnologie Agro-Alimentari e Ambientali

**AGENDA PER UN TURISMO SOSTENIBILE E COMPETITIVO
NEL COMUNE DI CIVITELLA ALFEDENA**

Rapporto di ricerca

**“RIORGANIZZAZIONE TERRITORIALE DELL’OFFERTA TURISTICA
LOCALE”**

Emilio Chiodo

Rita Salvatore

Dicembre 2016

Il presente rapporto “Riorganizzazione territoriale dell’offerta turistica locale” è stato realizzato nell’ambito della convenzione di ricerca “Agenda per un turismo sostenibile e competitivo nel comune di Civitella Alfedena”, stipulata tra il Comune di Civitella Alfedena e la Facoltà di Bioscienze e Tecnologie Agro-Alimentari e Ambientali dell’Università degli Studi di Teramo.

Responsabile scientifico della convenzione: Emilio Chiodo

Autori del Rapporto: Emilio Chiodo (echiodo@unite.it), Rita Salvatore (rsalvatore@unite.it)

Emilio Chiodo è ricercatore di economia agraria presso la Facoltà di Bioscienze e tecnologie agroalimentari ed ambientali dell’Università degli Studi di Teramo.

Rita Salvatore è sociologa del turismo; docente di Turismo eno-gastronomico e sviluppo rurale presso la Facoltà di Bioscienze e tecnologie agroalimentari ed ambientali dell’Università degli Studi di Teramo.

Sommario

Sommario.....	3
PREMESSA: UN'AGENDA PER UN TURISMO SOSTENIBILE E COMPETITIVO	5
1. IL PERCHE' DI UN PROGETTO.....	7
1.1. Turismo in transizione: nuove opportunità e nuove sfide per le aree turistiche	7
1.2. Obiettivi del progetto.....	9
1.3. Moduli e fasi di svolgimento dell'intervento.....	10
2. CIVITELLA ALFEDENA NEL SISTEMA TURISTICO DEL PNALM.....	13
2.1. Gli arrivi e le presenze.....	14
2.2. I turisti italiani.....	16
2.3. I turisti stranieri.....	17
2.4. La stagionalità.....	19
2.5. Le strutture ricettive	20
3. LA DOMANDA TURISTICA: RISULTATI DI UN'INDAGINE DIRETTA.....	25
3.1. Analisi dei dati raccolti presso l'area servizi della Camosciara	25
3.2. Analisi dei dati raccolti presso le strutture turistiche	33
4. LA FORMAZIONE CONTINUA PER GLI OPERATORI.....	43
5. I TAVOLI DI PROGETTAZIONE PARTECIPATA.....	45
6. LA VISIONE.....	59
6.1. Nodi critici.....	59
6.2. Principi-guida del processo partecipativo	60
6.3. Coerenza con gli strumenti di programmazione d'area	62
7. IDEE PROGETTUALI.....	65
SCHEDA PROGETTO #1: CAMOSCIARA	66
SCHEDA PROGETTO #2: LAGO DI BARREA	68
SCHEDA PROGETTO #3: RETE-MUSEI.....	69
SCHEDA PROGETTO #4: POLI IN CONNESSIONE.....	70
SCHEDA PROGETTO #5: ANIMALI CONFIDENTI.....	72
SCHEDA PROGETTO #6: RETE DI TERRITORIO	73
8. FOLLOW-UP	75

PREMESSA: UN'AGENDA PER UN TURISMO SOSTENIBILE E COMPETITIVO

Lo sviluppo delle destinazioni turistiche è strettamente connesso al contesto ambientale, alle caratteristiche culturali, all'interazione sociale, alla sicurezza e al benessere delle popolazioni locali, tenendo presente un principio fondamentale: a lungo termine la concorrenzialità dipende dalla sostenibilità.

Il futuro del turismo si basa sulla qualità dell'esperienza dei turisti: essi riconosceranno che le località attente all'ambiente, al loro personale e alle collettività locali, avranno anche maggiore attenzione nei loro confronti.

Gli obiettivi di un turismo sostenibile sono oggi declinati in: conservazione e gestione sostenibile delle risorse naturali e culturali, riduzione al minimo del loro impiego e dell'inquinamento delle destinazioni, gestione del cambiamento a favore del benessere della comunità, riduzione dell'effetto stagionale della domanda, diminuzione dell'impatto ambientale dei trasporti connessi al turismo, eliminazione delle discriminazioni nella possibilità di fruire delle esperienze turistiche, miglioramento della qualità del lavoro nel settore turistico.

Civitella Alfedena è stata negli anni Settanta il paradigma dell'eco-turismo in Italia e il modello di quello che sarebbe stato poi definito come sviluppo sostenibile, la dimostrazione di come la protezione della natura abbia potuto portare un benessere di lungo periodo alle popolazioni locali.

Oggi il concetto di sviluppo sostenibile così come l'attenzione agli effetti del turismo hanno percorso molta strada, di pari passo con uno sviluppo turistico rilevante ed in molti casi di forte impatto verso l'ambiente e le comunità locali. Allo stesso tempo molte località hanno fatto proprio (fortunatamente) un modello di turismo basato sulla salvaguardia e sull'utilizzo sostenibile delle risorse naturali.

La competizione tra località turistiche si gioca a livello internazionale così come internazionali sono diventati i flussi turistici: su uno stesso segmento di mercato competono a livello globale diverse destinazioni turistiche, anche molto lontane tra loro, cercando di accaparrarsi flussi di eco-turisti provenienti da tutto il mondo.

L'area Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise, per qualità dell'offerta e notorietà, ha tutti i numeri per competere con successo sui mercati mondiali ma il suo bacino di utenza è ancora prevalentemente locale: la maggior parte dei turisti proviene da sole tre regioni (Lazio, Campania e Puglia), con un tasso di concentrazione che è andato aumentando anziché diminuire nel tempo. Anche le presenze di turisti stranieri sono molto basse, inferiori sia a quelle della regione Abruzzo che alla media nazionale.

Civitella Alfedena può fare un passo avanti e porsi nuovamente come punto di riferimento, sia a livello di Parco che nel più ampio panorama dell'offerta nazionale e internazionale, operando per costruire un nuovo modello di turismo fondato sul paradigma della sostenibilità.

1. IL PERCHE' DI UN PROGETTO

1.1. Turismo in transizione: nuove opportunità e nuove sfide per le aree turistiche

Il turismo può giocare un ruolo fondamentale nei processi di rivitalizzazione e di sviluppo delle comunità locali. Diverse indagini mettono in evidenza come esista una specificità del turismo delle aree interne che lo differenzia dal turismo *mainstream* e che in qualche modo richieda politiche diverse da quelle che hanno caratterizzato la gestione dell'offerta negli ultimi decenni.

La svalutazione – e forse il superamento – del turismo di massa, con la crescita di nuove motivazioni trainanti le scelte turistiche, hanno aperto il varco a quella che potremmo definire *tourism transition*, un processo in atto e, insieme, un cambiamento di paradigma che stanno portando alla riorganizzazione territoriale del turismo. La base di partenza dell'intero ragionamento muove dai cambiamenti che hanno interessato e che stanno tuttora interessando la fenomenologia turistica e le modalità di fruizione del tempo libero. Orientamenti legati alla modernizzazione riflessiva, una maturata sensibilità per i luoghi più remoti e meno frequentati, le prospettive che la *green economy* sembra prefigurare nell'ambito della conservazione ambientale, congiuntamente alle potenzialità comunicative insite nel web 2.0 hanno notevolmente ampliato anche la varietà delle scelte turistiche. Si affermano così nuove pratiche, sensibili non solo alla differenziazione e alla ricerca di distinzione ma anche all'approfondimento del valore esperienziale, ai temi della "autenticità", della lentezza, della responsabilità etica. Siamo ormai soliti immaginare il viaggiatore contemporaneo idealtipico come un soggetto sempre più attivo in termini di conoscenza, interessato non solo a visitare i luoghi ma anche a godere dei paesaggi, a scoprire, ad apprendere e a fare esperienza della vita quotidiana che intimamente vi scorre. Non è un caso se i recentissimi Stati generali del turismo convocati dal Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo (Mibact) abbiano avuto come slogan "Italia paese dei viaggiatori".

Questa nuova complessità ha dato a molte aree periferiche la possibilità di re-investire nel turismo, ossia di ricercare nuove possibilità di sviluppo connesse ai flussi di visitatori, in grado di ri-attivare in chiave innovativa le risorse locali. Si vanno quindi affermando sistemi turistici dal carattere policentrico, con un crescente ruolo attribuito ai "nuovi protagonismi locali". Di fatto, le nuove domande turistiche godono di una maggiore possibilità di soddisfacimento proprio in quelle aree scarsamente contaminate dalla omologazione urbano-metropolitana. Per queste nuove forme di turismo, il buon rapporto qualità-prezzo dei servizi e il comfort non costituiscono più gli unici elementi attrattori. I viaggiatori sono sempre più esigenti e preparati circa la qualità della esperienza che si preparano a vivere. Anche per questo motivo, la loro domanda richiede un programma differenziato, integrato al punto tale da suscitare emozione e da superare il monotematismo tipico del turismo *mainstream*. Si impongono istanze particolari che richiedono processi di riorganizzazione dell'offerta, sia nel sistema turistico sia nel sistema territoriale nel suo complesso, nel senso di costruzione della qualità nell'esperienza turistica, di integrazione tra settori economici, di riattivazione delle componenti locali come elementi di identità caratterizzanti l'offerta stessa.

Non si tratta perciò di porre in essere in queste aree una capacità difensiva unicamente finalizzata a frenare il consumo di suolo e a tutelare l'ambiente, quanto piuttosto di mettere in campo una "conservazione proattiva di paesaggio" che diventi la base per un nuovo equilibrio e per una nuova alleanza multidimensionale tra aree urbane e aree interne, come soggetti vivi e in interazione tra loro. Ciò significa optare per uno sviluppo turistico che, articolandosi sul principio di co-evoluzione tra luogo, identità e popolazione residente, miri a valorizzare le peculiarità e le unicità e costruisca la propria visione su un insieme di sistemi territoriali locali organizzati su base reticolare (ne rappresentano tentativi di gestione a livello istituzionale i Sistemi turistici locali, le Destination management companies e i Distretti turistici montani) le cui economie siano in grado di produrre ricchezza dalla messa a valore dei patrimoni locali, ognuno in equilibrio con il proprio ambiente e attivo da un lato verso la chiusura dei cicli e l'accorciamento delle filiere dall'altro verso l'apertura comunicativa.

Siamo spesso in presenza di territori che, pur continuando a spopolarsi, al contempo incrementano l'offerta turistica, aumentando la propria capacità ricettiva. Se l'evoluzione della domanda turistica tende ad attribuire a queste aree una nuova centralità, la debolezza dal punto di vista demografico (centri di piccole dimensioni, con pochi giovani e popolazione in diminuzione) rischiano però di compromettere proprio quel processo di organizzazione dell'offerta necessario per sfruttarne le potenzialità. Come affrontare questo paradosso?

Per cercare una risposta, occorre affrontare le problematiche inerenti l'organizzazione territoriale dell'offerta e la sua gestione. In primo luogo, bisogna tener conto del fatto che le stesse caratteristiche di questi territori (dalla fragilità dell'ambiente naturale a quella dei sistemi sociali, dalle difficoltà nell'accessibilità alla inadeguatezza professionale) inibiscono le possibilità di beneficiare a pieno delle possibilità offerte dal mercato.

Da un lato la transizione nelle pratiche turistiche e dall'altro il sempre più ampio riconoscimento del fragile equilibrio tra gestione dei flussi e delle risorse naturali sembrano richiedere la formulazione di nuovi paradigmi anche per quanto concerne la gestione, soprattutto laddove si tratti di turismo "nature-based". D'altronde, la paura di compromettere in modo irreversibile le risorse per un uso specifico (turistico in questo caso) sta diventando sempre più fondata, in un mondo in cui la scarsità è ormai dilagante. Lo stesso modello basato sulla *carrying capacity* non sembra più sufficiente, essendo focalizzato unicamente sul numero di visitatori. Occorre invece individuare nuovi *framework* e nuove strategie in grado di porre maggiore attenzione alle condizioni sociali e biofisiche desiderabili e/o appropriate per le destinazioni più fragili; e nello stesso tempo di ricercare strumenti più integrati per monitorare la transizione, per gestire il processo di cambiamento e per comprendere quali sono i limiti accettabili di impatto legati alla fruizione turistica di un luogo. Non si tratta più di un'analisi da fare "a valle" (il numero di visitatori accettabile per un'area), ma si ritorna "a monte", per andarsi a focalizzare sui diversi obiettivi (e quindi sulle diverse capacità) cui una specifica area può rispondere; sulla qualità del turismo che in essa si intende perseguire; sul target cui ci si intende rivolgere. Si attiva in questo modo un percorso di progettazione più mirato - e necessariamente di tipo "partecipativo" - che invita tutti i portatori di interessi a chiedersi che tipo di turismo si può accettare/desiderare e come perseguirlo. Si tratta quindi di non perdere di vista il più fondamentale degli obiettivi dello sviluppo turistico sostenibile, ossia quello di favorire il welfare delle comunità ospitanti; finalità che si raggiunge non solo attraverso le opportunità connesse alla crescita economica ma anche attraverso la tutela dei patrimoni culturali e naturali e il miglioramento della qualità della vita, in senso più ampio.

Uno dei nodi centrali, ma anche più critici, all'interno di questo percorso è stato da sempre (e rimane) la collaborazione tra gli stakeholder. Invocata da molti come il vero strumento di svolta nei percorsi di sviluppo turistico rimane ad oggi la condizione più complessa da gestire in modo proficuo. Organizzare e gestire lo sviluppo turistico attraverso la collaborazione significa sottoporre la comunità ospitante ad una sorta di "patto collettivo" all'interno del quale ogni attore coinvolto deve poter trovare una propria ragione di convenienza, attraverso la quale contribuire alla produzione di valore aggiunto territoriale, ambientale e paesaggistico. Queste condizioni hanno però un lato ombra. Spesso, infatti, non si riesce a conseguire l'effettiva motivazione a partecipare da parte degli attori portatori di interesse e i processi subiscono una soluzione di continuità. Le maggiori criticità in tal senso sono da ricondurre alla complessità con cui si articolano le fasi di realizzazione dei progetti: (a) in primo luogo la selezione dei legittimi portatori di interesse (b) in secondo il loro bagaglio di conoscenza e di competenza (c) in terzo la concreta attivazione della loro collaborazione verso quel processo di *consensus building*, necessario per passare all'azione vera e propria.

1.2. Obiettivi del progetto

Il progetto ha l'obiettivo di proporre, in relazione al sistema turistico del Comune di Civitella Alfedena e in collaborazione con gli operatori turistici locali, una strategia di riorganizzazione dell'offerta turistica e un rinnovato assetto dell'offerta di servizi, con una particolare attenzione alle aree destinate a servizi turistici della Camosciara e delle rive del Lago di Barrea.

L'offerta turistica di queste aree, che rappresentano – insieme al centro storico - i luoghi di maggiore attrattività del comprensorio comunale, non può essere letta e progettata in modo autonomo, ma va pensata in rapporto all'intera offerta turistica che il comune può sviluppare, sia in termini di complementarietà dei servizi turistici offerti sia in termini di connessione tra i diversi luoghi.

Il progetto propone quindi delle ipotesi di intervento sul sistema turistico locale, sia a livello comunale che a livello di offerta dell'intera area Parco dell'Alta Val di Sangro. I poli di attrazione presenti a livello comunale potrebbero giovare dell'integrazione con altri elementi di interesse esistenti nell'intero territorio.

L'offerta di servizi turistici va inoltre collegata alle competenze e alla progettualità degli operatori locali, con l'obiettivo di dare un valore aggiunto alla gestione che sia rappresentato dalla capacità di comunicare ai turisti la specificità e l'identità del territorio. Allo stesso tempo l'offerta di nuovi servizi può essere proposta solo se migliorano le competenze degli operatori stessi, sia in termini di capacità organizzative che gestionali, e se le proposte degli operatori hanno la capacità di soddisfare la domanda dei turisti attuali e di attirare nuovi segmenti turistici.

Il collegamento tra domanda e offerta può essere raggiunto inoltre attraverso una progettazione più integrata di prodotti turistici (itinerari e pacchetti) che preveda anche la partecipazione di tour operator esperti nell'incoming e nell'ecoturismo. In tal senso risulterebbe strategica anche la sottoscrizione di particolari accordi commerciali con le OTA (on line tourism agencies) la cui attività e il cui impatto economico sono in costante crescita.

L'attività di progettazione di nuovi servizi è stata quindi accompagnata dall'analisi delle tendenze del mercato turistico e da indagini dirette sulla soddisfazione dei turisti, nonché da interventi di aggiornamento e formazione che possano accrescere le competenze degli operatori, le loro capacità progettuali e di lettura delle esigenze dei turisti.

1.3. Moduli e fasi di svolgimento dell'intervento

Modulo 1

Descrizione della destinazione ed esplorazione delle potenzialità

FASE 1: La prima fase di questo modulo è di natura prettamente descrittiva e mira a ricostruire il contesto economico-turistico della "destinazione Civitella". Sono state realizzate seguenti attività di ricerca:

Analisi del turismo residenziale. Partendo dalle rilevazioni statistiche regionali sul turismo si è analizzata la domanda turistica del comune di Civitella Alfedena, considerando gli arrivi e le presenze turistiche, la stagionalità dei flussi e la provenienza geografica dei turisti, nella loro consistenza e nell'andamento nel tempo, suddivisi per strutture ricettive alberghiere e complementari. Si è realizzata inoltre l'analisi della consistenza delle strutture in termini di numerosità e posti letto, sia alberghieri che extralberghieri (B&B, appartamenti privati, campeggi, etc.) e la loro evoluzione nel tempo, mettendo in relazione l'evoluzione dell'offerta con la dinamica della domanda attraverso appositi indici che permettono un confronto con realtà turistiche analoghe (benchmarking): permanenza media, tasso di occupazione delle strutture, indici di intensità turistica e turisticità.

FASE 2: La seconda fase è di natura esplorativa e mira ad analizzare il punto di vista degli operatori e dei visitatori al fine di individuare, sulla base di esigenze dirette, le aree di intervento. Prevede lo svolgimento delle seguenti attività di ricerca.

Identificazione delle criticità e della progettualità del territorio. La progettazione dell'offerta turistica del comune di Civitella Alfedena come "destinazione turistica" di tipo "community" (dove cioè l'offerta turistica totale e quindi la soddisfazione del turista è data dalla somma dei servizi offerti dai singoli operatori e dalla loro qualità) deve essere effettuata necessariamente con il coinvolgimento e il protagonismo degli operatori locali.

Attraverso incontri focalizzati su tematiche specifiche con gli operatori turistici di Civitella si è cercato di raccogliere le criticità da loro rilevate rispetto alla completezza dell'offerta turistica del territorio, alle esigenze dei turisti e degli escursionisti, alle modalità di gestione dei servizi attuali e alla proposta di servizi futuri.

Indagine sulle esigenze dei turisti. La progettazione di un nuovo assetto di organizzazione turistica del territorio non può prescindere dall'analisi delle esigenze dei consumatori del prodotto turistico. L'opinione degli ospiti di Civitella e dei visitatori giornalieri è stata raccolta attraverso appositi questionari finalizzati a:

- analizzare le modalità di fruizione del territorio (motivazioni della visita, località visitate, periodo di permanenza, attività svolte durante il soggiorno, servizi utilizzati, etc.);
- analizzare la soddisfazione rispetto ai servizi utilizzati;
- raccogliere le esigenze dei turisti rispetto all'offerta di nuovi servizi.

I questionari sono stati differenziati tra ospiti delle strutture ricettive e visitatori presso le maggiori aree di interesse (Camosciara, Lago di Barrea e centri visita), nel periodo estivo di flusso più intenso.

Modulo 2

Implementazione del sistema

Attraverso specifiche metodologie di intervento che favoriscono la partecipazione, le proposte elaborate nel corso del Modulo 1 sono state presentate e discusse con gli operatori per un processo di implementazione. Si è quindi definito un percorso condiviso di riqualificazione dell'offerta turistica e di ri-progettazione del sistema turistico locale.

Il modulo ha previsto:

Interventi formativi rivolti agli operatori finalizzati al miglioramento della qualità dell'offerta turistica, della capacità di comunicazione e promozione delle proprie attività, della capacità di "leggere" e rispondere alle esigenze dei turisti e/o raggiungere nuovi target turistici. Gli interventi sono stati organizzati come giornate di studio, con seminari tenuti da esperti del settore e discussione con i partecipanti.

Gli interventi formativi sono stati dedicati ai seguenti temi:

- percorsi per il riconoscimento della qualità e la valorizzazione dei prodotti tipici (laboratorio di heritage interpretation)
- strategie di marketing e comunicazione (anche attraverso il web 2.0)
- management delle destinazioni turistiche
- rapporto tra turismo e fauna selvatica

Progettazione partecipata dei prodotti turistici. Tavoli di lavoro finalizzati alla elaborazione di proposte, di pacchetti e di offerte turistiche integrate, in grado di coniugare in modo sostenibile il turismo natura con altre forme di loisir legate alle risorse territoriali, come gli itinerari enogastronomici e l'offerta culturale.

Le fasi del progetto "Agenda Civitella"



2. CIVITELLA ALFEDENA NEL SISTEMA TURISTICO DEL PNALM

Nonostante le piccole dimensioni (296 residenti al 31 dicembre 2015) Civitella Alfedena può essere considerato a livello turistico uno dei centri principali del Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise.

L'importanza del settore turistico per il comune oggetto di studio può essere misurata attraverso alcuni indicatori di intensità turistica¹. Una lettura comparata di questi indici a livello nazionale mostra come Civitella Alfedena possa essere classificato come un comune "intermedio" in termini di offerta turistica, quindi con un sistema di offerta turistica strutturato e diversificato. Il confronto è effettuato tra il comune e la media dei comuni classificati come periferici e ultra-periferici nell'ambito della Strategia Nazionale Aree Interne².

Tab. 1 – Principali indicatori demografici e di intensità turistica. Confronto Civitella Alfedena - "aree interne"

Indicatore	Civitella	Media comuni	Media comuni
	Alfedena	ultra-periferici	periferici
Abitanti (numero)	292	2.568	2.408
Tasso di crescita della popolazione (%)	4,3	-1,1	-1,8
- Saldo naturale (%)	16,1		
- Saldo migratorio (%)	-10,4		
Tasso di crescita della popolazione a lungo termine			
1971-2011 (%)	-3,8	-5,3	-8,1
Indice di funzione turistica (posti letto / abitanti)	1,79	0,41	0,18
Variazione indice di funzione turistica (%)	10,7	8,6	12,1
Variazione n. posti letto (%)	15,5	7,4	10,0
Variazione n. esercizi ricettivi (%)	62,5	27,2	15,0
Indice di densità turistica (posti letto per km2)	17,7	17,3	9,0

* Anni di riferimento: 2002-2014 (Civitella Alfedena) e 2002-2013 comuni periferici e ultra-periferici

Fonte: elaborazioni su dati ISTAT e Regione Abruzzo

¹ L'indice di funzione turistica - calcolato come rapporto tra posti letto e residenti - è un indicatore di base del livello dell'offerta turistica. La densità turistica - calcolato come numero di posti letto per unità di superficie (km²) - può essere considerata come una *proxie* della pressione del turismo sull'ambiente. Entrambi gli indici sono indicatori di base di intensità turistica, così come proposto dall'Osservatorio Nazionale del Turismo (<http://www.ontit.it>).

² I comuni periferici e ultra-periferici sono quelle aree interne significativamente distanti dai centri di offerta di servizi essenziali (di istruzione, salute e mobilità), sulla base di un indicatore di accessibilità calcolato in termini di minuti di percorrenza rispetto al polo più prossimo. Il "Centro di offerta di servizi" viene individuato come quel comune o aggregato di comuni confinanti, in grado di offrire simultaneamente tutta l'offerta scolastica secondaria, almeno un ospedale sede di DEA (Dipartimento d'emergenza e accettazione) di I livello e almeno una stazione ferroviaria di categoria Silver (qualità media). All'individuazione dei Centri fa seguito la classificazione dei restanti comuni in 4 fasce: aree di cintura; aree intermedie; aree periferiche e aree ultra periferiche, sulla base di un indicatore di accessibilità calcolato in termini di minuti di percorrenza rispetto al polo più prossimo. Le fasce sono calcolate usando i terzili della distribuzione della distanza in minuti dal polo prossimo, pari a circa 20 e 40 minuti. È stata poi inserita una terza fascia, oltre 75 minuti, pari al 95-esimo percentile, per individuare i territori ultra periferici. (Strategia nazionale per le Aree interne: definizione, obiettivi, strumenti e governance. <http://www.agenziacoessione.gov.it/it/arint/index.html>). Civitella Alfedena e Villetta Barrea sono classificati come comuni ultra-periferici (distanza dal centro di offerta di servizi > 75 minuti, gli altri comuni del Parco tra i comuni periferici (distanza > 40 minuti).

Un elemento importante che può essere indirettamente collegato alla dimensione turistica del comune è l'aspetto demografico: Civitella, nonostante le piccole dimensioni e il forte spopolamento che ha caratterizzato il comune nel secondo Novecento, presenta una struttura demografica in equilibrio, specialmente per merito di un saldo migratorio positivo (numero di nuovi iscritti superiore a quello dei cancellati) in grado di compensare un saldo naturale negativo (numero di decessi superiore a quello delle nascite).

Nella Tabella 2 Civitella è posta in confronto con i principali centri turistici del Parco. In termini di capacità ricettiva risulta essere il quinto comune del Parco. Il peso dell'offerta turistica rispetto alla popolazione residente (indice di funzione turistica) è molto elevato, secondo solo al comune di Opi. A Civitella ci sono 1,79 posti letto in strutture turistiche classificate (escluso quindi gli appartamenti privati e le seconde case) per abitante; la densità turistica è pari a 17,7 posti letto per km² di territorio, nettamente inferiore a quella dei comuni di Villetta Barrea e Pescasseroli.

Tab. 2 – Capacità ricettiva e indicatori di intensità turistica dei principali comuni turistici del PNALM (2014)

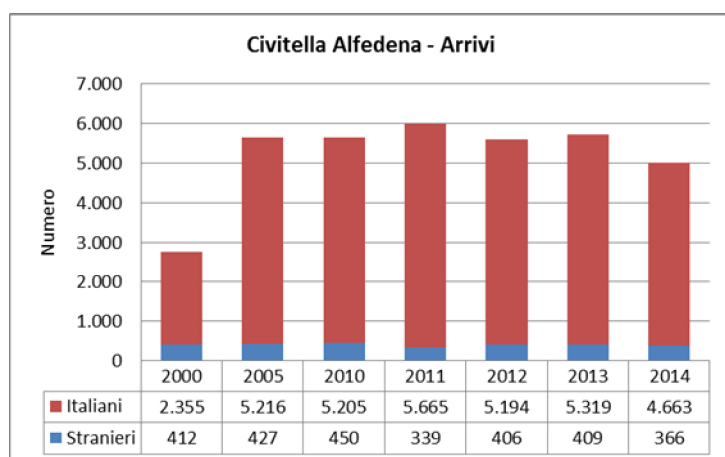
Anno 2014	Posti letto	Abitanti	Superficie comunale (km ²)	Indice di funzione turistica (posti letto / abitante)	Indice di densità turistica (posti letto per km ²)
Pescasseroli	2.134	2.240	91,2	0,95	23,4
Scanno	865	1.890	134,7	0,46	6,4
Opi	791	426	49,9	1,86	15,8
Villetta Barrea	540	663	20,5	0,81	26,3
Civitella Alfedena	523	292	29,5	1,79	17,7
Barrea	492	717	87,1	0,69	5,6

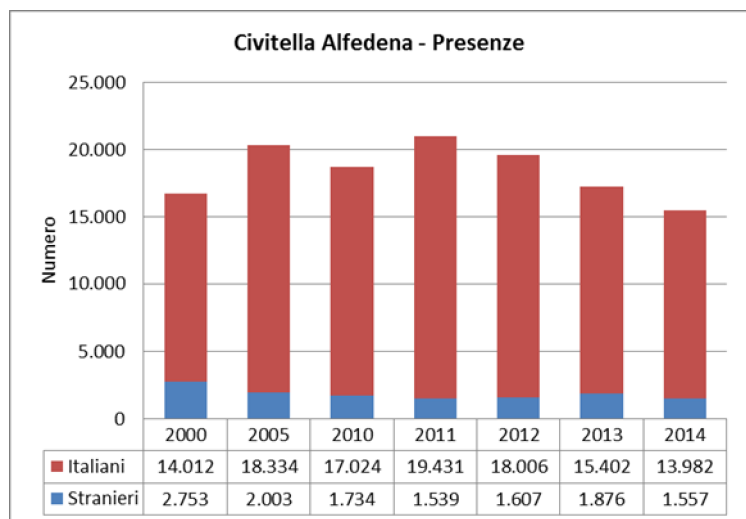
Fonte: elaborazioni su dati ISTAT e Regione Abruzzo

2.1. Gli arrivi e le presenze

Gli arrivi (numero di turisti pernottanti nelle strutture ricettive classificate) sono stati pari a 5.029 nel 2014, con un trend decrescente dal 2011, anno di massimo valore (-16,2%). Le presenze (numero di pernottamenti dei turisti nelle strutture ricettive) sono state invece pari a 15.539, con una diminuzione maggiore, pari al -25,9%, nello stesso periodo (Fig.1). Rispetto al 2000 invece gli arrivi risultano aumentati significativamente.

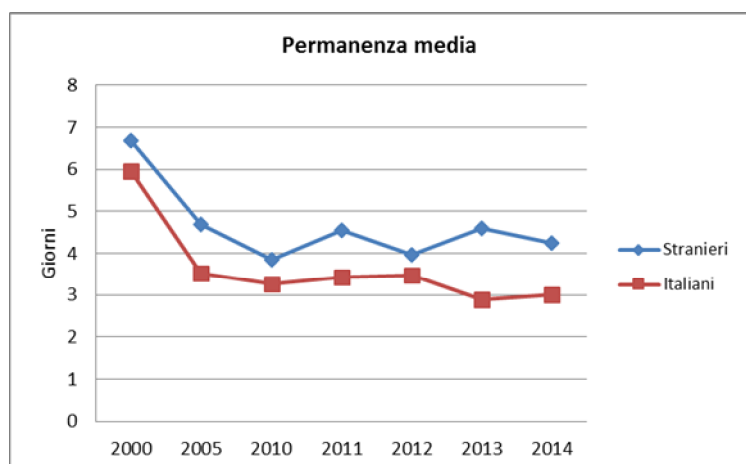
Fig. 1 – Civitella Alfedena: arrivi e presenze (2000-2014)





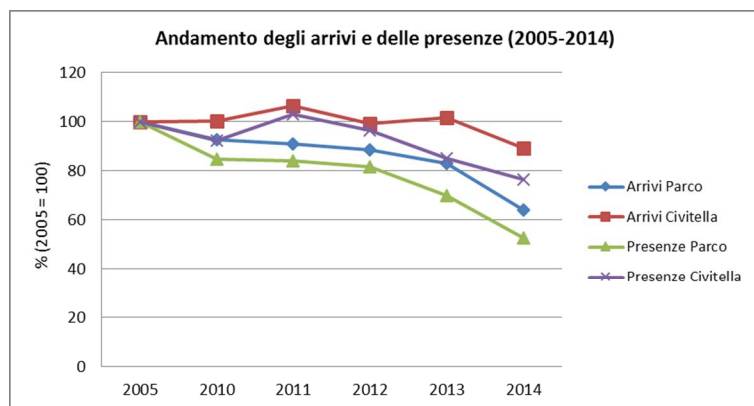
La permanenza media (numero di giorni medi di pernottamento per turista) è stata nel 2014 pari a 3,1 giorni, leggermente superiore per i turisti stranieri (4,3 giorni) che per gli italiani (3,0). Negli ultimi anni non vi sono state variazioni di rilievo, come mostra la Figura 2.

Fig. 2 – Civitella Alfedena: permanenza media dei turisti (2000-2014)



Confrontando le dinamiche delle presenze di Civitella rispetto agli altri comuni del Parco analizzati (Barrea, Opi, Pescasseroli, Scanno e Villetta Barrea) si osserva come per tutti ci sia una tendenza alla diminuzione, inferiore per Civitella rispetto agli altri comuni sia per quanto riguarda gli arrivi che le presenze.

Fig. 3 – Andamento degli arrivi e delle presenze, Civitella e altri comuni Parco (2005-2014)

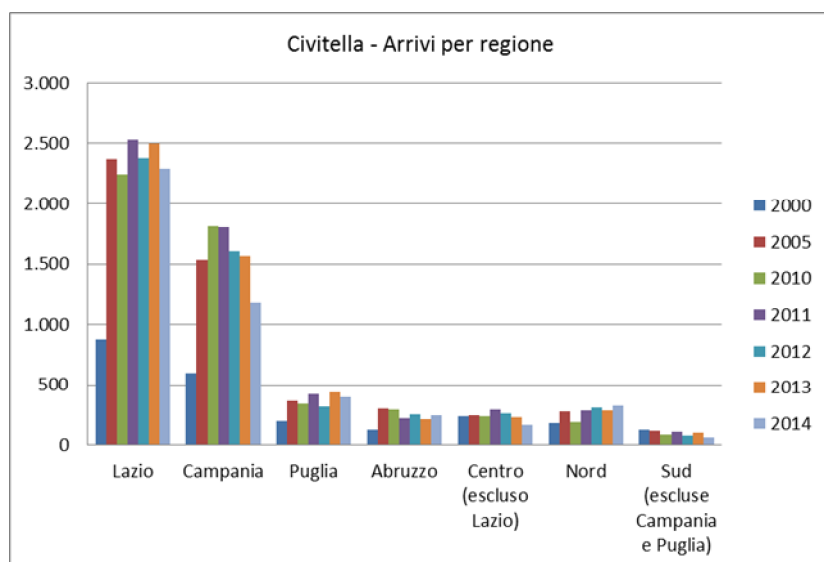


2.2. I turisti italiani

I turisti italiani rappresentano la grande maggioranza dei turisti di Civitella, con il 90% delle presenze ed il 93% degli arrivi. Questa percentuale sale al 95% (sia per gli arrivi che per le presenze) se si considerano tutti i comuni dell'Alta Val di Sangro. Insomma il turismo del Parco è ancora prevalentemente un turismo nazionale. Inoltre questa percentuale è rimasta sostanzialmente stabile negli ultimi dieci anni, non si registra quindi una tendenza all'aumento del turismo estero.

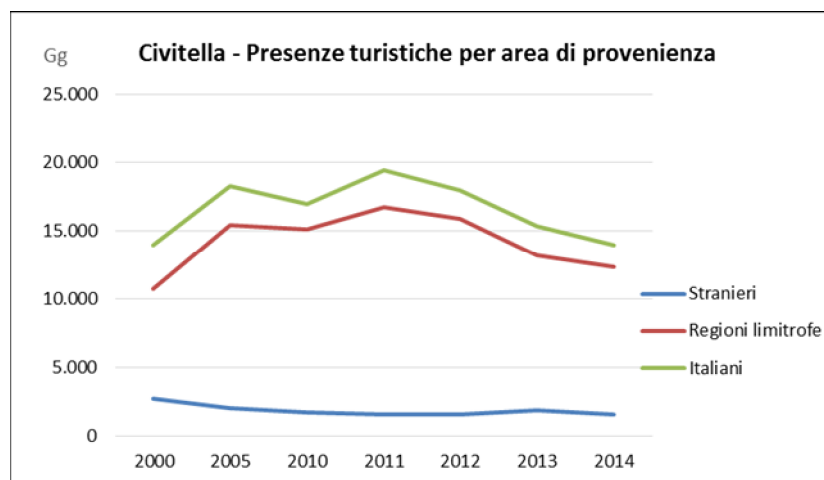
Con ancora maggiore evidenza dall'analisi dei dati emerge come il turismo di Civitella sia anche un **turismo di prossimità**. L'88% degli arrivi e delle presenze provengono dalle regioni limitrofe, nell'ordine Lazio, Campania, Puglia e lo stesso Abruzzo. La tendenza di lungo periodo è ad un aumento della concentrazione, con una tenuta del turismo proveniente dal Lazio, una diminuzione di quello proveniente dalla Campania, non compensato da un aumento del turismo della Puglia e, in misura minore, di quello proveniente dalle regioni del Nord Italia (Figura 4).

Fig. 4 – Arrivi per regione e area geografica (2000-2014)



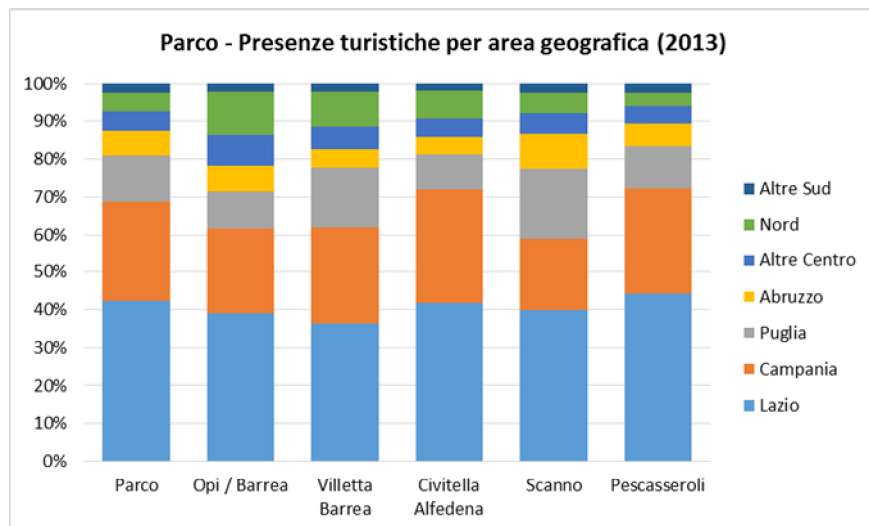
Anche in termini di presenze turistiche è evidente come il turismo di Civitella sia condizionato dall'andamento delle presenze dei turisti provenienti dalla regione Abruzzo e dalle regioni limitrofe.

Fig. 5 – Andamento delle presenze per area geografica (2000-2014)



Un confronto con gli altri comuni abruzzesi del Parco mette in evidenza come la situazione sia simile in tutti i centri, anche se la quota di turisti non provenienti dalle regioni limitrofe (quindi da un bacino più ampio di utenza) è maggiore nei comuni di Opi / Barrea³ (22%) e Villetta Barrea (17%), mentre è il 14% a Civitella e il 12% in media nel Parco.

Fig. 6 – Presenze per area geografica e comune (2013)

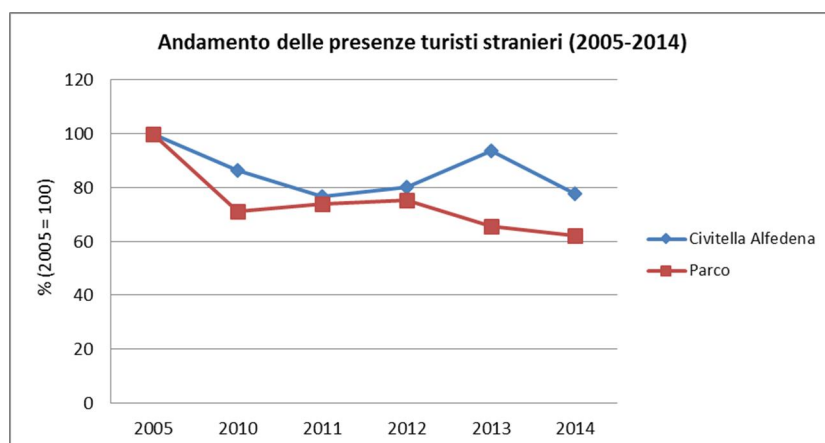


2.3. I turisti stranieri

I turisti stranieri rappresentano il 7% delle presenze e il 10% degli arrivi dei turisti di Civitella Alfedena (2014), una quota non elevata anche se superiore alla media dei comuni abruzzesi del Parco (5% sia degli arrivi che delle presenze).

Anche l'andamento nel tempo delle presenze di turisti stranieri non è positivo, con una diminuzione negli ultimi dieci anni, come mostra la Figura 6, sia per Civitella che in generale per i comuni dell'Alta Val di Sangro.

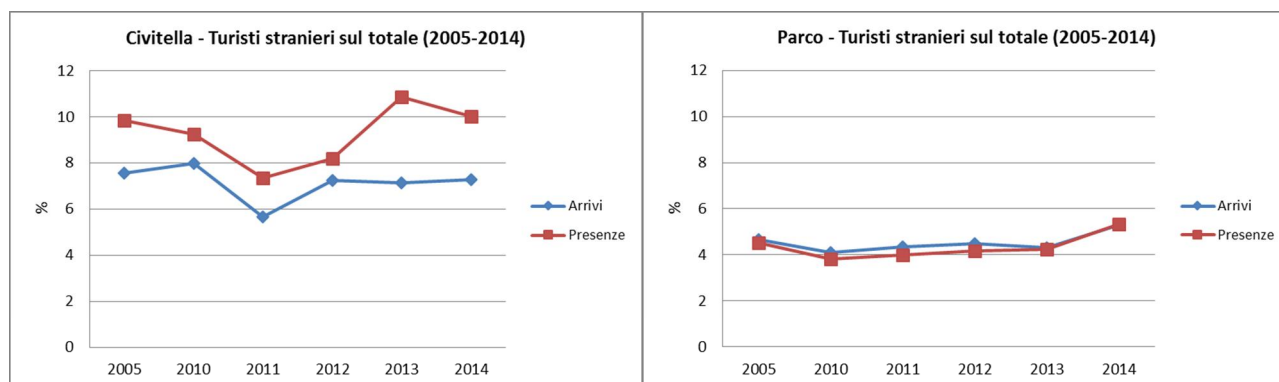
Fig. 6 – Andamento delle presenze di turisti stranieri (2005-2014)



³ I dati relativi ad arrivi e presenze per i due comuni di Opi e Barrea sono forniti dalla Regione Abruzzo solo in aggregato per il rispetto del segreto statistico.

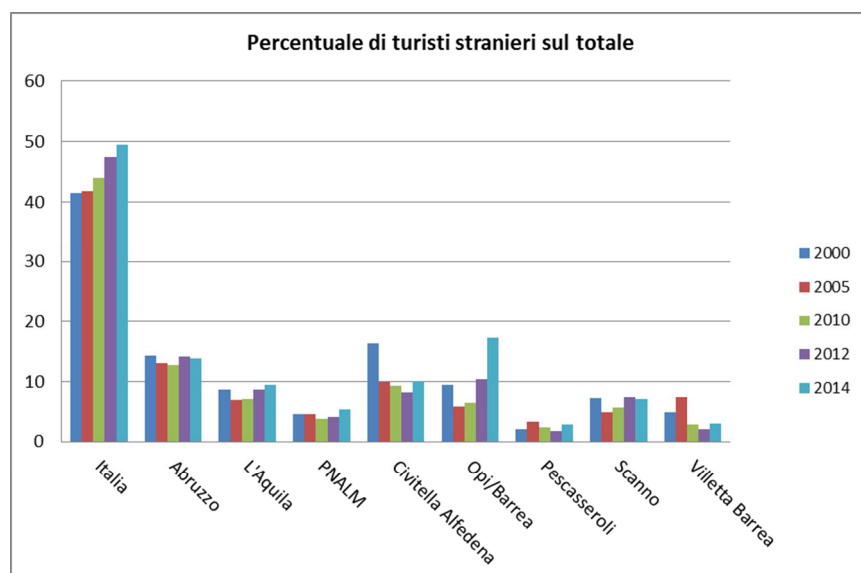
Se si considera la percentuale di turisti stranieri sul totale non emerge una tendenza evidente alla crescita nel tempo, anche se la quota di Civitella rimane costantemente superiore alla media del parco.

Fig. 7 – Andamento della percentuale dei turisti stranieri sul totale, Civitella Alfedena e Parco (2005-2014)



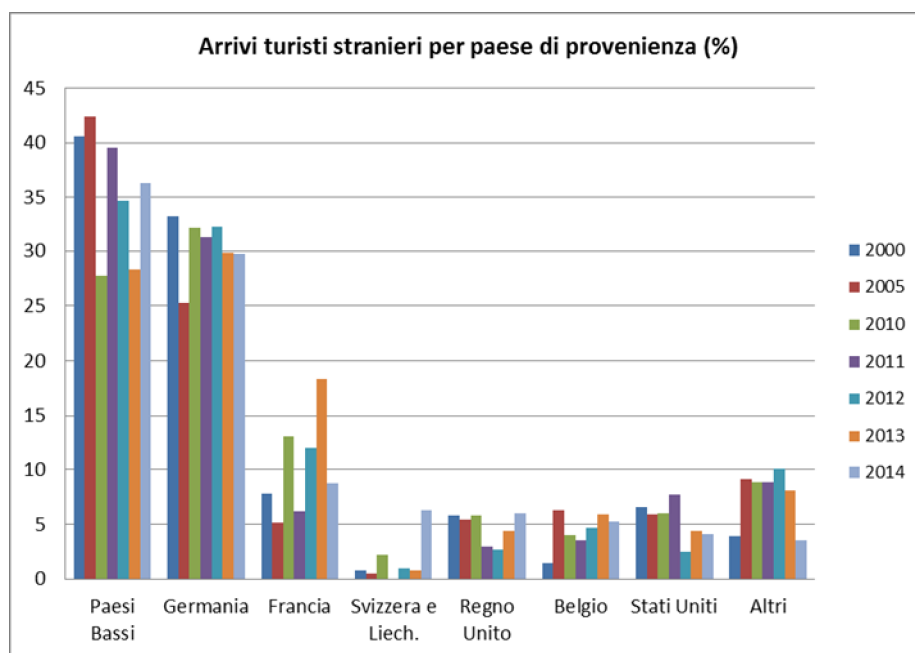
La distanza tra la situazione dell'area del parco e quella regionale e nazionale è molto elevata; nell'area del parco arrivano meno stranieri rispetto alla media regionale, che è già di molto inferiore a quella nazionale. All'interno della regione Abruzzo occorre poi distinguere tra il turismo delle province costiere (legato principalmente per il prodotto "mare"), dove la percentuale di turisti stranieri è leggermente superiore, e quello della provincia dell'Aquila, dove la percentuale è minore e simile a quella registrata per il Parco. In generale si può affermare che le potenzialità del turismo naturalistico e culturale della Provincia dell'Aquila nei confronti degli stranieri sono ancora lontane dall'essere sfruttate. Anche i trend non sono positivi, in quanto in Abruzzo non si registra quella tendenza all'aumento della percentuale di turisti stranieri che si vede a livello nazionale, dove le presenze straniere sono passate dal 41 al 49% negli ultimi quindici anni.

Fig. 8 – Quota dei turisti stranieri sul totale, confronto Italia, Abruzzo, provincia dell'Aquila e comuni Parco (2005-2014)



Per quanto riguarda la provenienza dei turisti stranieri il 66% proviene da solo due paesi: Paesi Bassi e Germania, seguiti da Francia, Svizzera, Gran Bretagna, Belgio e Stati Uniti. Questi sette paesi rappresentano il 95% dei turisti stranieri di Civitella, mentre tutte le altre aree di provenienza vedono presenze solo sporadiche nel corso degli anni. Il dettaglio dei singoli paesi e la sua evoluzione nel tempo è rappresentato nella Figura 9.

Fig. 9 – Arrivi di turisti stranieri per paese di provenienza (quota % sul totale turisti stranieri)



La provenienza dei turisti stranieri è analoga alla media nazionale, dove la Germania con circa il 28% delle presenze è il maggior fruitore estero del turismo italiano; seguono, con quote intorno al 6%, la Francia, gli Stati Uniti, il Regno Unito, i Paesi Bassi e la Svizzera (circa il 5%). A Civitella il turismo proveniente dai Paesi Bassi e Francia presenta quindi delle quote maggiori rispetto a quanto avviene a livello italiano.

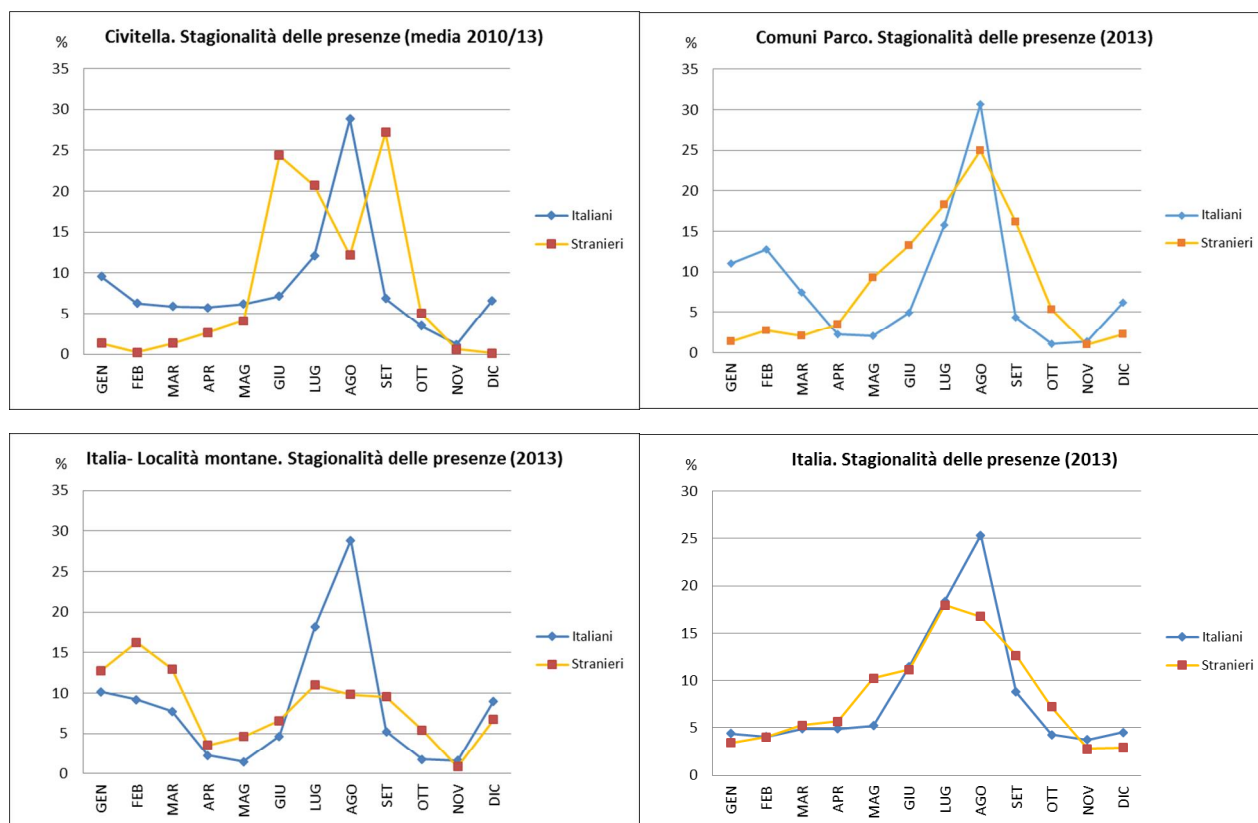
2.4. La stagionalità

L'aspetto della stagionalità rappresenta da sempre per le località montane e di turismo natura un elemento chiave di valutazione della sostenibilità, da un lato in quanto condizionante la capacità delle strutture ricettive di raggiungere un adeguato tasso di occupazione e dall'altro in quanto un'eccessiva concentrazione in alcuni mesi dell'anno (tipicamente quelli estivi) rischia di compromettere la qualità dell'esperienza turistica e quindi il livello di soddisfazione del turista, aumentando allo stesso tempo l'impatto sull'ambiente naturale.

Le note differenze tra turisti italiani e stranieri sono confermate anche per l'area del Parco, con i turisti italiani concentrati nel mese di agosto e quelli stranieri maggiormente distribuiti nel corso dei mesi primaverili ed estivi (da maggio a settembre). Per Civitella Alfedena in particolare i mesi di giugno e settembre risultano essere quelli di maggiore presenza di turisti stranieri, anche rispetto ai mesi estivi. Civitella presenta inoltre una presenza più costante di turisti italiani rispetto al totale del Parco anche nei mesi intermedi (da marzo a maggio e ottobre).

Rispetto al turismo straniero vi è invece una rilevante differenza tra l'area del Parco e la media delle località montane a livello nazionale per quanto riguarda il turismo invernale. Se questo è attrattivo per gli italiani, le presenze straniere risultano invece essere irrilevanti, in modo molto diverso da quanto avviene nella media delle località montane italiane (dove il turismo invernale degli stranieri è anche superiore a quello estivo).

Fig. 10 – Presenze turistiche per mese e provenienza, confronto Civitella Alfedena, Parco, Italia località montane e Italia. Valori % (2013)

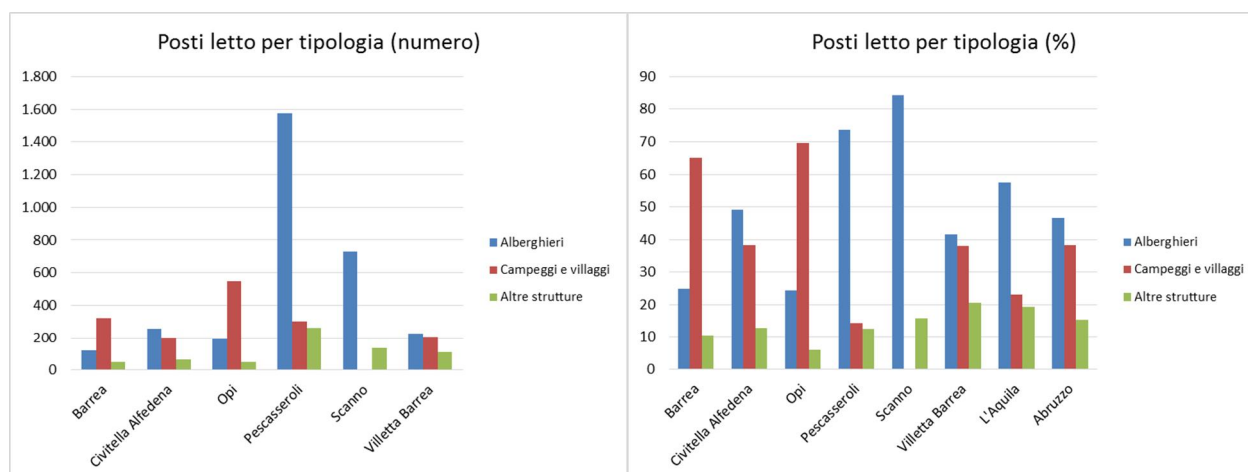


2.5. Le strutture ricettive

Civitella Alfedena può contare su 13 strutture ricettive, per un totale di 523 posti letto (2014): 5 strutture alberghiere e 8 esercizi extra-alberghieri (campeggio, appartamenti in affitto e B&B). La quota di ricettività alberghiera sul totale è pari al 49%, quella per campeggi al 38% mentre la restante parte (12%) si divide tra alloggi in affitto (gestiti in forma imprenditoriale) e B&B.

Nella Figura 11 è rappresentata la composizione dell'offerta ricettiva, in termini di posti letto, di Civitella Alfedena in confronto con gli altri comuni dell'area Parco dell'Alta Val di Sangro, la Provincia dell'Aquila e la Regione Abruzzo. Come si può notare la composizione dell'offerta ricettiva dei comuni di Pescasseroli e Scanno è molto più spostata verso l'offerta alberghiera, mentre quella di Barrea e Opi verso i campeggi. Civitella e Villetta Barrea presentano una composizione più simile alla media regionale.

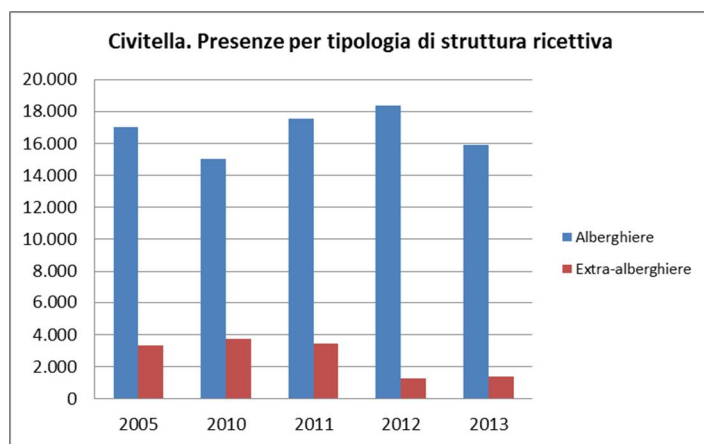
Fig. 11 – Composizione dell'offerta ricettiva in termini di posti letto (valori assoluti e %).



La crescita dei posti letto è stata del 20% dal 2000 al 2014, mentre il numero di strutture ricettive è raddoppiato nello stesso periodo. La crescita dei posti letto è stata superiore che nell'area del Parco nel suo complesso (8%) ma inferiore alla media provinciale (23%).

Nonostante il peso simile in termini di posti letto, le presenze nelle strutture alberghiere sono molto maggiori, pari in media a circa l'80% del totale⁴.

Fig. 12 – Civitella Alfedena. Presenze negli esercizi ricettivi per tipologia (valori assoluti).

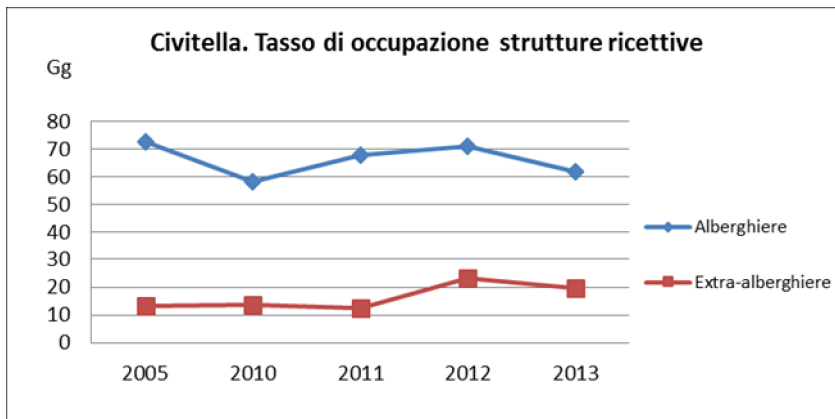


La differenza è chiaramente dovuta ad un diverso tasso di occupazione⁵, che è mediamente circa tre volte maggiore nelle strutture alberghiere che in quelle extra-alberghiere. Nella Figura 13 si nota, oltre alla differenza tra i tassi di occupazione, pari a 62 giorni/anno per gli alberghi e 20 giorni/anno per gli altri esercizi, anche come l'indice per le strutture alberghiere sia andato diminuendo nel tempo.

⁴ Negli anni 2012 e 2013 le presenze nelle strutture extra-alberghiere sono molto ridotte per la chiusura dell'unico campeggio presente nel comune.

⁵ Il tasso di occupazione (lorda) è dato dal rapporto tra presenze e posti letto ed è misurato come numero di giorni teorici di piena occupazione all'anno.

Fig. 13 – Civitella Alfedena. Andamento del tasso di occupazione (giorni / anno)



Confrontando i dati medi dei comuni del Parco con la situazione di Civitella Alfedena, risulta un tasso di occupazione nelle strutture alberghiere superiore nei primi, pari a 75 giorni/anno (contro 62), mentre non vi è una differenza significativa per le strutture extra-alberghiere (21 giorni contro 20 nel 2013).

In evidenza

Punti di forza

Importanza del settore turistico per il comune di Civitella Alfedena (misurato attraverso gli indicatori di intensità turistica); presenza di un sistema turistico strutturato, con un'offerta ricettiva diversificata.

L'essere un "comune turistico" può avere avuto conseguenze sulle dinamiche demografiche, in quanto la popolazione si mantiene in equilibrio grazie all'attrazione di nuovi residenti.

Punti di debolezza

Arrivi e presenze tendono a diminuire nel lungo periodo.

Elevata concentrazione della provenienza dei turisti dalle regioni limitrofe (Lazio, Campania, Puglia, Abruzzo).

Bassa percentuale di turisti stranieri (come per il resto del Parco e la provincia dell'Aquila).

Il periodo invernale non è ancora sufficientemente utilizzato.

Il tasso di occupazione è basso, specialmente per le strutture extra-alberghiere, e questo non garantisce una adeguata redditività.

Opportunità

Presenza di una base di domanda consistente, anche se di prossimità.

Il turismo straniero è l'elemento di crescita del turismo nazionale, va adeguatamente promosso.

Presenza di alcuni paesi di punta per la domanda di turismo straniero (Germania, Paesi Bassi, Francia).

Minacce

Rischio di declino per la presenza di un turismo maturo e di prossimità, che tende a diminuire nel lungo periodo se non si mettono in atto azioni di riposizionamento verso nuovi target.

Incapacità di adeguarsi all'evoluzione della domanda.

Difficoltà a raggiungere nuovi segmenti di mercato / nuovi paesi.

3. LA DOMANDA TURISTICA: RISULTATI DI UN'INDAGINE DIRETTA

Al fine di poter approfondire i dati emersi dall'analisi secondaria, nei mesi estivi del 2013 è stata svolta un'indagine diretta che ha coinvolto i turisti presenti nel territorio di Civitella Alfedena. Gli strumenti di rilevazione sono stati due diversi questionari: da somministrare uno nei luoghi di maggiore attrazione turistica (Camosciara, Punto informativo, Lago di Barrea), l'altro presso le strutture turistiche. Nel primo caso l'obiettivo è stato quello di valutare da un lato il livello di connessione tra i luoghi di maggiore attrazione turistico-ambientale e il centro storico di Civitella Alfedena, dall'altro il grado di soddisfacimento rispetto a servizi offerti e le attività proposte. Nel secondo tipo di rilevazione, invece, sono stati inseriti (anche su richiesta di alcuni operatori coinvolti nella ricerca) elementi inerenti la customer satisfaction relativi alle singole strutture ricettive.

Sono stati raccolti complessivamente 110 questionari nell'area della Camosciara e 87 presso le strutture ricettive, che, pur non costituendo un campione rappresentativo, tuttavia ci consentono di individuare almeno delle linee di tendenza abbastanza consolidate.

3.1. Analisi dei dati raccolti presso l'area servizi della Camosciara

a. La Camosciara nel "sistema Parco"

Il primo dato di interesse ai fini dell'analisi evidenzia che ben oltre la metà degli intervistati (60%) in visita alla Camosciara non è rappresentato da semplici escursionisti, ma da turisti che stanno pernottando nel Parco. Tra le località di pernottamento emerge in primo luogo Pescasseroli con il 39% delle risposte. Un dato in linea anche con la effettiva numerosità di posti letto disponibili. Seguono Civitella Alfedena (con il 27%) e Villetta Barrea (con l'11%). Ciò ci consente di affermare che la Camosciara rappresenti una attrazione perfettamente inserita nel sistema di offerta del Parco.

Dato, quest'ultimo, che viene confermato anche dai risultati emersi da un'ulteriore domanda, nella quale si chiedeva ai turisti se avessero visitato o avessero intenzione di visitare anche altri luoghi di interesse oltre alla Camosciara. Ben l'83% degli intervistati, infatti, afferma di essersi recato / volersi recare in visita anche altrove. Anche in questo caso, il primato spetta a Pescasseroli, che viene indicata nel 76% delle risposte come luogo già visitato o da visitare. Seguono Villetta Barrea (64%), Barrea (49%), Scanno (47%) e Opi (43%).

Da sottolineare anche il fatto che la maggior parte dei visitatori (il 77%) intendono **visitare più località del Parco** nel corso della loro permanenza e una percentuale elevata (21%) tutte le località della Val di Sangro (da Alfedena a Pescasseroli) e Scanno.

La permanenza media dei turisti nel Parco è di 9 giorni, un dato molto superiore a quello che emerge dalle analisi statistiche relative agli esercizi ricettivi classificati, in quanto comprensivo anche dei non residenti pernottanti nelle seconde case di proprietà o in affitto.

Fig. 14 – Località di pernottamento visitatori della Camosciara (%)

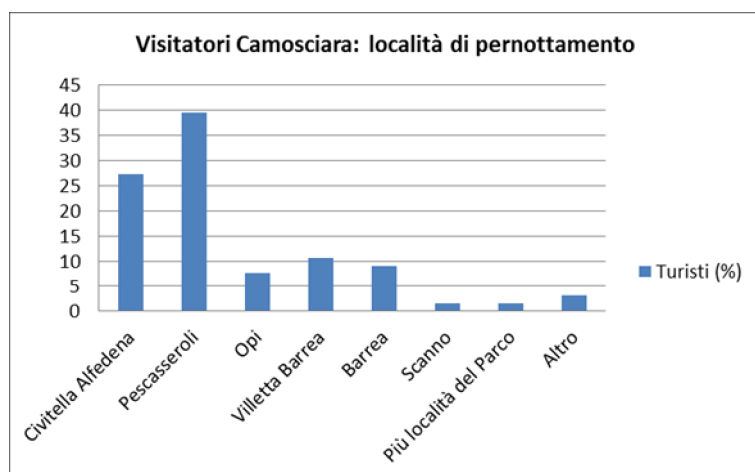
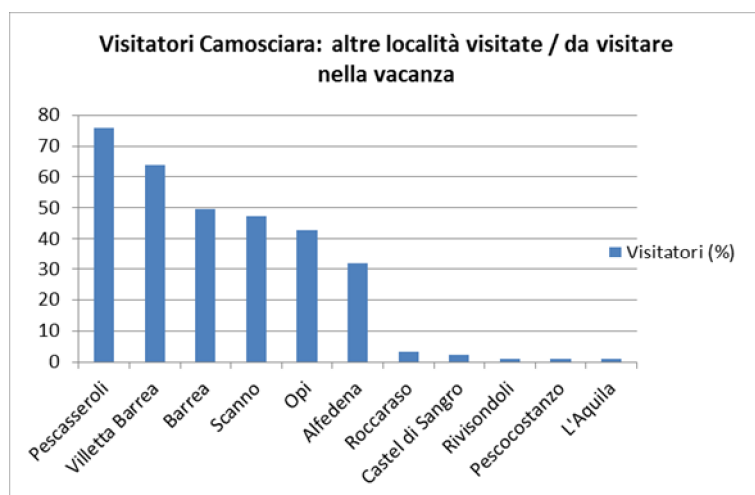


Fig. 15 – Altre località visitate dagli ospiti della Camosciara (%)

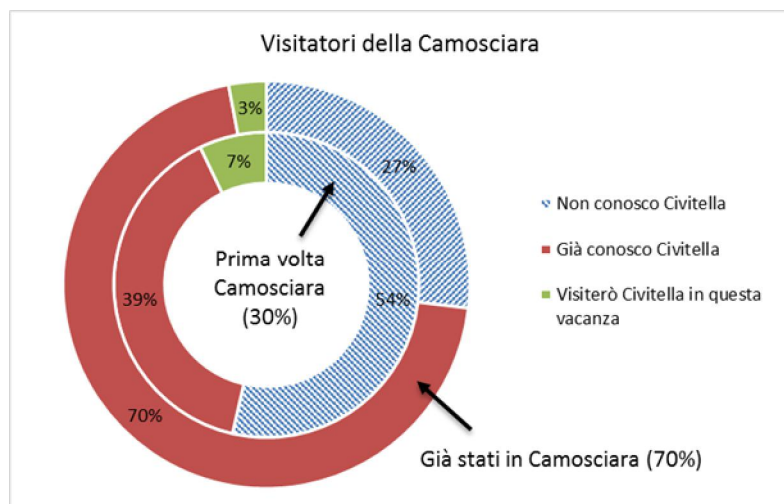


Una parte del questionario era finalizzata ad esaminare la relazione/connessione tra Camosciara e Civitella Alfedena. Le domande sono state formulate al fine di verificare la familiarità dei visitatori con questi luoghi, come pure il loro livello di fidelizzazione. In altre parole, chi si reca in visita in questi siti lo fa perché già li conosce (e decida quindi di tornarvi perché è rimasto colpito/soddisfatto) o è alla sua prima esperienza? Esiste inoltre una relazione diretta tra le escursioni in Camosciara e la visita al centro storico del borgo? Dalla lettura dei dati emergono in sintesi tre aspetti principali:

- la Camosciara è un luogo in grado di fidelizzare il visitatore. Il 70% degli intervistati dichiara infatti di esserci già stato;
- c'è diretta connessione tra Camosciara e Civitella Alfedena, poiché solo il 20% degli intervistati non ha visitato il borgo;
- la Camosciara può giocare un importante ruolo di attrazione in quanto il 52% dei visitatori che sono per la prima volta in Camosciara non conoscono invece il centro storico di Civitella

Se per un verso questo risultato sembrerebbe essere a supporto del fatto che la visita in questo sito di attrazione lascia soddisfatti al punto tale da far ripetere l'esperienza per un altro invita a lavorare con maggiore impegno nell'intercettare una domanda nuova e "visitatori primi", al fine di rendere più dinamica l'offerta.

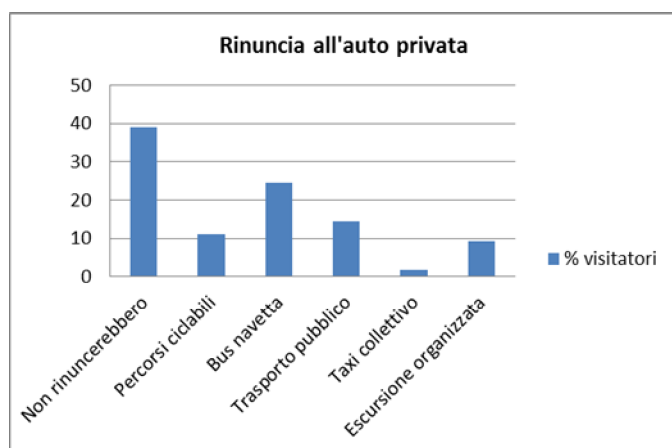
Fig. 16 – Relazione tra i visitatori della Camosciara e il centro storico di Civitella (%)



b. Accesso e mobilità

Al fine di valutare una possibile infrastrutturazione di mobilità soft per l'area, abbiamo sottoposto ai visitatori una domanda inerente le condizioni per le quali rinuncerebbero all'uso dell'automobile privata. Da questo punto di vista, il popolo dei frequentatori estivo risulta piuttosto "pigro". Un consistente 39% dichiara infatti che di non poter accettare nessuna condizione. Per giunta tra quel 61% di persone che acconsentirebbero, prevalgono quelli (un quarto) disposti a tanto solo in cambio del ricorso al bus navetta. I rimanenti tre quarti si distribuiscono tra quanti rinuncerebbero all'auto privata se ci fossero mezzi di trasporto adeguati (14%), e quanti disposti ad utilizzare percorsi ciclabili (11%). Solo un 9% si affiderebbe ad escursioni organizzate.

Fig. 17 – Disponibilità a rinunciare all'auto privata per raggiungere l'area servizi della Camosciara (%)



c. Servizi e gradimento dell'area

Al fine di valutare l'efficienza/efficacia dei servizi offerti e il gradimento dell'area nel suo complesso, nel questionario è stata inserita una scala Likert, con indice da 1 a 5 finalizzato ad esprimere il grado di soddisfazione riguardo alcuni aspetti (1 = per nulla soddisfatto; 5 = molto soddisfatto). Come forse

prevedibile, il primo posto è occupato dalla “qualità dell’ambiente”, con un punteggio medio pari a 4,6, molto vicino all’espressione di massima soddisfazione. Seguono, quasi a pari livello, la pulizia e ordine dell’area (4,4). Su un gradino più basso, ma ancora su un buon livello di soddisfazione (punteggio 4,1/4 pari a “abbastanza soddisfatto”) si collocano invece:

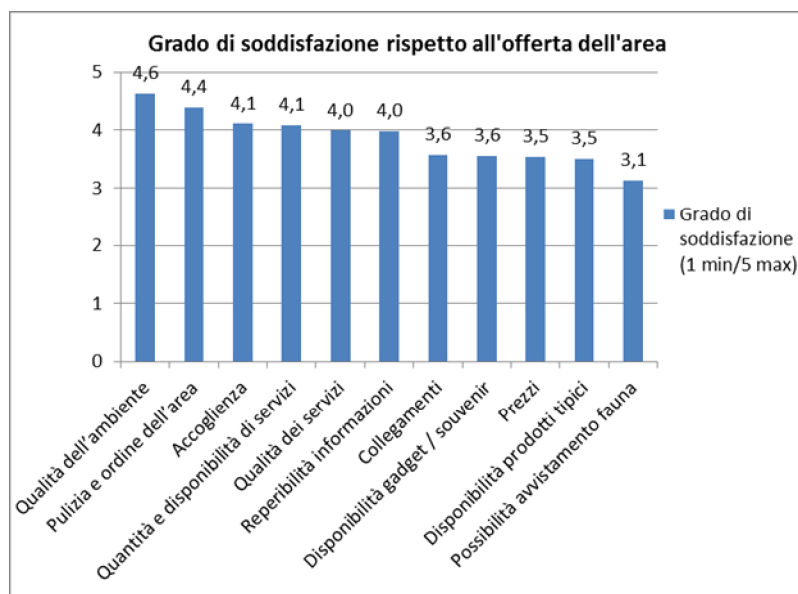
- accoglienza
- quantità e disponibilità dei servizi
- qualità dei servizi
- reperibilità delle informazioni

Sulla parte bassa del gradimento si posizionano quelli considerati gli aspetti più critici e sui quali è necessario fare un lavoro più accurato:

- collegamenti e viabilità
- aspetti legati al commercio (disponibilità di souvenir e gadget; punti vendita di prodotti tipici; prezzi dei servizi offerti)

Riguardo all’aspetto che ha soddisfatto di meno (possibilità di avvistamento della fauna selvatica), sarebbe da ricollegare alla tanto erronea quanto diffusa convinzione secondo la quale essere in un Parco Nazionale equivarrebbe a trovarsi in un’area dove la fauna selvatica sia immediatamente a portata d’osservazione. Su questo punto occorrerebbero maggiori campagne informative e sessioni di educazione ambientale dedicate esclusivamente a turisti e visitatori.

Fig. 18 – Grado di soddisfazione della fruizione dell’area (scala da 1 a 5)



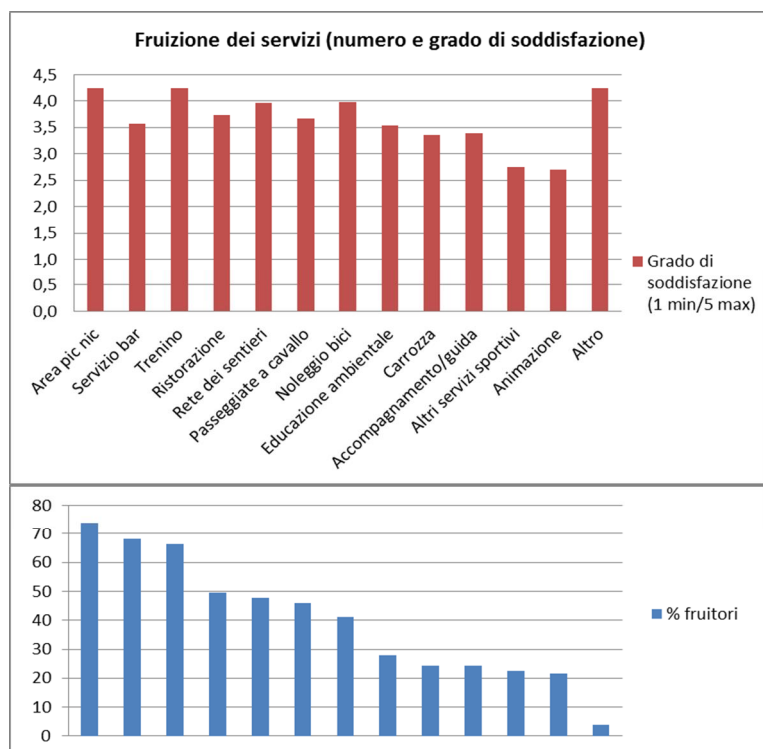
Analizzando nel dettaglio la valutazione specifica dei servizi che i turisti possono fruire nell’area della Camosciara, la soddisfazione per quelli maggiormente fruiti è mediamente elevata, anche se devono essere evidenziati alcuni punti di miglioramento:

- i servizi bar e ristorazione, che sono fruiti da una percentuale elevata di utenti, potrebbero offrire un livello di soddisfazione maggiore; senz’altro un’attenzione ai prodotti tipici sia nella ristorazione che nella vendita può essere un elemento di miglioramento (**ristorazione tipica**);
- i servizi legati alla fruizione dell’area dal punto di vista ambientale, quali educazione ambientale e di accompagnamento/guida, sono poco utilizzati in proporzione al numero di visitatori e non riscontrano un livello elevato di soddisfazione; un elemento limitante la soddisfazione dei turisti che utilizzano

questi servizi può essere legato alle molteplici funzioni dell'area, per cui diverse attività si sovrappongono nelle stesse zone e sugli stessi percorsi, limitando la soddisfazione in particolare dei turisti più esigenti dal punto di vista del contatto con la natura; in questo caso un arricchimento e diversificazione delle proposte potrebbe aumentare sia il numero di fruitori che il livello di soddisfazione **(natura)**;

- per quanto riguarda i servizi sportivi, oltre al noleggio biciclette e alle passeggiate a cavallo, non sono al momento presenti altre attività; questo aspetto potrebbe utilmente essere collegato all'offerta di attività di animazione, che anche risulta un servizio molto poco fruito dai visitatori dell'area. Non tanto progettare infrastrutture sportive – che non trovano spazio fisico di realizzazione – quanto proporre attività di animazione di tipo ludico-sportivo (giochi di gruppo, animazione dei bambini, etc.) potrebbe aumentare sia il gradimento che il numero di fruitori **(sport e animazione)**.

Fig. 19 – Tipologia, livello di fruizione e grado di soddisfazione per i servizi dell'area (scala da 1 a 5)

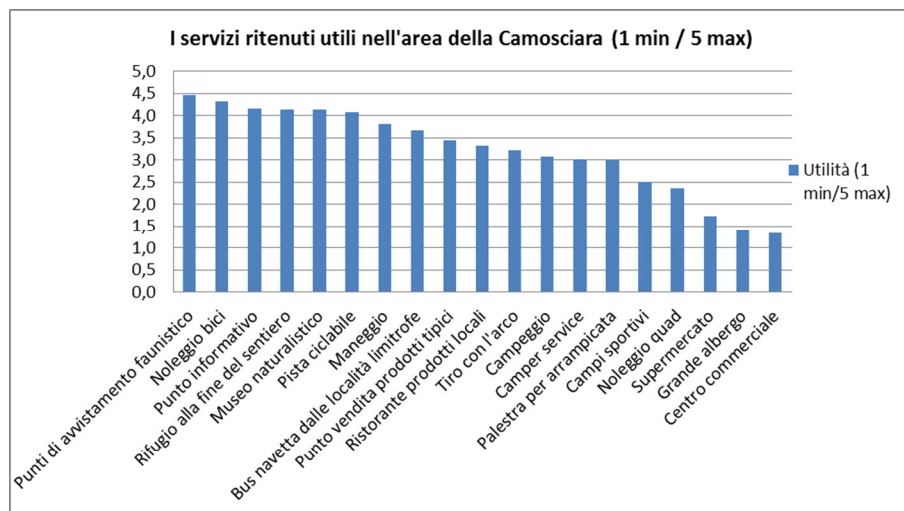


La domanda “quanto riterrebbe utile la presenza di questi servizi nell'area della Camosciara?” sembrerebbe quasi aver avuto funzione di controllo su quanto finora espresso. Quasi vicino al massimo della utilità (punteggio medio 4,5) infatti, troviamo proprio la presenza di punti di avvistamento della fauna selvatica. A ridosso di questa prima necessità (collocati tra un punteggio medio di 4,4 e 4 equivalente a “abbastanza utile”) troviamo aspetti inerenti:

- la mobilità (noleggio bici e pista ciclabile)
- l'educazione ambientale (punto informativo e museo naturalistico)
- i percorsi (rifugio)

Considerati di utilità media, troviamo altri aspetti più direttamente inerenti la “ricreazione accessoria”, come le attività da svolgere (maneggio, tiro con l'arco, arrampicata sportiva) e l'enogastronomia (punto vendita prodotti tipici, ristorazione con menu a base di prodotti tipici). Come prevedibile (e come auspicabile) non è ritenuta per nulla utile la presenza di un grande albergo e di un centro commerciale.

Fig. 20 – Servizi ritenuti utili nell'area della Camosciara (scala da 1 = per nulla utile a 5 = molto utile)



Altri elementi che emergono dalle risposte degli intervistati sono l'auspicabile maggiore presenza e controlli da parte del Corpo Forestale e delle Guardie del Parco, la presenza di fontanelle nell'area e di punti di sosta lungo il sentiero, di un maggior numero di cestini raccolta rifiuti, una più attenta gestione dei servizi igienici, l'allestimento di un parco giochi, l'ampliamento e il miglioramento dell'area pic-nic, la presenza di un punto informativo.

Relativamente ai percorsi che partono dall'area parcheggio, emergono, nelle osservazioni dei turisti, la presenza di conflitti nella fruizione: la contemporanea presenza di trenino turistico e cavalli, nonché il fatto che la strada sia asfaltata, può creare disagio nel turista escursionista, così come la presenza di escursionisti con cani non legati al guinzaglio. Viene inoltre richiesta una migliore segnalazione della sentieristica, la presenza di punti di avvistamento della fauna selvatica, di un punto di ristoro al termine della strada.

Un ultimo elemento che emerge è infine la richiesta di collegamento attraverso la sentieristica tra l'area della Camosciara e della Val Fondillo.

Per un supporto alla progettazione di nuovi servizi e al miglioramento degli esistenti si è inoltre verificato quali attività abbiano svolto e/o intendessero svolgere nel Parco i visitatori della Camosciara.

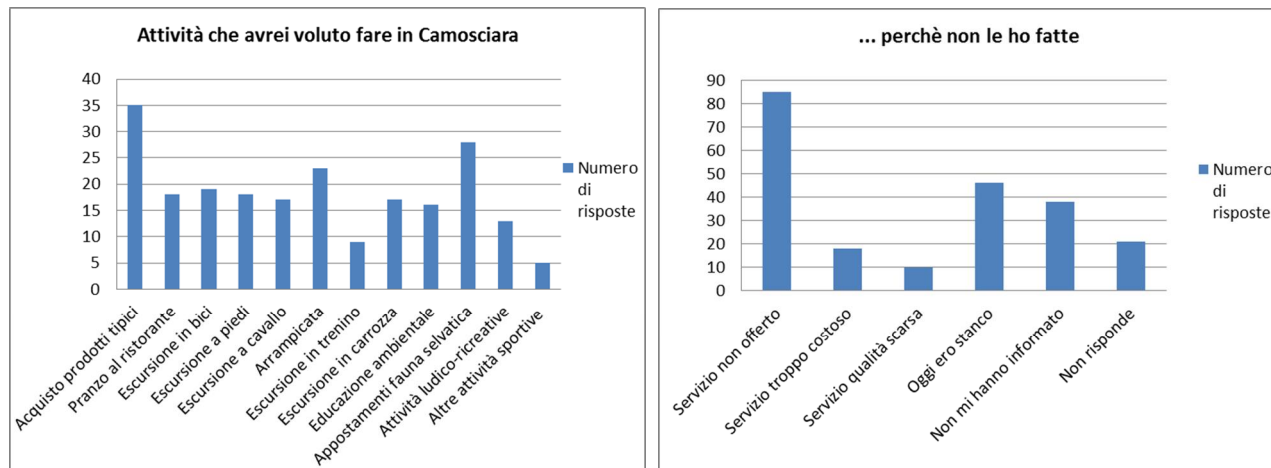
Fig. 21 – Attività svolte e/o che si intendono svolgere nel Parco



Anche in questo caso, accanto agli aspetti predominanti delle escursioni a piedi, a cavallo e in bicicletta, assumono importanza elementi su cui si potrebbe ulteriormente intervenire, quali l'acquisto di prodotti tipici e le escursioni eno-gastronomiche.

Infine è stato chiesto nonché quali attività invece "avrebbero voluto fare ma non abbiano fatto e per quale motivo". Ancora una volta l'acquisto di prodotti tipici, insieme agli avvistamenti della fauna selvatica e all'arrampicata sono le opzioni maggiormente indicate, supportando la scelta dei temi guida: produzioni tipiche, natura, sport e ricreazione.

Fig. 22 – Attività che avrei voluto fare in Camosciara ma non ho fatto e per quale motivo



In evidenza

Area servizi della Camosciara

Il giudizio offerto dai fruitori dell'area servizi della Camosciara è generalmente positivo. La Camosciara rappresenta un punto di forza dell'offerta turistica del Parco (non solo di Civitella Alfedena) e la soddisfazione dei turisti è mediamente elevata.

La fruizione dell'offerta turistica della Camosciara è integrata con quella degli altri comuni del Parco, riguarda i turisti prima che gli escursionisti giornalieri. Prevale la fidelizzazione, quindi la presenza di visitatori che già conoscono l'area e vi ritornano periodicamente.

I turisti leggono i comuni abruzzesi del Parco (l'Alta Val di Sangro fino ad Alfedena ma anche Scanno) come un sistema e gli itinerari di visita comprendono l'insieme dei diversi centri; l'offerta turistica della Camosciara dovrebbe essere progettata come **polo di questo sistema più ampio**.

Elementi di criticità e di potenziale miglioramento

Nell'ambito di questo quadro positivo sono da evidenziare alcuni elementi di criticità, su cui sarebbe opportuno intervenire:

Mobilità: l'accessibilità all'area avviene quasi esclusivamente con l'auto propria, cui i visitatori faticano a rinunciare. Andrebbe incrementata la raggiungibilità con i mezzi pubblici; la predisposizione di un servizio navetta con i centri limitrofi sembra essere il principale elemento in grado di modificare l'atteggiamento dei turisti.

Offerta di prodotti agroalimentari tipici: la mancanza dell'offerta di prodotti tipici rappresenta un punto di debolezza rispetto alle aspettative del turista, sia per la mancanza di un punto vendita di prodotti (oltre che di gadget e souvenir) sia per la poca caratterizzazione dei servizi bar e ristorazione. Questi aspetti si traducono in un giudizio di soddisfazione non elevato.

Natura: emerge l'esigenza di maggior contatto con la natura, che si esplicita nella richiesta di punti di avvistamento faunistico. Allo stesso tempo è limitata l'offerta di servizi di educazione ambientale e di guida escursionistica che potrebbero soddisfare il bisogno. Anche la richiesta di maggiore sorveglianza va in questa direzione così come di punti informativi e segnaletica.

Sport e ricreazione: vi è una domanda insoddisfatta di servizi ricreativi quali attività ludico-sportive, di animazione per bambini (e parco giochi); tali attività non devono essere basate su infrastrutture fisiche (impianti sportivi) ma su servizi specifici. Dovrebbero essere potenziati l'area pic-nic e i servizi igienici.

Limitare i conflitti, allargare e differenziare la fruizione: i conflitti che emergono tra i diversi usi dell'area possono essere limitati differenziando gli spazi per i diversi servizi, le modalità di fruizione (percorsi a piedi, mountain bike, a cavallo, trenino) e ampliando il sistema delle connessioni con gli altri poli del territorio. Il tutto deve essere supportato dal miglioramento della segnaletica e dell'informazione.

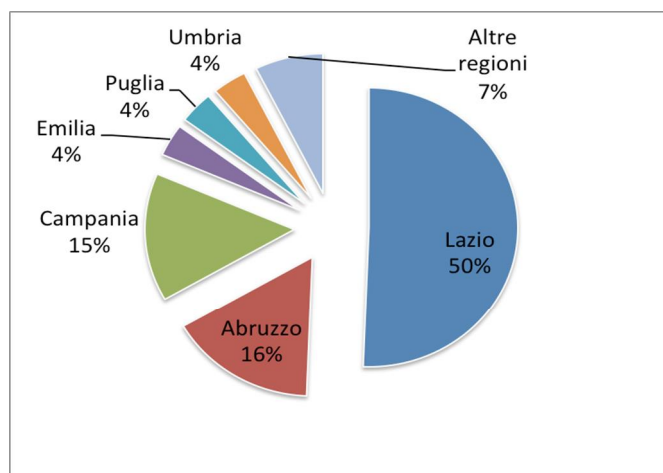
3.2. Analisi dei dati raccolti presso le strutture turistiche

a. Il turista medio

Volendo proporre un identikit del turista in visita a Civitella Alfedena, potremmo affermare che si tratta di un vero e proprio "turista medio", poiché è un turista di prossimità, di età media, con un livello di studio medio-alto, impiegato, che si muove prevalentemente in famiglia.

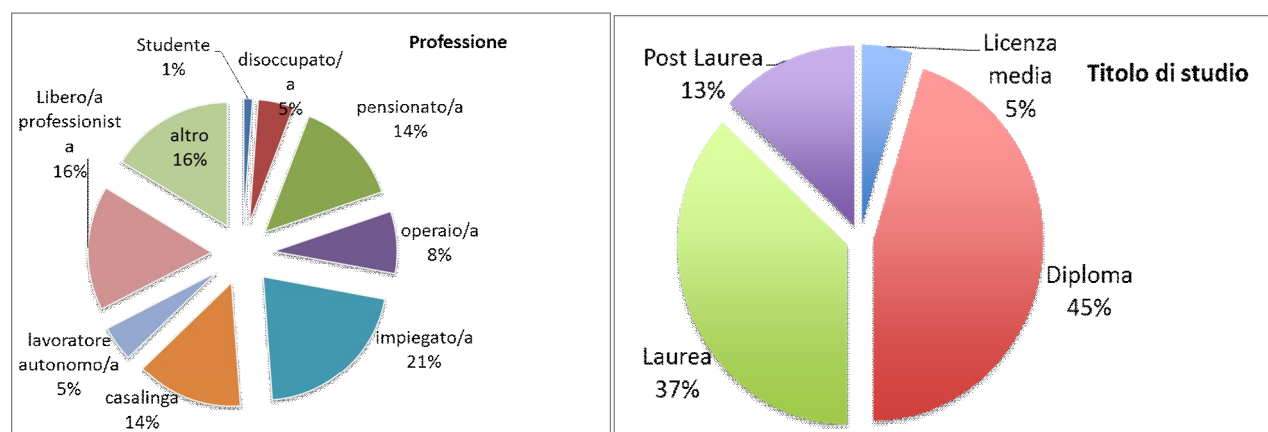
Scendendo più nel dettaglio dei dati, si rileva che la metà degli intervistati proviene dal Lazio, un ulteriore 31% da Abruzzo e Campania e solo un 19% da regioni non confinanti. Perciò, si tratta per lo più di un turismo di prossimità, confermando con l'indagine sul campo quanto emerge dall'analisi dei dati statistici.

Fig. 23 – Provenienza dei turisti



L'età media è di 50 anni e, per quanto riguarda il livello di studio, gli intervistati possiedono - per la metà del campione - almeno la laurea; per un ulteriore 45% il diploma e solo per un 5% la licenza media. Dal punto di vista professionale, abbiamo di fronte per lo più impiegati (21%), liberi professionisti (16%), casalinghe (14%) e pensionati (14%).

Fig. 24 – Turisti per professione e titolo di studio



Si tratta prevalentemente di un turismo di tipo familiare, poiché nel 74% dei casi i turisti intervistati si trovano con il partner e/o con i figli. Solo il 12% del campione è andato in vacanza in gruppo e veramente pochi (9%) con gli amici.

Fig. 25 – Turisti per tipo di vacanza



L'accesso a Civitella Alfedena avviene quasi esclusivamente con auto propria, e solo il 3% degli intervistati ha utilizzato i mezzi pubblici per la propria vacanza.

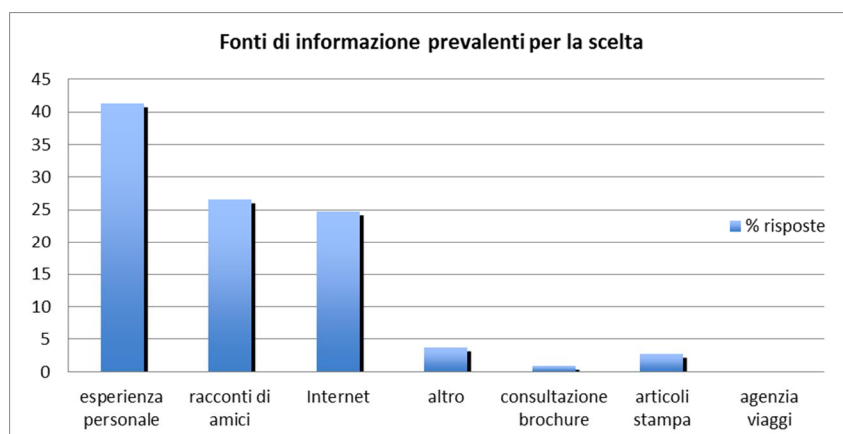
b. La scelta di Civitella Alfedena

Anche in questo tipo di rilevazione emerge con evidenza l'aspetto della fidelizzazione; quasi il 60% delle persone intervistate, infatti, si era già recato in vacanza a Civitella Alfedena. Gli elementi alla base della scelta turistica, quindi, fanno riferimento più che altro alla conoscenza diretta e all'esperienza di prima mano pregressa.

Un dato confermato anche dalla domanda relativa alle maggiori fonti di informazione sulla base delle quali è stata compiuta la decisione di villeggiare a Civitella; prevalgono canali di tipo prettamente informale basati appunto sull'esperienza diretta e sul racconto di amici. Di un certo interesse anche il 25% delle risposte ricadute sulla alternativa "Internet", mentre spicca l'assenza, nel campione intervistato, del ruolo delle agenzie di viaggio.

Anche la prenotazione avviene principalmente via telefono, con solo il 12,5% attraverso internet (mail o prenotazione diretta on-line), mentre nessuno degli intervistati ha prenotato tramite tour operator.

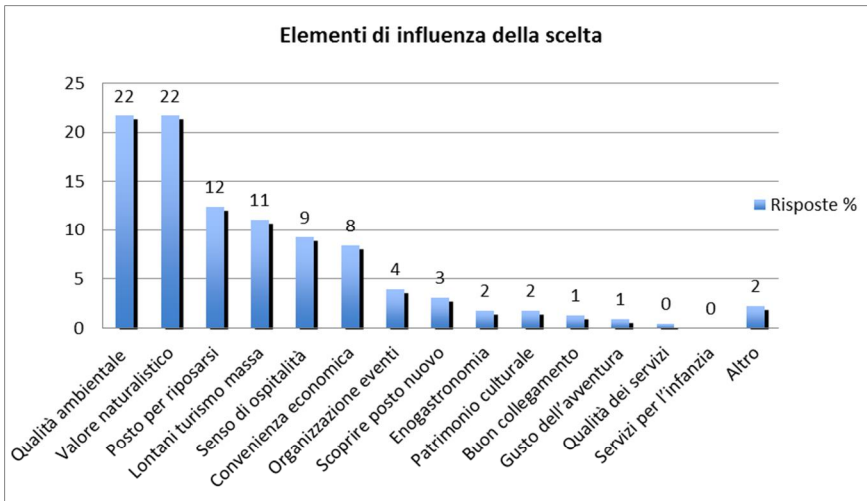
Fig. 26 – Fonti di informazione che determinano la scelta



Al primo posto delle motivazioni che hanno influenzato la scelta si posizionano invece la qualità ambientale (22%) e il valore naturalistico (22%), subito seguite da altri tre elementi di forte caratterizzazione, quali l'essere luogo ideale per riposarsi (12%), la lontananza dal turismo di massa (11%), il senso di ospitalità delle persone (9%).

Molto più lontane sono invece le motivazioni legate all'offerta di servizi in senso stretto, come la qualità dei servizi, dell'enogastronomia, l'accessibilità, il patrimonio culturale, mentre assume una certa rilevanza l'aspetto legato alla convenienza economica.

Fig. 27 – Motivazioni della scelta

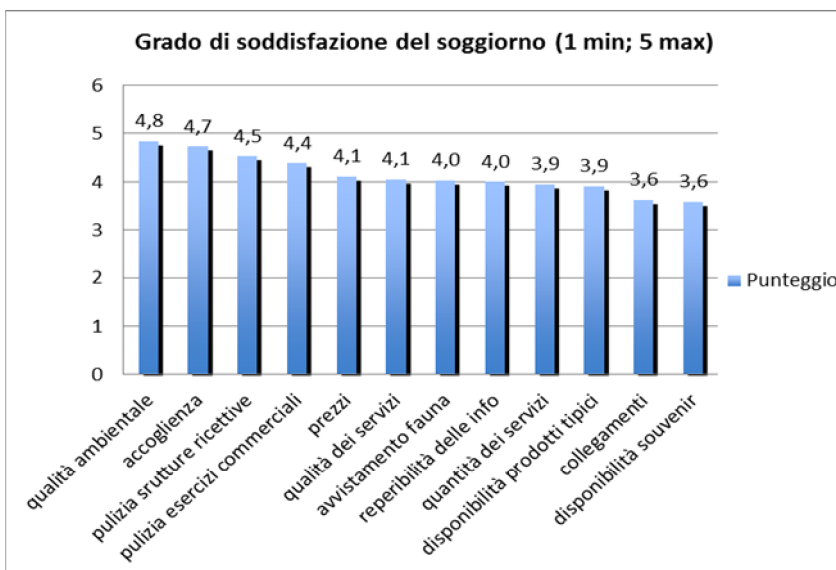


Le motivazioni della scelta di Civitella Alfedena sono sostanzialmente confermate quando si va ad analizzare il grado di soddisfazione del turista. Le risposte (da 1 = per nulla soddisfatto a 5 = molto soddisfatto) indicano un generale livello elevato di gradimento degli ospiti per il soggiorno a Civitella, mentre non vi sono elementi che indichino una chiara insoddisfazione.

Qualità dell'ambiente (punteggio medio di 4,8) e accoglienza (4,7) sono gli elementi principali, ma anche la pulizia e l'ordine nelle strutture ricettive (4,5) e negli esercizi commerciali (4,4) hanno un punteggio molto elevato.

Il prezzo, la qualità dei servizi e la reperibilità di informazioni rappresentano un ulteriore elemento di soddisfazione, così come la possibilità di avvistamento della fauna (che però non ottiene in tutti gli intervistati un elevato punteggio). Questo gruppo di elementi possono essere classificati come "abbastanza soddisfacenti".

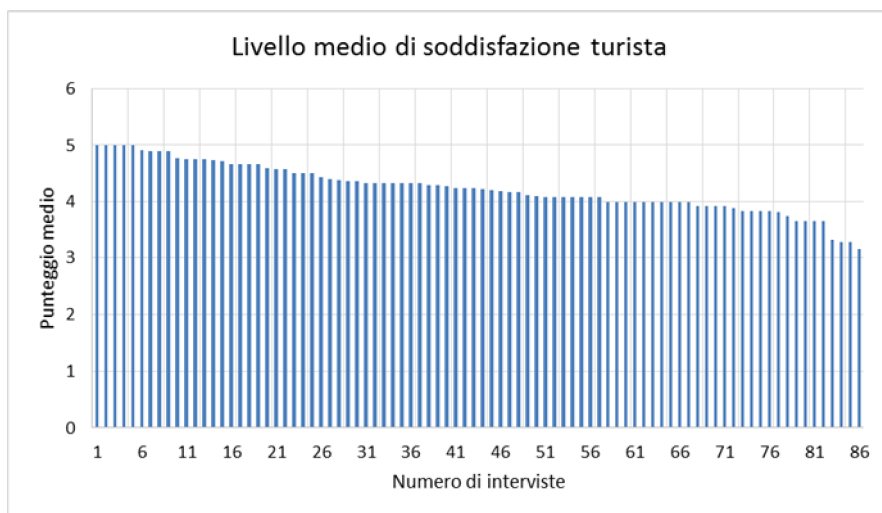
Fig. 28 – Grado di soddisfazione del soggiorno effettuato



Dato il livello di competizione presente oggi tra le località turistiche nell'attrazione e fidelizzazione della domanda è però opportuno porsi obiettivi di miglioramento in questo senso: avere un turista "abbastanza soddisfatto" potrebbe non essere sufficiente per garantirsi un ritorno futuro o un efficace passaparola.

In questa ottica di miglioramento sarebbe quindi necessario intervenire sugli aspetti che dimostrano un minore livello di soddisfazione (tra "indifferente" e "abbastanza soddisfatto") quali la quantità e disponibilità di servizi, la disponibilità di prodotti tipici, gadget e souvenir, così come l'elemento dei collegamenti, in modo da accrescere la soddisfazione globale del soggiorno.

Fig. 29 – Livello medio di soddisfazione del soggiorno effettuato



c. L'offerta turistica: luoghi di attrazione e servizi

Andando ad analizzare nel dettaglio i punti di attrazione turistica del comune di Civitella Alfedena emerge il giudizio positivo per quanto riguarda il centro storico, l'area della Camosciara e l'area del Lago, visitati da tutti i turisti intervistati e con un punteggio di gradimento elevato (Fig. 29).

Anche l'area faunistica del lupo, pur essendo visitata da un numero minore di turisti, ottiene un buon gradimento (4,1 abbastanza soddisfatto), mentre sono minori sia la percentuale di visitatori che il livello di gradimento dell'area faunistica della lince e del museo del lupo.

Un discorso a parte merita l'escursione montana della Val di Rose, che pur essendo una meta per una percentuale limitata dei turisti (il 30%), mostra il più elevato livello di gradimento. Tra le altre scelte con elevato livello di gradimento vi sono le escursioni nelle aree limitrofe di Valle Iannanghera, Tre confini e Val Fondillo.

Per quanto riguarda l'offerta di infrastrutture e servizi (Fig. 30), la sentieristica è di gran lunga l'elemento più utilizzato, seguito dalle aree pic-nic. Con percentuali inferiori vi sono poi attività di animazione, escursioni guidate, educazione ambientale e le escursioni a cavallo. Il punteggio di gradimento è per tutti questi elementi di buona (ma non massima) soddisfazione. Gli elementi dove sia la fruizione che la soddisfazione è minore riguardano i servizi sportivi, il trasporto (pubblico e privato) e il noleggio di biciclette. Su questi elementi sarebbe opportuno intervenire per migliorare l'offerta complessiva di servizi del territorio. In generale queste risposte sono coerenti con la valutazione dell'attrattività emergente dalle domande precedentemente descritte: **l'attrattività ambientale e naturalistica del territorio e la capacità di accoglienza del paese sono superiori rispetto alla qualità e disponibilità degli specifici servizi turistici.**

Fig. 30 – Fruizione delle attrazioni turistiche e grado di soddisfazione

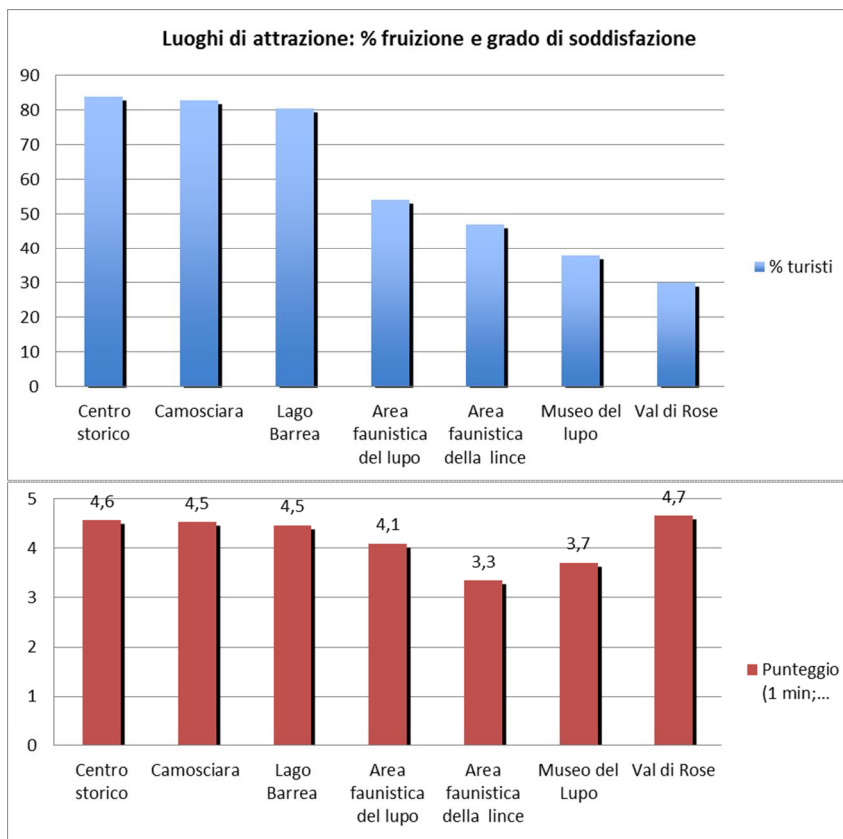
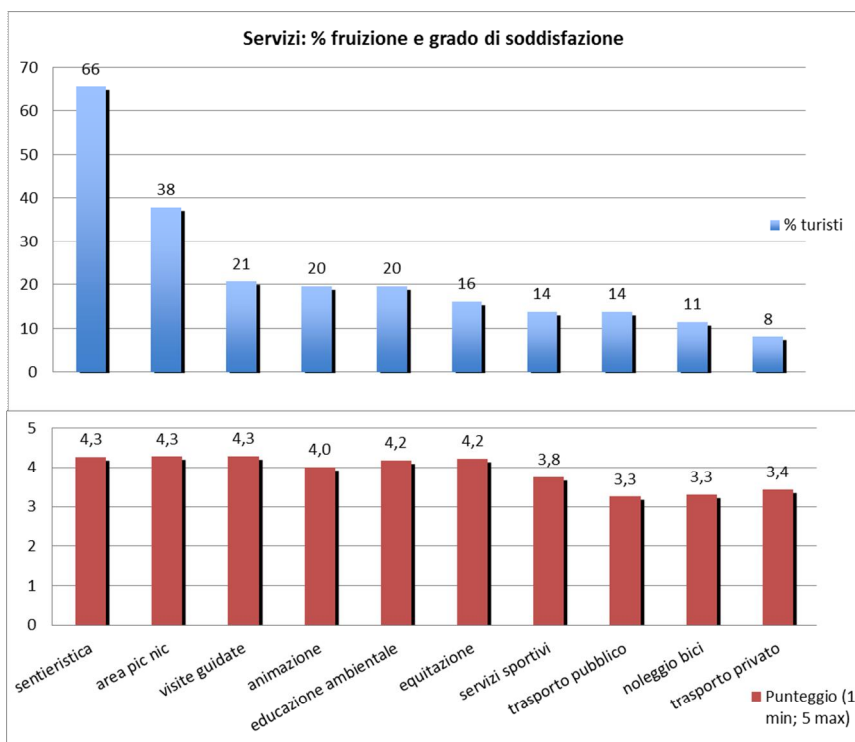


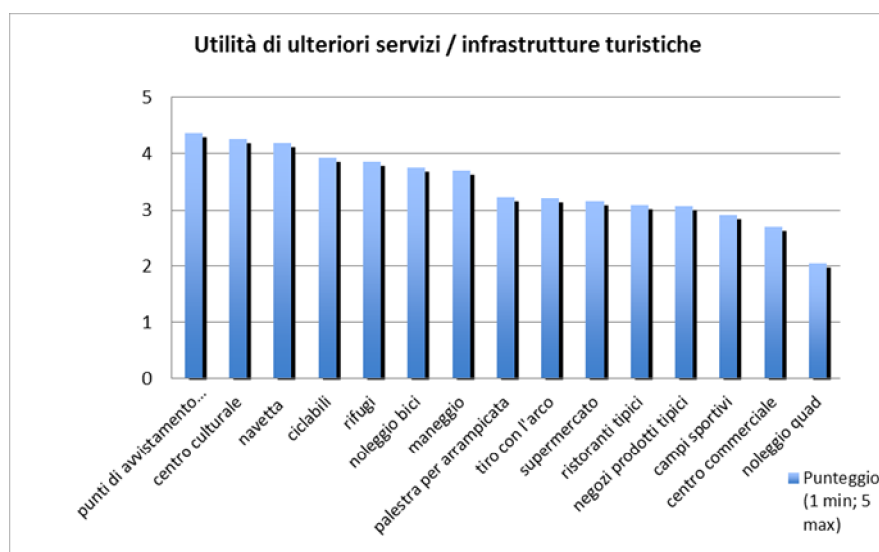
Fig. 31 – Fruizione dei servizi e grado di soddisfazione



Oltre al giudizio sulla situazione attuale è stata chiesta ai turisti l'importanza della realizzazione di potenziali ulteriori infrastrutture e servizi turistici (1 = per nulla utile; 5 = molto utile). Le valutazioni maggiori (abbastanza utile) sono state per la realizzazione di punti di avvistamento faunistico, di un centro culturale e l'attivazione di bus navetta. Subito a seguire emergono l'aspetto dei rifugi, del noleggio bici e del maneggio.

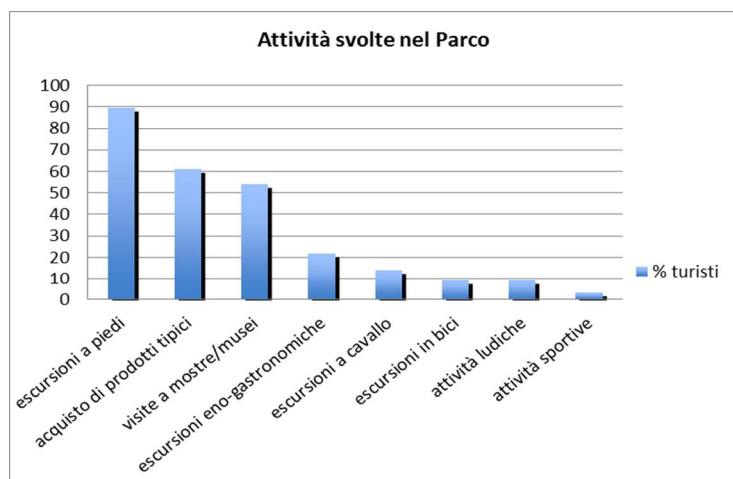
Con valutazioni inferiori (giudizio "indifferente") vi sono poi altre attività sportive (tiro con l'arco, arrampicata, campi sportivi) e le attività commerciali e di ristorazione (evidentemente considerate sufficienti).

Fig. 32 – Utilità di ulteriori servizi



Per quanto riguarda le attività svolte nel soggiorno nel Parco, quasi la totalità (90%) afferma di essersi dedicato o volersi dedicare ad escursioni in montagna. Il 61% ha acquistato prodotti tipici; poco più della metà ha visitato mostre e/o musei; quasi il 22% ha effettuato escursioni eno-gastronomiche. Meno di un quarto si è dedicato ad attività specifiche come escursioni a cavallo (14%) e/o uscite in bicicletta (9%). Tra le altre attività sportive sono state indicate il tiro con l'arco, il nordic walking e la piscina.

Fig. 33 – Attività svolte/da svolgere nell'area del Parco durante il soggiorno



Per quanto riguarda infine le relazioni tra Civitella e le altre località del Parco, anche i dati raccolti nelle strutture ricettive confermano la forte integrazione nella percezione del turista tra le diverse località del Parco. Il 90% dei turisti hanno infatti visitato altre località durante la loro vacanza, con una dominanza degli altri centri dell'Alta Val di Sangro: Pescasseroli, Villetta Barrea, Barrea, Opi.

Fig. 34 – Altre località visitate o che si intendono visitare durante il soggiorno

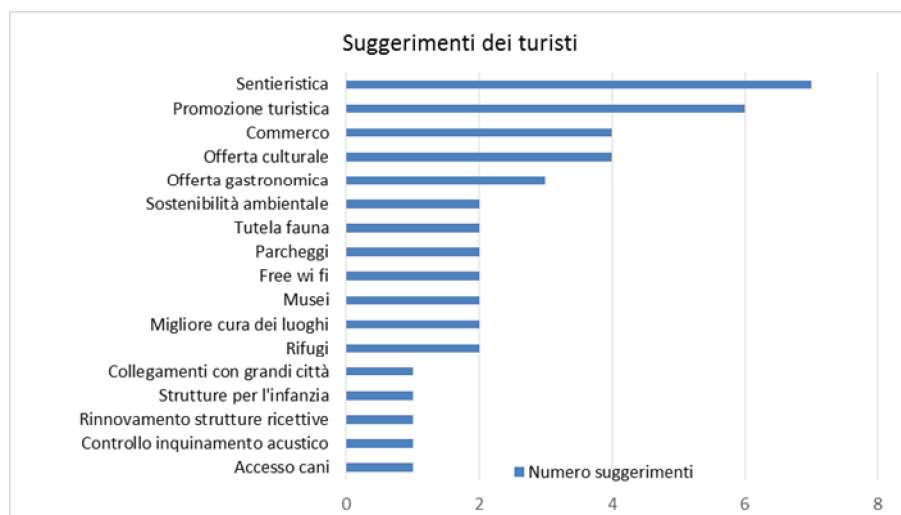


Ancora una volta emerge come, nella visione del turista, sia l'intera area del Parco l'oggetto della scelta e che la fruizione sia organizzata sull'offerta del sistema delle località dell'Alta Val di Sangro e non del singolo centro.

La soddisfazione generale rimane comunque elevata dato che il 94% dei turisti ritornerebbe a Civitella Alfedena, così come più in generale in Abruzzo.

Una lettura attenta dei suggerimenti offerti dai turisti intervistati, infine, offre una utile mappa sugli aspetti che più hanno richiamato l'attenzione del visitatore e quindi su cui sarebbe prioritario intervenire.

Fig. 35 – Suggerimenti di miglioramento dei turisti per argomento



La sentieristica è l'aspetto maggiormente oggetto di osservazione e rappresenta un elemento chiave dell'offerta dato che il 90% dei turisti dichiara di effettuare escursioni e i 2/3 degli stessi usufruiscono dei sentieri nel comune di Civitella. Gli aspetti più sottolineati sono la necessità di una migliore manutenzione, di una segnaletica più adeguata e la predisposizione di punti di sosta. Questo aspetto riguarda in particolare la fruizione della sentieristica di fondo valle, essendo diverse le modalità di fruizione dei percorsi di montagna. Anche la richiesta di una mappa più dettagliata e/o offerta gratuitamente va a nostro avviso in questo senso, così come il tema (sollevato in un solo caso) delle limitazioni di accesso per i cani. Relativamente invece alla fruizione dei percorsi di montagna emerge la richiesta di rifugi.

L'aspetto della promozione turistica riguarda invece la disponibilità di informazioni (aggiornate e anche in lingua inglese) ma anche la "promozione dei luoghi", cioè le informazioni sui luoghi da visitare e soprattutto le informazioni date "sul luogo".

Le critiche rivolte agli esercizi commerciali riguardano invece un generale miglioramento dell'offerta e della disponibilità degli esercenti, la mancata accettazione delle carte di credito e uno scarso rigore nell'emissione dei documenti fiscali.

Sempre relativamente agli esercizi turistici si segnala per la ristorazione la necessità di una maggiore varietà di offerta, la mancanza di menù per chi ha intolleranze alimentari e di menù specifici per i bambini. Occorre a questo proposito segnalare che il consumo dei pasti presso trattorie tipiche risulta essere prevalente - rispetto al consumo in pizzeria o ristorazione veloce - tra i turisti pernottanti a Civitella, sia che ricorrano alla mezza pensione che al solo pernottamento.

Rispetto alle famiglie con bimbi si segnala anche la mancanza di infrastrutture specifiche per l'infanzia e il fatto che il Museo del lupo non sia pensato per i bambini.

L'altro punto di attenzione riguarda l'offerta culturale, con la richiesta di un maggior numero di eventi, di una loro più attenta organizzazione e della partecipazione delle comunità locali.

Un'attenzione particolare viene infine richiesta alla cura dell'area del lago (pulizia e cura del luogo) e alla tutela della fauna selvatica. Gli aspetti ambientali ricorrono anche nei suggerimenti riguardanti l'uso di bioedilizia, di energie alternative, di illuminazione pubblica a led nelle strade secondarie, tutti aspetti coerenti con la vocazione ambientale di Civitella e che ne potrebbero migliorare l'immagine.

A livello di qualità dei servizi infine emergono le critiche su area faunistica e Museo del lupo, le difficoltà nei parcheggi e il suggerimento di rendere il centro storico ad accesso wi-fi libero.

In evidenza

Civitella Alfedena - Centro Storico

Il turista di Civitella Alfedena è assimilabile a un "turista medio", poiché è un turista di prossimità, di età media, con un livello di studio medio-alto, impiegato, che si muove prevalentemente in famiglia.

E' fidelizzato, prenota per conoscenza diretta o passaparola (meno attraverso internet e per niente attraverso le agenzie), poiché apprezza la qualità ambientale, il valore naturalistico del luogo, la lontananza dal turismo di massa e il senso di ospitalità degli abitanti.

La soddisfazione del soggiorno è in genere elevata, ma non emerge una particolare qualità né disponibilità dei servizi: i turisti ne sono mediamente "abbastanza soddisfatti". Sono l'attrattiva ambientale/naturalistica del territorio e la capacità di accoglienza del paese a fare la differenza, non la qualità/disponibilità degli specifici servizi turistici.

Elementi di criticità e di potenziale miglioramento

Occorre fare uno sforzo per tradurre il senso di ospitalità in effettivo miglioramento della qualità delle prestazioni turistiche. Nella competizione attuale non è sufficiente avere un turista "abbastanza soddisfatto", occorre puntare all'eccellenza.

La qualità naturalistica/ambientale è l'elemento più forte di attrazione e quello meglio percepito, rappresentando l'aspetto distintivo dell'offerta. Occorre curare con particolare attenzione tutte le componenti che sostengono questo elemento di unicità: sentieristica (segnaletica, manutenzione), punti avvistamento fauna selvatica, musei e aree faunistiche, escursioni guidate ed educazione ambientale, qualità ambientale del territorio (lago). Alcuni elementi di eccellenza sotto l'aspetto ambientale potrebbero essere implementati (bioedilizia, energie rinnovabili, etc.).

Le aree faunistiche (e il museo), che dovrebbero rappresentare un elemento di rafforzamento dell'identità distintiva del comune, non raggiungono un adeguato livello di apprezzamento.

Un miglioramento qualitativo dell'offerta commerciale e della ristorazione (per quanto riguarda l'attenzione alla tipicità e ai consumatori con esigenze particolari) può migliorare la percezione complessiva del soggiorno.

Le infrastrutture sportive non sembrano avere un ruolo chiave nella percezione del turista (andrebbero progettate su base comprensoriale e non comunale). Vi è invece la richiesta di piste ciclabili (lago?) e noleggio biciclette; in generale dovrebbe essere incrementata l'offerta di servizi per la fruizione turistica (educazione ambientale, guide, animazione).

La mobilità pubblica è un fattore limitante sia per raggiungere Civitella sia per i movimenti all'interno del Parco. Poiché la fruizione turistica è fortemente integrata con le altre località dell'Alta Val di Sangro un servizio di bus navetta (integrato con i percorsi pedonali e ciclabili) può essere l'unico elemento in grado di offrire un'alternativa all'uso dell'automobile.

4. LA FORMAZIONE CONTINUA PER GLI OPERATORI

Nell'ambito del progetto è stato svolto un ciclo di seminari, volto ad approfondire alcune tematiche emerse come bisogno formativo da parte degli operatori partecipanti al percorso. Gli incontri sono stati complessivamente cinque e hanno avuto la durata di tre ore ciascuno. Tutti i seminari hanno avuto carattere laboratoriale e sono stati in grado di sollecitare un dibattito aperto e costruttivo. Hanno costituito inoltre una fase propedeutica e di affiancamento allo svolgimento dei tavoli di lavoro.

Progetti partecipati di turismo sostenibile metodi di lavoro e casi di successo

Questo tema è stato trattato da Francesca Conti, co-founder dell'Associazione ActaNet di Milano e responsabile, all'interno della stessa, dei settori "Territori sostenibili" e "Itinerari". L'incontro è stato dedicato all'analisi della progettazione partecipata nell'ambito del turismo sostenibile ed è stato finalizzato ad illustrare i principali metodi di lavoro testati con successo da Acta nei diversi territori delle regioni italiane, con particolare riferimento alla tecnica della *heritage interpretation*.

(seminario svoltosi il 16 dicembre 2013)

Modelli e pratiche di turismo sostenibile

Hanno trattato questo tema i ricercatori dell'Istituto di ricerca di Bolzano EURAC Andrea Omizzolo e Anna Scuttari, insieme ad un rappresentante dei giovani albergatori dell'Alto Adige. Sono state messe in evidenza le *best practice* che hanno consentito di valorizzare anche le aree meno battute dal turismo di massa, attraverso strategie di cooperazione tra gli attori, con particolare riferimento alle attività eco-turistiche e sportive alternative allo sci alpino (bike, trekking, sci alpinismo, slittino, ciaspole). È stata evidenziata anche la particolare importanza rappresentata in questo ambito dal ricorso alla mobilità soft, anche attraverso pratiche di intermodalità e di bigliettazione integrata.

(seminario svoltosi il 6 marzo 2014)

Il turismo sostenibile ai tempi del web 2.0.

Nel corso degli ultimi anni, il modo di comunicare il far vacanza è notevolmente cambiato, così come le modalità di promozione e di destination marketing, sempre più indirizzati alla condivisione di esperienze e allo storytelling dei luoghi. Ha affrontato questo tema Ilaria Barbotti, Social media strategist, co-founder di #exploringMarche e presidente della comunità italiana degli Instagramers. Un particolare focus è stato rivolto alle potenzialità offerte da Instagram e all'importanza comunicativa assunta ormai dalle comunità di igers (gli utenti della nota app) in termini di condivisione in tempo reale di immagini e di testimonianze fotografiche raccolte sui luoghi meta di viaggio. Durante l'incontro si è voluta sottolineare l'importanza, soprattutto per il turismo delle aree interne, di guardare ai social network e al web 2.0 come nuovi strumenti per la valorizzazione del territorio in cui si opera. Si tratta di nuove forme di comunicazione che, oltre ad abbassare i costi della promozione, risultano più efficaci ed immediate poiché mirano alla condivisione con un ampio pubblico di utenti di esperienze di viaggio contraddistinte da unicità e da forte carattere emozionale.

(seminario svoltosi il 29 marzo 2014)

Fauna selvatica ed esperienza turistica

In un'area protetta la fauna selvatica costituisce uno dei principali attrattori in termini di arrivi turistici. Soprattutto quando, come nel caso di Civitella Alfedena e di altri comuni prossimali, questa ha raggiunto degli alti livelli di confidenza con la presenza antropica. Dino Scaravelli, zoologo della Università di Bologna, ha illustrato luci ed ombre di questo aspetto, mettendo in evidenza l'importanza della educazione ambientale da riservare al turista. Quest'ultimo, infatti, se adeguatamente sensibilizzato, può anche svolgere un importante ruolo di mediazione tra la fruizione del territorio a scopi vacanzieri e la ricerca, contribuendo ad attività di monitoraggio della fauna stessa.

(seminario svoltosi il 14 luglio 2014)

La gestione dell'incoming in area protetta. Organizzazione e qualità dell'offerta.

Questo importante tema è stato trattato da Antonio Stroveglia, direttore tecnico del T. O. Wolftour e la sua diretta collaboratrice Federica Giuliani, esperta nella organizzazione di pacchetti turistici. Molti gli argomenti e gli spunti di interesse emersi nel corso del workshop, con particolare riferimento alla qualità dell'offerta che questi luoghi possono offrire, in termini di unicità del paesaggio, dell'ambiente, della cultura. Dopo aver raccontato ai presenti la loro esperienza di giovani T.O. specializzati nella progettazione del turismo delle aree interne, i professionisti di Wolftour hanno illustrato i loro metodi di promozione dei territori e le attività svolte, soprattutto nell'ambito della comunicazione con i T.O. internazionali. Ancora una volta, nell'analisi delle più efficaci strategie di intervento, è emersa la necessità di "fare rete territoriale" per poter giungere ad una offerta il più integrata possibile e attenta alla valorizzazione delle caratteristiche peculiari dei luoghi.

(seminario svoltosi il 28 novembre 2014)

5. I TAVOLI DI PROGETTAZIONE PARTECIPATA

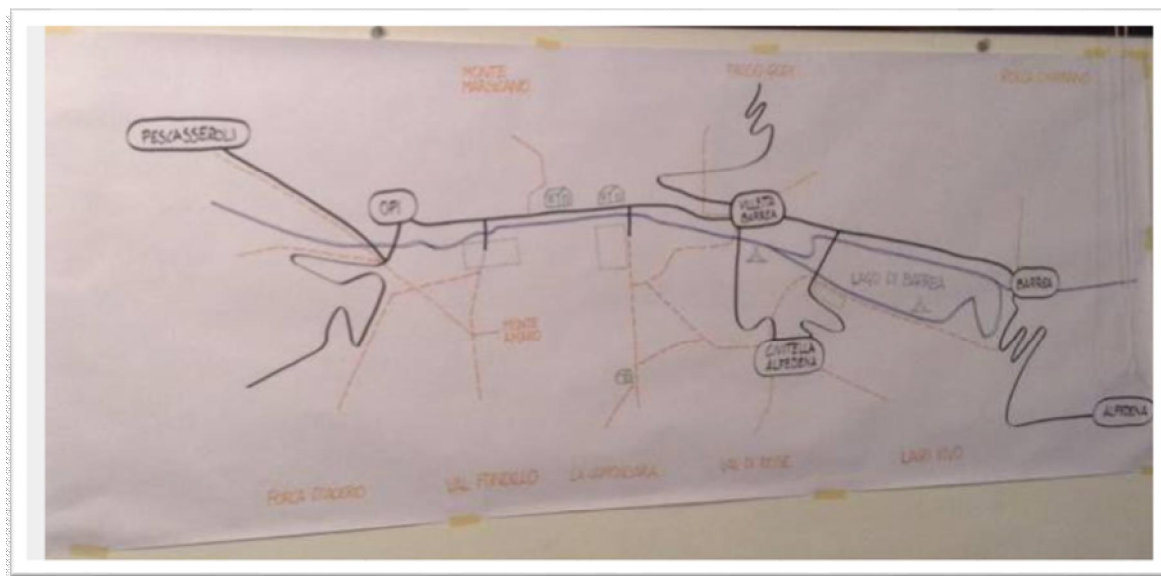
Obiettivi e risultati attesi

I tavoli di progettazione partecipata hanno rappresentato la fase centrale, più delicata e impegnativa dell'intero percorso di ricerca. Grazie all'adozione della metodologia partecipativa legata alla Open Space Technology, sono stati organizzati dei gruppi di lavoro per la elaborazione di una proposta di riorganizzazione e di innovazione del sistema turistico locale nel suo complesso, in termini sia di miglioramento dell'esistente che di sviluppo di nuovi prodotti. L'uso di questo metodo ha consentito di perseguire un duplice obiettivo: (1) da un lato quello di rafforzare il dialogo e il confronto tra gli operatori partecipanti (2) dall'altro quello di elaborare e sviluppare una vision condivisa, come proiezione di un'immagine di futuro coerente con le risorse in dotazione del territorio.

I risultati attesi invece hanno riguardato la possibilità di progettare insieme "nuovi prodotti turistici", tesi ad interessare il territorio nel suo complesso. In altre parole, l'idea guida di questo step è stata quella di proporre servizi e pacchetti non limitati all'offerta di ogni singola struttura ma legati alla cooperazione tra un gruppo di operatori, ognuno coinvolto in un diverso settore del "sistema-ospitalità". Ciò come base per mirare verso la strutturazione di "prodotti turistici territoriali", ossia di un'offerta integrata che, coniugando la ricettività alla ristorazione, alle attività di leisure (sport e ricreazione in genere) e alle proposte culturali (sistema degli eventi e offerta museale), potesse al contempo veicolare un'immagine di territorio più omogenea e forte dal punto di vista del branding turistico. Questo modo di lavorare favorisce la elaborazione di un'offerta più complessa e targettizzata che - connettendo le strutture economiche a quelle sociali, culturali, naturali ed umane - sostiene una interdipendenza multidimensionale e promuove un'idea di turismo basata sulle risorse locali e sulla collaborazione tra gli attori sociali locali.

I tavoli di lavoro sono stati complessivamente 4: di cui tre svolti nel periodo giugno – luglio 2014 e un quarto (di sintesi e condivisione dei risultati) ad ottobre.

Tavolo 1



Nel corso di questo primo tavolo di progettazione partecipata, lo strumento di lavoro fondamentale è stato rappresentato da una mappa semplificata del territorio, nella quale i ricercatori si sono limitati ad indicare le principali emergenze paesaggistiche ed architettoniche.

Gli operatori partecipanti hanno completato la tavola con l'indicazione delle principali attrazioni turistiche e dei servizi offerti nelle diverse località. Tale lavoro è stato perfezionato anche nel corso dei successivi incontri da parte di nuovi partecipanti. In ogni caso, non sono state presenti testimonianze di Pescasseroli, Alfedena, Scontrone, Scanno. Questo il motivo per cui la mappatura di tali località potrebbe risultare sottodimensionata ed incompleta. Un discorso a parte va riservato alle attività ricettive e ristorative, che non sono state volutamente indicate nel dettaglio, ma riportate soltanto nella loro dimensione complessiva.

Gli schemi sinottici che seguono riportano nel dettaglio l'elenco dei servizi mappati, area per area.

Area: Civitella Alfedena – Centro storico			
Alberghi / Ristoranti / Campeggio / B&B / Bar			
Strutture museali Museo del lupo Museo del tratturo	Strutture/attività sportive Campo da tennis Palestra da arrampicata	Centri culturali/servizi sociali Teatro/cinema/centro culturale Centro polifunzionale Centro bocciofilo Parco Giochi Scuola di shiatsu Cooperativa sociale	Attività produttive/commerciali Azienda apistica Punti vendita di prodotti tipici Centro estetico Negozio di souvenir
Percorsi naturalistici Area faunistica del lupo Area faunistica della lince Sentiero natura di Colle Pizzuto Percorsi di Sci alpinismo	Eventi Presepe e fiaccolata Folk Festival Festival dialettale	Strutture di servizio al turismo Rifugio di Forca Resuni	Altre attrazioni

Area: Lago di Barrea			
Strutture museali Area archeologica (necropoli)	Strutture/attività sportive Nolo canoe (3) Nolo bici Pesca sportiva Anello ciclabile (parziale)	Centri culturali/servizi sociali	Altre attrazioni

	Nolo cavalli (2) Nolo pedalò		
Percorsi naturalistici Birdwatching Tratturo Pescasseroli-Candela	Eventi	Strutture di servizio al turismo Camper service Casone Colle Ciglio Campeggio Area pic-nic Spiaggia	Attività produttive/commerciali Punto ristoro (3)

Area: Barrea - Centro storico Alberghi / Ristoranti / Campeggio / B&B / Bar			
Strutture museali Castello	Strutture/attività sportive Campo da calcio Scuola di sci di fondo	Centri culturali/servizi sociali Lo Studio (Benedettini) Mappa comunità Antiquarium Safini	Altre attrazioni Pasetta (local person)
Percorsi naturalistici Escursionismo Area rapaci e sentiero Tratturo Pescasseroli-Candela	Eventi	Strutture di servizio al turismo Educazione ed interpretazione ambientale Ufficio turistico	Attività produttive/commerciali

Area: Villetta Barrea Alberghi / Ristoranti / Campeggio / B&B / Bar			
Strutture museali Museo dell'acqua Museo della transumanza	Strutture/attività sportive Scuola di arti marziali Palestra di roccia Campo di calcio Scuola escursionistica	Centri culturali/servizi sociali Archeo club Parco giochi Gruppo di protezione civile	Altre attrazioni
Percorsi naturalistici Pineta di Pino nero Centro visita del daino Ciaspole e sci alpinismo	Eventi Feste popolari	Strutture di servizio al turismo Centro visita del Parco Rifugi (Passo godi) (5)	Attività produttive/commerciali Enoteca <i>Vallis Regia</i> Caseificio biologico

(Passo Godi)		Scuola escursionistica	Agriturismo Stazzo dei pastori con produzione stagionale di formaggio
--------------	--	------------------------	--

Area: Camosciara			
Strutture museali	Strutture/attività sportive Nolo bici Nolo cavalli	Centri culturali/servizi sociali Casale Antonucci (Parco) Centro di educazione ambientale (Forestale)	Altre attrazioni Grotta preistorica
Percorsi naturalistici Escursioni Tratturo Pescasseroli – Candela Sentiero botanico	Eventi	Strutture di servizio al turismo Punto informatico comunale Trenino turistico Area pic-nic Guide escursionistiche Casa cantoniera comunale (chiusa)	Attività produttive/commerciali Bar ristoro Bar (2)

Area: Val Fondillo			
Strutture museali Centro visita delle foreste Area archeologica	Strutture/attività sportive Nolo cavalli Tiro con arco	Centri culturali/servizi sociali Centro residenziale/sportivo del Parco Foresteria del Parco	Altre attrazioni
Percorsi naturalistici Tratturo Pescasseroli – Candela	Eventi	Strutture di servizio al turismo Area pic-nic Centro escursioni Punto informativo Rifugio Sfranatara Rifugio Valle Fredda	Attività produttive/commerciali Bar ristoro

Area: Opi			
Alberghi / Ristoranti / Campeggio / B&B / Bar			
Strutture museali Museo dello sci Museo del camoscio	Strutture/attività sportive	Centri culturali/servizi sociali	Altre attrazioni
Percorsi naturalistici Area faunistica del camoscio Macchiarvana – sci da fondo	Eventi	Strutture di servizio al turismo	Attività produttive/commerciali Allevamento Prodotti caseari Prodotti apistici

Area: Pescasseroli			
Alberghi / Ristoranti / Campeggio / B&B / Bar			
Strutture museali Centro visita del Parco Palazzo Sipari Castel mancino	Strutture/attività sportive Palazzetto dello sport Nolo cavalli Impianti sciistici Bikesharing	Centri culturali/servizi sociali Cinema	Altre attrazioni
Percorsi naturalistici Santuario di Monte Tranquillo	Eventi “Montagna a sei zampe”	Strutture di servizio al turismo Guide escursionistiche Rifugio del diavolo Rifugio Prato Rosso Rifugio della Cicerana Rifugio di Iorio	Attività produttive/commerciali Produzioni tipiche Artigianato (legno, cuoio, ferro e ceramica)

Area: Alfedena / Scontrone			
Alberghi / Ristoranti / Campeggio / B&B / Bar			
Strutture museali Casa museo cultura contadina Museo paleontologico Torre e palazzo De Amicis Museo dei Sanniti	Strutture/attività sportive Campo da calcio Nolo cavalli	Centri culturali/servizi sociali Associazione pro-loco	Attività produttive/commerciali Apicoltura

Percorsi naturalistici Geosito Tratturo Pescasseroli-Candela Lago della Montagna Spaccata	Eventi	Strutture di servizio al turismo Rifugio Campitelli Rifugio del Falco	Altre attrazioni Murales Acqua termale
--	---------------	--	---

Area: Scanno Alberghi / Ristoranti / Campeggio / B&B / Bar			
Strutture museali	Strutture/attività sportive Nolo bici Impianti sciistici	Centri culturali/servizi sociali	Attività produttive/commerciali Arte orafa Artigianato tombolo Prodotti apistici Allevamento e prodotti caseari
Percorsi naturalistici Lago Pista ciclabile	Eventi	Strutture di servizio al turismo	Altre attrazioni Costume storico Frattura vecchia (paese abbandonato)

(Data svolgimento Tavolo: 12 giugno 2014)

Tavolo 2







Titolo: la TUA proposta per la riorganizzazione dell'offerta turistica




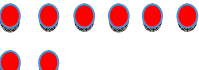
Nel corso di questo secondo tavolo gli operatori sono stati invitati ad esprimere una propria valutazione sull'attuale sistema turistico locale. Gli interventi si sono svolti nel corso di due azioni distinte. In un primo momento è stato chiesto loro di segnalare con dei bollini celesti i servizi e/o le aree ritenute più strategiche in termini di attrattività turistica. Mentre in una seconda fase sono stati chiamati ad evidenziare, tramite l'uso di bollini rossi, le maggiori criticità, sempre relativamente a servizi e/o aree. Ogni singolo operatore disponeva di n. 5 bollini che potevano essere utilizzati con una combinazione a scelta (es. applicando tutti i bollini su un unico punto oppure distribuendoli su più punti).

Di seguito vengono riportati in modo sintetico i risultati delle due azioni.

Area: Civitella Alfedena			
Località/servizio	n. bollini blu	n. bollini rossi	Note
Aree faunistiche	● ● ● ● ● ●	●	<ul style="list-style-type: none"> - aree faunistiche da innovare (es. postazioni per fotografi, webcam) - area della lince senza manutenzione - attrattività delle aree in base al tipo di animale - manca una integrazione con il sistema dell'accoglienza del paese



Folk festival			
Centro storico			- manca la rete tra gli operatori
Museo del tratturo			- è chiuso
Centro polifunzionale			
Campo da tennis			
Presepe e fiaccolata			- non adeguatamente promossi

Area: Lago di Barrea



Località/servizio	n. bollini blu	n. bollini rossi	Note
Lago			<ul style="list-style-type: none"> - manca una pista ciclabile completa - il percorso è solo per esperti - variabilità del livello dell'acqua (Enel) - manca il servizio offerta sport a vela - mancano il rapporto e la connessione con i centri storici

Un discorso a parte va riservato al Lago di Barrea, poiché, nonostante l'alto livello di attrattività, peraltro riconosciuto dagli operatori, l'area risulta sottoutilizzata, soprattutto se si considera l'alta potenzialità che potrebbe avere nel connettere ben tre paesi (Civitella Alfedena, Barrea, Villetta Barrea). Nel corso dell'incontro è stata più volte esplicitata la mancanza di queste connessioni, sia in termini strutturali (percorsi pedonali e ciclabili da e per i paesi) sia in termini funzionali (di offerta di servizi connessi e complementari).

Area: Camosciara

Località/servizio	n. bollini blu	n. bollini rossi	Note
Camosciara			
Area pic-nic			<ul style="list-style-type: none"> - Area e servizi igienici da sistemare - Manca acqua potabile

Area: Val Fondillo

Località/servizio	n. bollini blu	n. bollini rossi	Note
Val Fondillo			<ul style="list-style-type: none"> - Mancano i servizi - Manca interpretazione ambientale - Non viene raccontata la storia del luogo (segheria, necropoli) - Sottoutilizzo delle possibilità

			escursionistiche sul fondo valle
Centro sportivo-residenziale PNALM			- Cambiare destinazione d'uso (ospitalità per gruppi)
Foresteria PNALM			
Rifugio Sfranatara			- Non utilizzabile

Area: Villetta Barrea / Passo Godi

Località/servizio	n. bollini blu	n. bollini rossi	Note
Passo Godi (stagione invernale)			- Servizi per gli sport invernali scarsi - Anello di fondo e altre infrastrutture sottoutilizzate
Caseificio biologico			

Area: Barrea

Località/servizio	n. bollini blu	n. bollini rossi	Note
Centro storico			

Area: Alfedena - Scontrone



Località/servizio	n. bollini blu	n. bollini rossi	Note
Rifugio del Falco			
Museo/necropoli dei Sanniti (Alfedena)			
Centro storico (Scontrone)			






Area: Scanno



Località/servizio	n. bollini blu	n. bollini rossi	Note
Centro storico			

Area: Opi

Località/servizio	n. bollini blu	n. bollini rossi	Note
Centro storico			Scuole non utilizzate Vecchie stalle non utilizzate

Macchiarvana (sci da fondo)			
-----------------------------	---	---	--

Area: Pescasseroli			
Località/servizio	n. bollini blu	n. bollini rossi	Note
Centro visite PNALM			
Produzioni tipiche			
Impianti sportivi			
Rifugio del diavolo			- Manca la rete dei rifugi - In generale la situazione dei rifugi è un punto problematico

Area: Centri storici			
Località/servizio	n. bollini blu	n. bollini rossi	Note
Centri storici			Manca il coordinamento tra i comuni Manca una rete di servizi pubblici e di trasporto Manca un sistema efficace di promozione territoriale Manca la capacità di raccontare la storia/tradizione locale (transumanza, attività boschive) Il tratturo non funziona più come elemento di connessione Manca la rete dei servizi sportivi (escursioni a cavallo, nolo bici)
Rete dei musei			Manca un sistema museale / dei centri visita

In sintesi, dal lavoro svolto, si possono trarre alcune riflessioni di carattere più generale, trasversali rispetto a quelle evidenziate per le singole aree:

- si rileva una generale sottoutilizzazione/inadeguatezza dei poli di attrazione legati al turismo invernale (prevalenza di "bollini rossi"): impianti sciistici di Pescasseroli, strutture sci da fondo e altri sport invernali di Passo Godi e Macchiarvana;
- si fa presente che le singole strutture museali, come pure i singoli centri storici, le aree faunistiche e i centri visita potrebbero trarre un significativo miglioramento nella fruizione e un aumento di interesse se organizzati in un sistema interconnesso di rete;

- il Lago di Barrea, che rappresenta di per sé un importante elemento di attrazione e di caratterizzazione territoriale (numerosità dei "bollini blu"), situato come è al convergere di tre comuni, non costituisce ad oggi uno strumento di connessione, né dal punto di vista dei percorsi (pedonali, ciclabili ecc.), né dal punto di vista dei servizi (manca un'offerta integrata sia a livello di lago che con i centri storici adiacenti);
- i maggiori poli di attrazione turistico-ambientale (Camosciara, Lago di Barrea, Val Fondillo) non sono connessi né tra loro né con i centri storici, soprattutto in termini di mobilità alternativa all'automobile, di integrazione dell'offerta di servizi al turismo, di comunicazione e di promozione;
- si evidenzia la necessità di migliorare la connessione infrastrutturale tra i punti di attrazione e le varie località, sia attraverso interventi legati alla mobilità dolce (ippovie, percorsi pedonali, ciclovie, completamento di tratte) sia attraverso la predisposizione di servizi pubblici/privati di spostamento su strada alternativi all'uso dell'auto privata che siano a basso impatto;
- si manifesta la necessità di migliorare i servizi per la fruizione turistica nelle aree di maggiore attrazione estiva (Camosciara, Lago di Barrea, Val Fondillo), principalmente attraverso la riqualificazione e rifunzionalizzazione dell'esistente.

(Data svolgimento Tavolo: 7 luglio 2014)

Tavolo 3

Titolo: Comunica le TUE proposte e presenta le tue idee

Il terzo tavolo di progettazione si è posto l'obiettivo di lavorare su un percorso specifico, suggerito dalle seguenti domande-guida:

Che cosa manca al sistema turistico attuale?

Che cosa faresti per migliorarlo?

Quali servizi possono essere ripensati?

Quali sono le strategie per innovare?

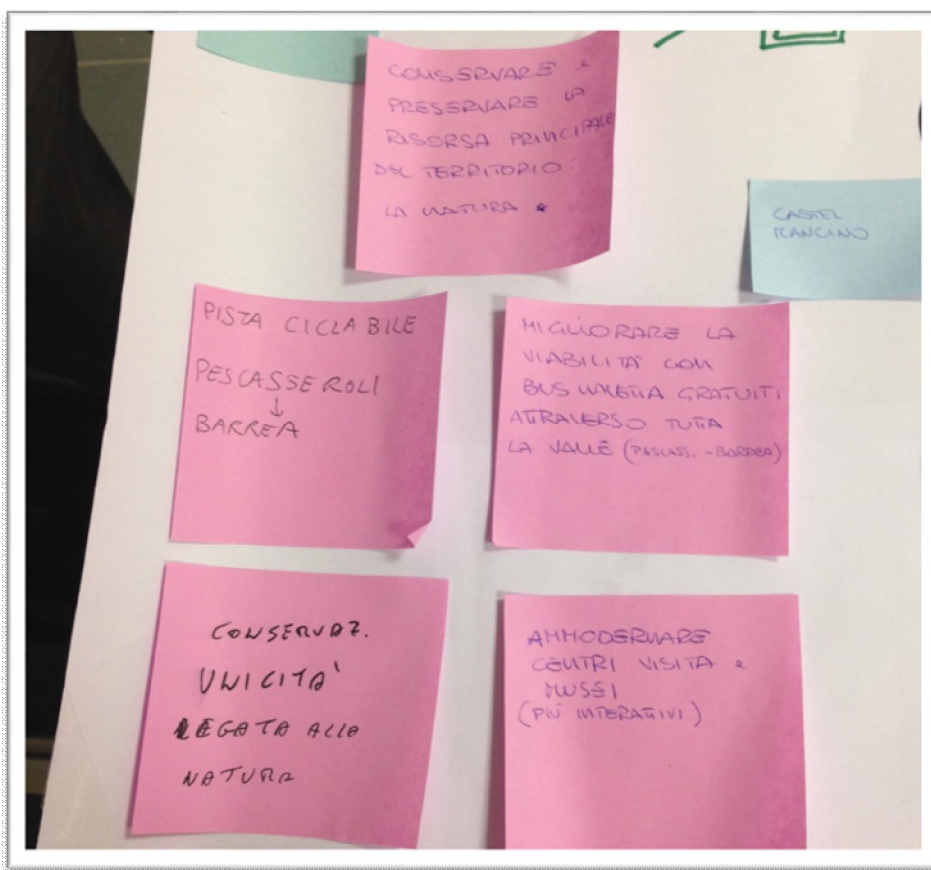
Come si può qualificare l'offerta?

Anche sulla base delle riflessioni emerse nel corso dei precedenti tavoli di progettazione, gli operatori hanno lavorato presentando le loro proposte per il miglioramento del sistema turistico locale su degli appositi post-it accompagnati da dibattito pubblico.

Si riporta in elenco la citazione fedele delle IDEE PROPOSTE da ciascun partecipante:

- migliorare la qualità della ristorazione e della ricettività
- conservare e preservare la risorsa principale del territorio: la natura
- pista ciclabile Pescasseroli-Barrea
- migliorare la viabilità con bus navetta gratuiti attraverso tutta la Valle (Pescasseroli-Barrea)
- ammodernare i centri visita e i musei (renderli maggiormente interattivi)
- un parco più presente e propositivo
- valorizzare il Lago con sinergia tra i comuni, attraverso attività sportive, anche per i residenti
- l'impegno maggiore da parte dei comuni a lavorare insieme
- favorire la sinergia tra i portatori di interesse

- sviluppare offerte di servizi per i disabili
- collaborazione (rete) tra tutti gli operatori per promozione, scambio, integrazione dei servizi
- rete di percorsi mountain bike e cavalli (collegamento tra paesi)
- un parco accessibile
- rete tra gli operatori per: diversificare le offerte, specializzazione degli operatori, proposte condivise, formazione, compagnia delle guide
- completamento della pista ciclabile intorno al lago adatta a tutti
- servizio bus di collegamento
- miglioramento delle strade
- rete punti di accoglienza per associazioni di volontariato, scout e protezione civile
- informazioni multilingue
- pulizia e manutenzione dei sentieri
- ritorno alla coltivazione dei campi
- rispettare gli orari di apertura dei servizi
- punti di avvistamento della fauna selvatica accessibili
- palazzetto del ghiaccio
- sentiero di collegamento pedonale/ciclabile Camosciara-Val Fondillo



(Data svolgimento Tavolo: 15 luglio 2014)

Tavolo 4

Titolo: Dalle proposte ai progetti

Come suggerisce il titolo dell'evento "Dalle proposte ai progetti", l'obiettivo di questo incontro è stato quello di tradurre in progetti reali le proposte e le idee che gli operatori turistici hanno presentato nel corso dei tre precedenti tavoli di lavoro. Obiettivo di questo quarto incontro è stato quello di giungere alla elaborazione dettagliata di nuovi servizi/prodotti turistici da sottoporre all'attenzione del mercato nazionale ed internazionale, grazie anche alla collaborazione diretta con il T.O. abruzzese WolfTour. Al fine di guidare al meglio il lavoro, ogni tavolo è stato munito della seguente scheda-lavoro.

Il punto di partenza è la messa a miglioramento dell'esistente e l'ottimizzazione delle risorse già presenti in loco.

The image shows two versions of a project planning form. The left version is a general report template with sections for 'REPORT TAVOLO', 'Prodotto/servizio proposto', 'A quale obiettivo si intende mirare', 'Target di riferimento', 'Strategie di integrazione tra servizi (interni all'area)', and 'Strategie di integrazione tra aree e/o con i centri storici'. The right version is a more detailed form with sections for 'Strategie di promozione', 'Chi fa, cosa' (a table with columns: Referente, Attività da svolgere, Come, Tempistica), 'Referente del gruppo di lavoro' (a table with columns: Nome e cognome, Impresa/ente, Telefono, e-mail), and 'Partecipanti' (a table with columns: Nome e cognome, Impresa/ente, Telefono, e-mail).

I due progetti/prodotti sui cui si è ragionato in modo più strutturato sono stati:

- 1) **Tratturo e mobilità di dolce:** partendo dalla rifunzionalizzazione del tratturo come direttrice di valorizzazione, si intende sperimentare nuovi prodotti turistici basati sul ricorso alla soft mobility
- 2) **Rete virtuale delle strade dell'Alto Sangro:** a supporto del primo progetto si intende mappare tutti i percorsi in modo tale da condividerli anche in rete.

Tutte le strategie di promozione dei suddetti progetti saranno basate su quattro principi chiave:

- 1) individuazione e diffusione di un **marchio** condiviso
- 2) allineamento da parte di tutti gli operatori su un unico standard di qualità (condiviso)
- 3) targettizzazione dei prodotti
- 4) promozione di rete attraverso un sistema condiviso di qualità (per esempio: carta dei servizi)

Questo nuovo *modus operandi* potrà essere sperimentato a partire da 1-2 prodotti stagionali. Un primo pacchetto individuato potrebbe essere "La Valle dei presepi".

(Data svolgimento Tavolo: 16 ottobre 2014)

6. LA VISIONE

Dal lavoro svolto si possono trarre alcune riflessioni di carattere più generale, inerenti la visione, che, a partire da una analisi delle maggiori criticità del sistema, si sviluppa in direzione di alcuni interventi di miglioramento, che non possono non tener conto di quanto già affrontato e proposto in sede degli strumenti di programmazione d'area, quali il Piano Pluriennale Economico e Sociale (PPES) e la Carta Europea del Turismo Sostenibile (CETS) elaborati dal Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise.

6.1. Nodi critici

Dall'analisi effettuata durante i Tavoli di lavoro, attraverso l'individuazione delle aree e delle attrazioni strategiche per il territorio e delle criticità e dei limiti dell'offerta, in base ai principi discussi e generalmente condivisi nel corso degli incontri, è stato elaborato un primo elenco di nodi critici da affrontare per una migliore strutturazione dell'offerta turistica.

Ulteriori elementi di criticità e potenziale miglioramento sono stati individuati attraverso l'analisi a tavolino dei trend della domanda turistica e soprattutto attraverso l'analisi dei questionari compilati dai turisti nell'indagine diretta realizzata presso l'area servizi della Camosciara e le strutture ricettive di Civitella Alfedena, nonché dai suggerimenti evidenziati dai turisti stessi.

Il focus è individuato nel comune di Civitella Alfedena ma molti dei nodi evidenziati prevedono di assumere un'ottica di integrazione territoriale.

Questi i principali nodi critici individuati:

- **nuovi target:** vi è l'esigenza di raggiungere nuovi target; gli arrivi e le presenze tendono a diminuire nel lungo periodo, vi è una elevata concentrazione della provenienza dei turisti dalle regioni limitrofe, una troppo bassa percentuale di turisti stranieri, con il periodo invernale non ancora sufficientemente organizzato. Tutto ciò si riflette su un tasso di occupazione delle strutture ricettive troppo basso e una non adeguata redditività. Occorre quindi mettere in campo tutte le azioni necessarie per raggiungere nuovi target di domanda basati sugli elementi distintivi e di unicità del territorio;
- **connessione dei poli di attrazione:** i maggiori poli di attrazione turistico-ambientale (Camosciara, Lago di Barrea, Val Fondillo) non sono connessi né tra loro né con i centri storici, soprattutto in termini di mobilità alternativa all'automobile, di integrazione dell'offerta di servizi al turismo, di comunicazione e di promozione;
- **fruizione del lago:** il Lago di Barrea, che rappresenta di per sé un importante elemento di attrazione e di caratterizzazione territoriale, situato come è al convergere di tre comuni, non costituisce ad oggi uno strumento di connessione, né dal punto di vista dei percorsi (pedonali, ciclabili ecc.), né dal punto di vista dei servizi (manca un'offerta integrata sia a livello di lago che con i centri storici adiacenti);
- **aree faunistiche:** le singole strutture museali, le aree faunistiche e i centri visita non rappresentano oggi un elemento distintivo e di qualificazione dell'offerta turistica (non è sufficiente che il turista sia "abbastanza soddisfatto" perché diventino elementi primari di attrazione); potrebbero trarre un significativo miglioramento nella fruizione e un aumento di interesse se organizzati in un sistema interconnesso di rete; andrebbero anche sviluppati elementi di innovazione e di eccellenza;
- **turismo invernale:** si rileva una generale sottoutilizzazione/inadeguatezza, a livello di comprensorio, dei poli di attrazione legati al turismo invernale: impianti sciistici di Pescasseroli, strutture sci da fondo e altri sport invernali di Passo Godi e Macchiarvana;
- **mobilità dolce:** si evidenzia la necessità di migliorare la connessione infrastrutturale tra i punti di attrazione e le varie località, sia attraverso interventi legati alla mobilità dolce (ippovie, percorsi pedonali,

- ciclovie, completamento di tratte) sia attraverso la predisposizione di servizi pubblici/privati di spostamento su strada alternativi all'uso dell'auto privata che siano a basso impatto;
- **servizi nei poli di attrazione:** si manifesta la necessità di migliorare i servizi per la fruizione turistica nelle aree di maggiore attrazione estiva (Camosciara, Lago di Barrea), principalmente attraverso la riqualificazione e rifunzionalizzazione dell'esistente;
 - **prodotti agroalimentari tipici:** l'acquisto di prodotti tipici è uno degli aspetti maggiormente ricercati dal turista; un'offerta maggiormente diversificata e caratterizzata sia da parte della ristorazione che degli esercizi commerciali può aumentare la soddisfazione complessiva del soggiorno;
 - **contatto con la natura:** la qualità naturalistica è l'elemento più forte di attrazione e quello meglio percepito, rappresenta l'aspetto distintivo dell'offerta. Occorre curare con particolare attenzione tutti gli elementi che sostengono questo elemento di unicità: sentieristica (segnaletica, manutenzione), punti avvistamento fauna selvatica, musei e aree faunistiche, escursioni guidate ed educazione ambientale, qualità ambientale del territorio; occorre che gli operatori turistici e i cittadini in generale siano in grado di dare ai turisti adeguate informazioni su come rapportarsi alla fauna selvatica;
 - **ricerca dell'eccellenza:** la soddisfazione del soggiorno è in genere elevata, ma non emerge una particolare qualità né disponibilità dei servizi: i turisti ne sono mediamente "abbastanza soddisfatti", ma questo può non essere sufficiente in un contesto fortemente competitivo. Occorre fare uno sforzo per tradurre il senso di accoglienza ed ospitalità – generalmente molto apprezzato - in effettivo miglioramento della qualità delle prestazioni turistiche;
 - **infrastrutture sportive:** non sembrano avere un ruolo chiave nella percezione del turista, dovrebbero essere progettate su base comprensoriale per migliorare l'attrattività dell'area parco anche in questo senso. Emerge invece la richiesta esplicita di piste ciclabili, sia nell'accezione sportiva che di mobilità dolce;
 - **qualità ambientale:** un turista altamente sensibile agli elementi naturalistici (che rappresenta il target principale di riferimento) è attento anche a specifici aspetti di eccellenza in campo ambientale, quali l'uso di fonti di energia alternativa, mezzi di trasporto a basso impatto ambientale, adeguata cura degli aspetti ambientali e paesaggistici, bio-edilizia e attenzione al risparmio energetico, etc.;
 - **target con esigenze specifiche:** un elemento di attenzione rilevato come carente è quello ai target con esigenze specifiche quali l'infanzia (menù bambini, parchi giochi, allestimenti museali dedicati, etc.), i soggetti con allergie nella ristorazione, etc. Anche questi aspetti contribuiscono alla costruzione dell'eccellenza nell'offerta dei servizi.

6.2. Principi-guida del processo partecipativo

- a) **Qualità dell'ambiente/natura:** ogni prodotto/servizio turistico mirerà a mettere in luce la sostenibilità ambientale e a promuovere l'alta qualità del paesaggio naturalistico, degli habitat e della biodiversità.
- b) **Qualità dei servizi:** tutti i servizi saranno basati sul riconoscimento condiviso della qualità. Attraverso la collaborazione tra gli operatori si potrà stabilire dei principi di qualità da rispettare nei vari servizi in modo unitario. Uno strumento in tal senso potrebbe essere rappresentato dalla elaborazione di una "Carta della qualità dei servizi". La buona qualità sarà la condizione base per poter meglio orientare le scelte di un turista responsabile ed agevolare la targetizzazione, evitando il fenomeno del ribasso dell'offerta.
- c) **Unitarietà del territorio:** l'idea di fondo di questo principio è educare il turista a vedere e vivere il Parco come un sistema d'accoglienza unitario, contraddistinto da tratti identitari omogenei e coerenti

con il territorio. Pertanto l'offerta va analizzata e progettata in questa ottica al fine di soddisfare l'esigenza emergente di territorialità del prodotto turistico.

- d) **Coordinamento delle attività e delle iniziative esistenti:** al fine di soddisfare al pieno il principio di cui al punto precedente, tutti gli operatori dovranno collaborare, ognuno cercando di mettere a disposizione degli altri la propria competenza, integrando al meglio l'offerta. Però, affinché il lavoro di progettazione partecipata possa essere portato avanti in modo efficace sono necessari un gruppo di coordinamento e la suddivisione dei compiti in eventuali sottogruppi di lavoro (tematici e/o professionali).
- e) **Condivisione delle strategie:** questo principio parte dal presupposto basilare secondo cui, anche nel turismo, "l'unione fa la forza". Strategie di comunicazione, di marketing e di promozione hanno maggiore efficacia (soprattutto in termini di raggiungimento del target) se veicolate in modo coordinato da un gruppo collettivo di operatori, piuttosto che da un singolo
- f) **Co-progettazione delle attività e dei servizi:** questo principio si muove sulla base dell'idea che "si può creare valore anche solo partendo dall'esistente". Mettendo a disposizione del territorio la propria capacità e le proprie risorse in termini di servizi offerti e di attività da svolgere, si può portare avanti un lavoro di progettazione condivisa e, conseguentemente, giungere alla elaborazione di "prodotti turistici territoriali".
- g) **Co-learning:** il lavoro di co-progettazione e di collaborazione può configurarsi come un ambiente di apprendimento facilitato e basato sulla natura educativa del contesto di azione. Ciò consente di uscire dai rischi dell'autoreferenzialità e dell'isolamento individuale per avviarsi invece verso una costruzione di comunità collettiva auto-apprendente. In questo modo gli operatori si sostengono a vicenda nello sviluppo di nuove conoscenze, competenze e abilità utili a raggiungere più alti livelli di performance imprenditoriale.
- h) **Innovazione:** il maggior punto di criticità nell'offerta di Civitella Alfedena degli ultimi decenni è stato proprio la mancanza di innovazione. Per uscire dal rischio di non essere al passo con i tempi è necessario pensare ad un'offerta in grado di soddisfare le nuove esigenze dei turisti contemporanei, soprattutto in termini di disponibilità di informazioni, di "valore territoriale" del prodotto, di content sharing tecnologico, di autenticità, di integrazione dei servizi e di comfort delle strutture ricettive.
- i) **Riposizionamento dell'offerta e innovazione nella commercializzazione dei prodotti turistici:** gli attuali flussi turistici che gravitano su Civitella Alfedena sono mossi soprattutto dal principio di fidelizzazione. È necessaria innovazione anche in tal senso. L'offerta deve perciò innovarsi per potersi ricollocare su mercati nuovi, soprattutto esteri, maggiormente targettizzati, che usano il web come principale canale di vendita, di scelta e di acquisto. A tal fine sarebbe utile anche la collaborazione con T.O. specializzati nella intermediazione del turismo verde e la partecipazione a fiere del settore, come ad esempio la "Destinations Nature" di Parigi.
- j) **Mobilità soft:** l'obiettivo che si vorrebbe raggiungere nella declinazione di questo principio è quello di far muovere il turista all'interno del territorio-parco solo ed esclusivamente attraverso il ricorso ad una mobilità di tipo dolce. Ciò significa in primo luogo mettere in connessione tra loro i percorsi già esistenti attraverso un complesso lavoro di mappatura, quindi prevedere interventi di natura infrastrutturale, a completamento dell'esistente. Andrebbero inoltre potenziati anche l'intera rete del trasporto pubblico (preferibilmente elettrico), dei parcheggi a lunga durata fuori area parco (con servizi di bus navetta), i servizi on demand e il trasporto integrato.

6.3. Coerenza con gli strumenti di programmazione d'area

Coerenza con la Carta Europea del Turismo Sostenibile del Parco

Riteniamo che la Visione proposta nella presente "Agenda" sia coerente sia nei principi che nei contenuti con le Strategie ed il Piano di azione della Carta Europea del Turismo Sostenibile (CETS) definite dall'Ente Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise e che hanno ottenuto nel 2011 il riconoscimento da parte di Europarc per una strategia di durata quinquennale.

L'elemento centrale della Carta è la collaborazione tra tutte le parti interessate a sviluppare una strategia comune ed 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.

La stessa metodologia del presente percorso può essere ricondotta alle parole chiave della CETS: Analisi (diagnosi territoriale), Partecipazione, Visione, Strategie condivise, Azioni concrete.

Il Piano di azione della CETS del Parco è strutturato su sette strategie:

0. Coinvolgere tutti coloro che sono implicati nel settore turistico dell'area protetta, per il suo sviluppo e la sua gestione.
1. Proteggere l'area da uno sviluppo turistico sconsiderato
2. Tutelare e migliorare il retaggio naturale e culturale dell'area
3. Monitorare il fenomeno turistico al fine di garantire un elevato livello di qualità in tutte le fasi della visita
4. Comunicare efficacemente ai visitatori le caratteristiche proprie ed uniche dell'area
5. Per incoraggiare un turismo legato a specifici prodotti che aiutino a conoscere e scoprire il territorio locale
6. Per accrescere i benefici provenienti dal turismo in favore dell'economia locale

Tra gli obiettivi individuati nella CETS - e integrabili al presente progetto - si segnalano i seguenti:

- il controllo e la qualificazione del turismo nelle aree particolarmente sensibili (es. Azione: Valorizzazione del sentiero naturalistico culturale "Colle Pizzuto" a Civitella)
- la riduzione delle attività con effetti negativi sull'ambiente (es. Azione: Linee guida per le "Strutture Turistiche Sostenibili")
- la promozione del trasporto pubblico, della bicicletta e di percorsi a piedi come alternativa all'utilizzo delle auto private (es. Azione: Aree di sosta)
- l'incoraggiamento di attività turistiche che garantiscano il rispetto del patrimonio storico, della cultura e delle tradizioni (es. Azione: Riprogettazione esecutiva degli allestimenti museali)
- la promozione della valorizzazione (e la rivitalizzazione) dei Centri storici
- la riqualificazione e tematizzazione delle strutture a servizio del visitatore (es. Azione: Valorizzazione dei "Rifugi del Parco")
- lo sviluppo di diverse tipologie di percorsi (ciclabili, sentieri a cavallo, tratti per i diversamente abili), non solo naturalistici, ma anche dell'archeologia, della pastorizia e del gusto (es. Azione: Un Parco per tutti)
- la preservazione dell'attività agricola e l'incoraggiamento alle produzioni di qualità a supporto dell'attività turistica

- la realizzazione di strutture di supporto per l'educazione e servizi per l'interpretazione dell'ambiente dell'area protetta e delle risorse per i visitatori e le comunità locali
- la cura delle aspettative ed il livello di soddisfazione dei visitatori attuali e potenziali (es. Azione: Numeriamoci, posizionamento di conta persone nei sentieri)
- l'informazione e la comunicazione tra l'area protetta, le comunità locali e i turisti.

Coerenza con i Progetti strategici del Piano Pluriennale Economico e Sociale (PPES) del Parco

L'idea guida adottata dal PPES è "Conservazione è sviluppo", con il quale si vuole assumere come principio di fondo che la conservazione delle risorse – ossia del capitale naturale dell'area Parco – possa e debba essere adottata per sperimentare nuovi percorsi per lo sviluppo locale.

Il Piano si articola in Obiettivi strategici (1. Qualità e innovazione; 2. Governance e Risorse Umane; 3. Recupero e mantenimento del valore identitario del Parco) e Obiettivi specifici, a loro volta suddivisi in Progetti strategici e Azioni.

Si segnalano di seguito solo i Progetti strategici più strettamente connessi alle proposte del presente lavoro:

- Progetto strategico FILIERA QUALITA'. L'idea generale del Progetto è la riqualificazione delle attività economiche – dal turismo all'agricoltura – ad oggi presenti nel Parco. Gli operatori economici rispondendo a criteri comuni di Qualità diventano fornitori di Qualità del territorio. (Obiettivo Specifico 1.1 - Riqualificazione delle attività economiche del Parco)
- Progetto strategico IL LINGUAGGIO DEL PARCO. L'idea di base è che il Parco debba comunicare all'interno ed all'esterno le proprie specificità. Un processo tanto di marketing territoriale, quanto di trasparenza. (Obiettivo Specifico 3.1 - Rafforzare l'identità storica e culturale del Parco)
- Progetto strategico LE FACCE DEL PARCO. Molti operatori, cittadini, amministratori non conoscono i loro corrispettivi in altre aree del Parco. È necessario fare sinergia e massa critica tra gli operatori. (Obiettivo Specifico 3.1 - Rafforzare l'identità storica e culturale del Parco)
- Progetto strategico PARCO ACCESSIBILE. Rendere il Parco più accessibile. La quota maggiore di attività e di visitatori si concentra in poche aree e poche attività. In realtà il territorio del Parco è ricco di possibilità di fruizione e di potenzialità (Obiettivo Specifico 1.3 - Incrementare la fruizione sostenibile)
- Progetto strategico MUOVERSI NEL PARCO. Obiettivi: razionalizzare ed integrare il sistema della mobilità con particolare attenzione ai sistemi di accesso all'area protetta; riorganizzare la mobilità interna ai centri abitati; riqualificare i punti di accesso al Parco, "Porte del Parco". per garantire servizi di accoglienza ed informazione efficienti ai visitatori, progettare adeguatamente i nodi tra mobilità lenta e veloce, e valorizzare le relazioni percettive tra rete della viabilità e paesaggi attraversati. (Obiettivo Specifico 1.3 - Incrementare la fruizione sostenibile)
- Progetto strategico SERVIZI PER CONOSCERE E VIVERE IL PARCO. Realizzare un modello di rete dei servizi per il Parco: attivare servizi extra-alberghieri, servizi turistici personalizzati, proporre in modo sistematico le offerte turistiche del Parco, programmare un recupero delle strutture esistenti (Centri visita, Giardini botanici, Aree faunistiche, Musei, Centri didattici, Centri di educazione ambientale, ecc..), caratterizzare come espressioni del Parco le singole iniziative culturali al fine di identificare un Distretto culturale nel Parco, etc. (Obiettivo Specifico 1.2 - Rafforzare la qualità della vita nel Parco)

7. IDEE PROGETTUALI

Le idee progettuali sviluppate in questo capitolo sono il risultato dell'intero percorso realizzato con l'amministrazione comunale di Civitella Alfedena. Non rappresentano quindi strettamente i risultati dei tavoli di lavoro (presentati nei capitoli precedenti), ma il frutto dell'elaborazione degli autori in base ai principi condivisi, alle idee e alle proposte emerse dai tavoli stessi ma anche dell'intero svolgimento del progetto.

Molteplici elementi emersi nel percorso di lavoro possono essere utilizzati per la elaborazione di idee progettuali: gli input provenienti dai seminari di formazione, l'analisi della domanda realizzata attraverso i questionari, i principi condivisi dai Tavoli di lavoro, l'analisi delle emergenze, delle criticità emerse nei Tavoli, le idee progettuali e le proposte degli operatori.

Non si ha la pretesa di completezza rispetto agli interventi che sarebbero necessari nel Comune di Civitella Alfedena e nella rete dei Comuni del Parco e neanche di stabilire delle priorità, lasciando tale scelta agli strumenti di pianificazione strategica di area vasta e alle scelte dell'amministrazione comunale e degli operatori. Il principio che si è seguito è però quello di porre all'attenzione di tutti alcune criticità e soprattutto possibili soluzioni, che dovranno poi essere sviluppate in modo compiuto attraverso dei veri e propri studi di fattibilità.

Le idee progettuali su cui si è concentrata l'attenzione sono le seguenti:

1. SCHEDA PROGETTO #1: LA CAMOSCIARA (rifunzionalizzazione e connessione del Polo di attrazione turistico-ambientale ai centri limitrofi)
2. SCHEDA PROGETTO #2: LAGO DI BARREA (valorizzazione del Lago di Barrea come area di connessione e di offerta di servizi sportivi)
3. SCHEDA PROGETTO #3: RETE-MUSEI (creazione di un sistema a rete delle strutture museali, aree faunistiche e centri visita)
4. SCHEDA PROGETTO #4: POLI IN CONNESSIONE (connessione infrastrutturale tra i diversi poli di attrazione)
5. SCHEDA PROGETTO #5: ANIMALI CONFIDENTI (informazione e sensibilizzazione dei turisti attraverso gli operatori)
6. SCHEDA PROGETTO #6: RETE DI TERRITORIO (elaborazione di prodotti e servizi integrati tra gastronomia, prodotti tipici, interpretazione e comunicazione del patrimonio)

SCHEDA PROGETTO #1: CAMOSCIARA

Macro-obiettivo

Rifunzionalizzazione del polo di attrazione turistico-ambientale in direzione di una più oculata targettizzazione dell'offerta (mirare a differenziare i target con un'offerta specifica di un prodotto di alta qualità ambientale per turisti più responsabili) e di una migliore connessione con i poli di attrazione limitrofi e i centri storici (favorire gli spostamenti attraverso la mobilità dolce) anche per ampliare le opportunità di fruizione dei servizi.

Azioni da intraprendere

- Differenziare il più possibile gli spazi e le modalità di fruizione dei diversi servizi (percorsi a piedi, mountain bike, a cavallo, trenino), migliorando allo stesso tempo il sistema di informazione e favorendo l'orientamento del turista verso le sue specifiche esigenze.
- Creare un "percorso educazione ambientale", attraverso segnaletica e informazione, integrato con l'offerta di servizi di educazione ambientale, connettendo anche fisicamente attraverso un percorso pedonale l'area della Camosciara con il CEA del Corpo Forestale.
- Creare un "percorso naturalistico", attraverso segnaletica e informazione, valorizzando la sentieristica esistente che collega la Camosciara con i borghi (Civitella e Villetta) e la realizzazione di punti di avvistamento faunistico, servizi di educazione ambientale e di guida escursionistica.
- Connessione sia fisica (attraverso un tracciato di ippovia e percorso ciclabile da individuare) che funzionale (nolo mountain bike, escursioni a cavallo) del polo della Camosciara con quello della Val Fondillo, integrazione in un più ampio sistema di ippovia / percorso ciclabile dell'Alta Val di Sangro.
- Connessione con Civitella Alfedena e Villetta Barrea attraverso servizi navetta ad hoc, creazione di punti informativi e promozionali delle offerte presenti nei borghi, adeguata segnaletica promozionale.
- Sistemazione piazzale a monte della Camosciara: rinaturalizzare l'area, togliendo l'asfalto e adeguando gli spazi per la fruizione turistica, con una maggiore attenzione all'accoglienza e all'offerta gastronomica presente nei chioschi (selezione di prodotti locali e di qualità).
- Integrare, nell'ambito delle previsioni urbanistiche e tenendo conto della conformazione dei luoghi, i servizi ricreativi con attività ludico-sportive, di animazione per bambini (e parco giochi); tali attività non devono essere basate su infrastrutture fisiche (impianti sportivi) ma su servizi.
- La gestione dei servizi attualmente presenti deve essere coordinata dal punto di vista organizzativo e dal punto di vista dei "contenuti" dell'offerta: capacità di offrire informazioni, di collegare la fruizione turistica con la valorizzazione dei prodotti tipici, di migliorare la sensibilità ambientale dei turisti, etc.
- Potenziare l'area pic-nic e i servizi igienici.
- Caratterizzare l'offerta dei servizi bar/ristorazione verso l'offerta di prodotti tipici, integrare con vendita di prodotti tipici (oltre che di gadget e souvenir).

Possibili strategie

- Bigliettazione integrata tra parcheggio, offerta dei servizi e sistemi di connessione con Val Fondillo e i centri storici (sistema della card e scontistica)
- Integrazione dei servizi dell'area (per esempio tra escursioni e ristorazione, tra diversi tipi di escursione, tra escursioni ed educazione ambientale)
- Integrazione tra l'offerta di servizi della Camosciara e quella della Val Fondillo, di Civitella e Villetta Barrea (es. per il nolo biciclette con possibilità di riconsegna in un punto diverso e servizi navetta per il ritorno, per le escursioni a cavallo, etc.)
- Soprattutto nell'area pic-nic sensibilizzare verso il tema dei rifiuti: invitare ad utilizzare posate, piatti, bicchieri, contenitori e vettovaglie in genere che siano rispettosi dell'ambiente (biodegradabili, in legno, carta, vetro, stoffe naturali, ...), promuovere la raccolta differenziata per il maggiore numero di materiali e promuovere l'opportunità di riportare a casa i propri rifiuti.

Operatori da coinvolgere

Accompagnatori e guide; Educatori ambientali; Operatori ecologici (per l'educazione alla raccolta differenziata dei rifiuti); Imprese di servizi turistici; Ristoratori e albergatori

Possibili target

Ecoturisti (camminatori, bikers, "wildlife watchers", cavalieri); Fotografi naturalistici; Famiglie (il suggerimento è di ideare tanti prodotti quanti sono i target)

SCHEDA PROGETTO #2: LAGO DI BARREA

Macro-obiettivo

Implementare il ruolo del Lago come elemento di connessione dell'offerta turistica tra i tre comuni di Civitella Alfedena, Barrea e Villetta Barrea e come area in cui favorire attività escursionistiche e ricreative adatte ad ogni tipo di pubblico (es. famiglie con bambini). Favorire la sinergia tra operatori che erogano servizi sportivi/ricreativi sul lago ed operatori presenti nei borghi, attraverso una maggiore connessione e una più marcata collaborazione.

Azioni da intraprendere

- Realizzazione di una pista ciclabile intorno al lago, connettendo le infrastrutture viarie esistenti (strade bianche e sentieri) ed integrando il percorso nei tratti attualmente non coperti per evitare di dover utilizzare la strada provinciale.
- Collegare il centro storico di Civitella con l'area del Lago attraverso un percorso pedonale dotato di punti sosta che permetta di evitare l'uso della strada carrabile. Il collegamento potrebbe essere esteso per poter raggiungere a piedi Villetta Barrea su viabilità alternativa alla strada.
- Collegare attraverso servizio navetta Civitella Alfedena con Villetta Barrea e Barrea, toccando i vari punti di accesso al lago.
- Adeguata segnalazione dei sentieri panoramici intorno al lago e creazione di percorsi ad anello (es. sentiero naturalistico culturale "Colle Pizzuto" previsto in ambito CETS).
- Realizzazione di punti di osservazione faunistica (compresa avifauna), e pannelli informativi (funzionali ad attività didattiche per famiglie e bambini) al fine di integrare i servizi offerti e rilanciare gli aspetti naturalistici, spesso in secondo piano rispetto a quelli ricreativi.
- Cura particolare del territorio circumlacuale, sensibilizzazione dei visitatori verso il tema dell'abbandono dei rifiuti, promozione della raccolta differenziata e dell'opportunità di riportare a casa i propri rifiuti.
- Potenziamento area camper con servizi appositi per i camperisti (carico-scarico, elettricità, punto accoglienza, ristoro, etc.), separando ove possibile le funzioni di servizio ai camper dall'area parcheggio.
- Curare piccola infrastrutturazione di supporto alle attività sportive (potenziando pontili, ormeggi e punti di attracco).

Possibili strategie

- Organizzare eventi sportivi (anche della durata di più giorni) che contemplino il coinvolgimento degli operatori presenti nei borghi per l'organizzazione dell'accoglienza degli atleti.

Operatori da coinvolgere

Accompagnatori e guide escursionistiche; società sportive; società di servizi; ristoratori e albergatori

Possibili target

Ecoturisti (specialisti degli sport acquatici, camminatori, bikers, "wildlife watchers", cavalieri); fotografi naturalistici; famiglie

(il suggerimento è di ideare tanti prodotti quanti sono i target)

SCHEMA PROGETTO #3: RETE-MUSEI

Macro-obiettivo

Favorire la connessione tra le varie strutture museali, i centri visita, le aree faunistiche e i CEA, al fine di rendere più "viva" e dinamica l'offerta. Attualmente esistono diverse strutture, ma il servizio risulta frammentato e poco attrattivo. Creare una rete tra loro significherebbe - oltre che potenziarne il coordinamento - anche rafforzarne la visibilità e il ruolo nella implementazione e nel miglioramento della fruizione turistica del territorio.

Azioni da intraprendere

- Intraprendere un percorso di interpretazione ambientale - anche con il coinvolgimento delle popolazioni locali - al fine di implementare, migliorare e rinnovare il patrimonio in dotazione dei musei, partendo dalla raccolta di materiali autentici ma reperibili in loco (per es. oggetti della cultura materiale).
- Dove possibile, trasformare le strutture in eco-musei.
- Uniformare la comunicazione all'interno delle strutture, al fine di creare e veicolare un unico "brand museale", che contribuisca ad implementare la continuità e la unitarietà tra tutti i poli della rete.
- Curare la comunicazione anche dal punto di vista delle lingue straniere.
- Rendere "vive" le strutture museali attraverso l'implementazione delle attività da svolgere in situ.
- Creare un gruppo di coordinamento che segua, promuova e gestisca tutte le attività.
- Ripristinare le aree faunistiche in abbandono e potenziare le esistenti; in particolare infrastrutturarle per la fruizione da parte di target di utenti specializzati, quali i fotografi naturalistici.

Possibili strategie

- Creare un calendario condiviso degli eventi da svolgere all'interno delle strutture (workshop, mostre itineranti, incontri a tema con i locali), in modo tale che ci sia sempre un'offerta attiva
- Mappatura aggiornata della rete
- Maggiore collaborazione con le associazioni culturali locali
- Curare l'aspetto della narrazione con il coinvolgimento diretto degli abitanti (per es. anziani, bambini, artigiani, operatori culturali) al fine di "raccontare" le micro storie dei luoghi.
- Veicolare le informazioni inerenti la rete-musei all'interno delle strutture ricettive
- Sistema della card museale
- Disporre di una lista di "specialisti" di diversi aspetti della realtà locale, che possono essere attivati (anche su chiamata) per consigliare/costruire esperienze caratteristiche
- Organizzare incontri (eventualmente periodici) a favore della clientela per presentare/valorizzare aspetti tipici della cultura locale (letture, proiezioni, piccole rappresentazioni, esposizioni artistiche, ecc.)
- Utilizzare manufatti (mobili, suppellettili, immagini, ecc.) e materiali (tessuti, ecc.) locali nell'arredo degli spazi fruiti dal turista e nell'abbigliamento del personale di contatto
- Progettare iniziative e modalità di fruizione specifiche per i bambini

Operatori da coinvolgere

Operatori culturali; guide museali e turistiche; educatori ambientali; cittadinanza; gestori delle strutture ricettive

Possibili target

Ecoturisti (in particolar modo "wildlife watchers"); famiglie

SCHEDA PROGETTO #4: POLI IN CONNESSIONE

Macro-obiettivo

L'obiettivo è quello di potenziare la connessione infrastrutturale tra i diversi poli di attrazione presenti nel territorio del Parco (borghi, aree di interesse naturalistico, rete museale) sia attraverso lo sviluppo della mobilità dolce (ippovie, rete sentieristica, percorsi pedonali, ciclovie) che attraverso la predisposizione di servizi pubblici/privati alternativi all'uso dell'auto privata e a basso impatto. Gli interventi perseguono inoltre l'obiettivo di incrementare le opportunità per l'attività sportiva e per un'attività escursionistica accessibile ad un pubblico più vasto possibile, valorizzando le aree di fondovalle.

Azioni da intraprendere

- Realizzazione del percorso ciclabile tra Pescasseroli e Barrea.
- Implementazione della rete sentieristica di fondovalle, curandone in modo particolare la manutenzione, la segnalazione, le indicazioni relative all'accessibilità alle diverse tipologie di utenti, la valorizzazione degli elementi di interesse naturalistico e storico/paesaggistico.
- Strutturazione di percorsi ciclo-pedonali di valle in grado di collegare: Civitella Alfedena / Villetta Barrea / Camosciara / Lago di Barrea.
- Mappatura dei percorsi sopra indicati, da veicolare anche sul web, evidenziandone gli elementi di specificità (es. percorsi accessibili alle biciclette, percorsi per famiglie, etc.).
- Elaborazione di un'adeguata segnaletica uniformata a livello di comprensorio, ma allo stesso tempo differenziata a seconda della diversa tipologia dei percorsi (ciclovie/ippovia/percorso pedonale).
- Collegare attraverso un servizio navetta (bus navetta e/o taxi collettivi) i principali poli di attrazione dell'area (Camosciara / Val Fondillo / punti di accesso al Lago / punti di partenza dei principali sentieri escursionistici) tra loro e con i centri storici (Civitella Alfedena, Villetta Barrea, Barrea, Opi, Pescasseroli).
- Gestione integrata dei parcheggi nella valle attraverso un sistema di pagamento coordinato e integrazione degli stessi nel servizio di trasporto pubblico.
- Progettazione di un sistema di accesso al Parco attraverso servizi pubblici/privati alternativi all'uso dell'auto privata e a basso impatto connessi con aree parcheggio situate al di fuori del Parco e con i principali nodi di accesso del trasporto pubblico (ferroviario o su gomma).

Possibili strategie

- Veicolazione della mappatura e delle info all'interno delle strutture turistiche
- Integrazione dei servizi dell'area (per esempio tra escursioni e ristorazione, tra diversi tipi di escursione, tra escursioni ed educazione ambientale)
- Favorire il parcheggio a lunga durata fuori dal parco per quanti intendano muoversi attraverso mezzi di spostamento sostenibili, ad esempio attraverso un sistema di scontistica per quanti vogliono noleggiare bici e/o cavalli o utilizzare il trasporto pubblico.
- Predisporre offerte commerciali che prevedano agevolazioni sul costo del soggiorno in caso di utilizzo di mezzi di trasporto soft per raggiungere la destinazione
- Identificare fornitori/noleggiatori di mezzi di trasporto lento da consigliare agli ospiti

- Integrazione tra l'offerta di servizi della Camosciara con quelli della Val Fondillo, di Civitella e Villetta Barrea (es. per il nolo biciclette con possibilità di riconsegna in un punto diverso e servizi navetta per il ritorno, per le escursioni a cavallo, etc.)
- Elaborare strategie volte all'ampliamento temporale dell'offerta basate sulla stagionalizzazione, differenziando i tipi di escursioni.
- Progettazione di percorsi agevoli, non troppo lunghi, adatti a tutti, che privilegino l'osservazione dei luoghi
- Mettere a disposizione dei viaggiatori supporti che consentano di approfondire il territorio e/o il tema del viaggio (materiali editoriali, audiovisivi, ecc.), da utilizzare durante gli spostamenti
- Favorire il ricorso da parte dei viaggiatori di mezzi di trasporto utilizzati dai residenti, come pure forme di spostamento tipiche della tradizione e della storia locale per trazione (cavalli, asini, muli)

Operatori da coinvolgere

Accompagnatori di media montagna; educatori ambientali; imprese di servizi turistici; imprese private di trasporto

Possibili target

Escursionisti di vario tipo e in particolar modo viaggiatori lenti; Famiglie

SCHEDA PROGETTO #5: ANIMALI CONFIDENTI

Macro-obiettivo

La presenza di specie bandiera e di specie attrattive – e la possibilità del loro avvistamento - sono una delle principali motivazioni di soggiorno a Civitella Alfedena e in generale nel Parco. Allo stesso tempo l'incontro con animali confidenti può rappresentare anche una fonte di potenziale pericolo per il turista. Occorre quindi mettere a punto un sistema in grado di informare ed educare adeguatamente i visitatori, a partire dai primi punti di contatto: gli operatori della ricettività e dell'accoglienza. Oltre all'informazione di base, questa presa di consapevolezza deve rappresentare uno stimolo per il turista ad approfondire le proprie conoscenze informandosi presso i centri di visita dell'Ente Parco e/o usufruendo dei servizi di educazione ambientale e di guida, migliorando quindi la propria esperienza di soggiorno nel Parco.

Azioni da intraprendere

- Attività periodiche di informazione e formazione di base per gli operatori della ricettività turistica, dei centri di informazione, delle imprese di servizi turistici (noleggio bici, maneggi, gestori aree picnic, etc.).
- Produzione di materiale informativo apposito e/o distribuzione del materiale prodotto dall'Ente Parco (es. progetto Life Arctos).
- Allestimento di mostre mirate alla divulgazione dei risultati dei progetti di ricerca (progetto Life Arctos), alla sensibilizzazione e alla mitigazione dei conflitti e alla valorizzazione della ricerca scientifica.
- Organizzazione di un calendario annuale di incontri con i turisti, mostre fotografiche e proiezioni di documentari, iniziative di interpretazione ambientale rivolte ad un pubblico ampio.
- Predisposizione di un programma differenziato di offerta di attività di educazione ambientale / accompagnamento / ricreative da segnalare ai turisti da parte degli operatori della ricettività e della prima accoglienza.
- Realizzazione di percorsi agevolati didattici-naturalistici, in luoghi facilmente accessibili, con installazioni rimovibili riproducenti la fauna del parco. Attraverso un'attività di interpretazione tutti gli animali "avvistati" verranno presentati ad un pubblico che non avrebbe altre occasioni di incontri diretti con la fauna del territorio, come i bambini delle scuole dell'infanzia o turisti con difficoltà ad affrontare escursioni in natura.

Possibili strategie

- La strategia di realizzazione del progetto deve essere di tipo "progressivo": formazione operatori turistici / raccolta, produzione e distribuzione di materiale informativo / realizzazione di iniziative periodiche di informazione dei turisti / indirizzo dei turisti verso le strutture di visita del Parco / offerta di servizi di interpretazione ambientale / offerta di servizi di guida e accompagnamento

Operatori da coinvolgere

Operatori della ricettività / Operatori dei centri informazione e dei servizi turistici; Educatori ambientali / Guide / Operatori dei centri visita e CEA

Possibili target

L'iniziativa si rivolge in prima battuta a tutti i turisti, per poi proporre attività differenziate per target ("wildlife watchers", appassionati di caccia fotografica, famiglie, etc.)

[Scheda realizzata grazie al contributo della dott.ssa Valeria De Meo. Tesi: La "Formazione naturalistica nell'ambito di una strategia di conservazione e di sviluppo turistico sostenibile di un'area protetta" – Master Geslopan, AA 2013/14]

SCHEMA PROGETTO #6: RETE DI TERRITORIO

Macro-obiettivo

L'idea di fondo è quella di giungere alla elaborazione di "prodotti turistici territoriali" in grado di veicolare una immagine più unitaria e coerente del territorio, attraverso l'integrazione e la congiunzione dei diversi servizi. Ciò consentirà di far comunicare tra loro - in un'ottica collaborativa - i vari settori dell'economia locale come escursionismo, gastronomia, prodotti tipici, ristorazione, interpretazione e comunicazione del patrimonio, e nello stesso tempo di superare i rischi legati all'individualismo imprenditoriale.

Azioni da intraprendere

- Rilanciare politiche di supporto alla agricoltura, alla zootecnia e allo sviluppo rurale.
- Sostenere l'offerta enogastronomica: proteggere le produzioni agro-alimentari tipiche e salvaguardare le tradizioni culinarie, soprattutto all'interno del settore della ristorazione.
- Creare una rete dei produttori del Parco, realizzare e promuovere dei percorsi di visita.

Possibili strategie

- Sviluppare combinazioni tra prodotti (mix&match): per esempio montagna-wellness, cicloturismo-escursionismo-enogastronomia, ecc.
- Elaborare una Carta di intenti condivisa tra tutti gli operatori in cui si privilegi l'uso dei prodotti locali di qualità
- Prevedere la (ri-)definizione periodica di un menù con prodotti/ricette tipiche e/o tradizionali
- Progettare con cura la definizione del layout grafico e dei contenuti dei menu, inserendo storie, immagini, tradizioni, che possano contestualizzare i prodotti e le ricette (menu ed etichette narrati)
- In specifiche occasioni, mettere a disposizione i locali per cucinare/preparare collettivamente ricette, far presentare riti e preparazioni della cucina locale da parte di esponenti della comunità locale
- Favorire il dialogo tra cuochi e ospiti per soddisfare le curiosità legate ai prodotti enogastronomici e alle ricette locali (origine, storia/relazione con il territorio, segreti per una migliore preparazione/cottura/ presentazione)
- Organizzare workshop tematici (per esempio lavorazione del pane, della pasta, introduzione all'attività casearia ecc.)
- Realizzare una guida alla visita dei produttori agroalimentari dell'area del Parco, individuando percorsi di visita, segnalando i prodotti e i luoghi di produzione strutturati per la vendita diretta (nonché i punti vendita di prodotti tipici e i ristoranti in cui è possibile reperirli)

Operatori da coinvolgere

Agricoltori, allevatori, cuochi e chef, ristoratori, operatori culturali, educatori ambientali, popolazione locale

Possibili target

Escursionisti; gastronomi

8. FOLLOW-UP

Un'ultima attenzione, che si vuole sottolineare in modo specifico, è quella dell'importanza dei «processi intermedi» per l'attuazione di queste proposte, così come di tutte le proposte che emergono dagli strumenti di programmazione di area vasta (PPES e CETS in primo luogo).

Il punto chiave non è infatti solo elaborare una visione condivisa e individuare delle idee progettuali sullo sviluppo turistico del territorio, ma è **creare gli strumenti in grado di rendere queste idee concretamente realizzabili**. Il territorio ha, ad avviso di scrive, un deficit di capacità realizzativa legato ad una serie di limitazioni su cui occorre intervenire e che, se non adeguatamente affrontate, potrebbero rendere non realizzabili anche le idee e proposte più innovative o maggiormente condivise.

Un primo vincolo è quello della **limitatezza delle risorse umane** a disposizione. Bisogna fare i conti, nella scelta delle priorità e degli interventi, che il territorio si scontra con un basso numero di persone residenti e ancora minore numero di persone attive sul mercato del lavoro o già operanti all'interno di imprese. Chiaramente non è un problema di breve periodo e rimanda a politiche per le aree interne che vanno molto al di là del tema dello sviluppo turistico, ma alcune sensibilità possono essere prese in considerazione: la crescita del sistema può trarre giovamento anche da innesti di risorse umane e imprenditoriali che vengano da fuori il territorio ma che siano orientate a realizzare investimenti nel/sul territorio. Occorre tenere conto che l'aumento dell'offerta di servizi turistici non significa automaticamente aumento della competizione ma può comportare un aumento dell'attrattività e quindi della domanda. Chiarezza nelle regole (es. per l'accompagnamento in montagna) e realizzazione di reti (es. tra servizi di guida/educazione ambientale, ristorazione/ricettività, produzioni agroalimentari) possono servire a trasformare potenziali conflitti in opportunità di sviluppo.

Un secondo limite, anche legato al primo, è quello della **capacità organizzativa e progettuale**; la capacità di trasformare le idee in progetti è base anche per l'ottenimento di risorse finanziarie, sia che si tratti di partnership con operatori economici (tour operator, investitori) sia di progetti finanziati nell'ambito di bandi pubblici. La partecipazione a tutti quegli **istituti sovralocali** che hanno attualmente la possibilità di gestione di fondi pubblici (GAL, DMC, Aree progetto Strategia Nazionale Aree Interne, etc.) diventa quindi importante così come la capacità di stringere partnership per concorrere a finanziamenti legati alla cooperazione nell'ambito dell'Unione Europea.

La capacità del territorio di connettersi a reti più ampie, a livello regionale, nazionale e internazionale è una chiave anche per la promozione turistica del territorio: la ricerca di **nuovi target e nicchie di mercato** cui rivolgere la propria offerta turistica, sia provenienti dalle regioni nelle quali attualmente il Parco Nazionale non riesce ad essere un interessante bacino di offerta (centro-nord Italia) sia dall'estero, passa per **lo sviluppo di relazioni e la creazione di reti** a livello territoriale (tese a creare, ad esempio, un'offerta integrata per i parchi nazionali abruzzesi), come pure attraverso la connessione con tour operator regionali specializzati in incoming e il collegamento con tour operator stranieri operanti nel settore dell'ecoturismo.

Un altro tema su cui è necessario operare per rendere fattibili le idee progettuali individuate è quello della **connessione dell'offerta**, attraverso reti materiali e immateriali. Dall'analisi della domanda turistica emerge chiaramente come il turista consideri il Parco come un insieme, indipendentemente dalla scelta della località di soggiorno, allargandosi spesso (sia per il pernottamento che per la visita) oltre la Val di Sangro, alla Valle del Sagittario e ai comuni degli Altipiani Maggiori. Occorre quindi che questo **insieme sia messo a "sistema"**, sia in termini di complementarietà dell'offerta dei servizi turistici, sia in termini di proposta culturale dei luoghi di attrazione e dei centri storici (poli museali), sia attraverso la creazione di connessioni materiali che utilizzino la mobilità alternativa o dolce.

Occorre quindi creare sia l'hardware, la struttura della connessione (rete dei musei, sistema di offerta dei servizi turistici, rete di percorsi pedonali, ciclabili e di ippovie) sia il software, operando perché si mettano in

rete gli operatori turistici e le amministrazioni locali. Solo in questo modo è possibile anche coprire "i buchi" della rete attraverso la progettazione di nuovi servizi in complementarità con quelli esistenti.

Le idee progettuali vanno infine approfondite attraverso le necessarie **analisi di fattibilità** e **business planning** perché diventino progetti operativi, anche in grado di attrarre risorse finanziarie esterne o di partecipare a bandi di finanziamento. Questo processo va adeguatamente supportato attraverso il sostegno agli operatori e alle amministrazioni.

Gli interventi proposti, infine, prevedono la partecipazione da protagonisti dei soggetti privati, in un'ottica di protagonismo e di co-governance dei processi di programmazione economica nel territorio. Questo comporta protagonismo, investimento di risorse finanziarie private oltre che pubbliche, e allo stesso tempo coinvolgimento nei processi decisionali e risoluzione dei conflitti.

Verso una Agenda per il turismo sostenibile nell'Alta Valle del Sangro

A seguito degli incontri realizzati nel corso del progetto è emersa la volontà degli operatori turistici di avviare un percorso partecipato di cooperazione e di progettazione di nuove iniziative e servizi a scala territoriale.

E' stato costituito dagli operatori il TAVOLO TERRITORIALE DEGLI OPERATORI DELLA FILIERA TURISTICA DELL'ALTA VALLE DEL SANGRO che ha assunto la denominazione di "**Rete e qualità: la sfida per il futuro**". Il tavolo, nelle parole dei promotori, "intende affrontare a livello teorico e operativo alcuni temi sentiti come importanti per incrementare le presenze dei visitatori nel territorio. Fra questi temi s'intende porre una particolare attenzione ad una più ampia articolazione dell'offerta (trasporti, iniziative della bassa stagione ecc.) e ad un miglioramento della qualità dei servizi, allo sviluppo di progetti intercomunali individuando uno o più temi unificanti, alle modalità con cui rafforzare la sinergia fra istituzioni, associazioni e operatori dei diversi settori, all'individuazione e implementazione delle regole di partecipazione al lavoro comune e alla condivisione dei risultati da raggiungere a breve/medio termine".

Sono stati organizzati diversi tavoli tematici (ricettività e ristorazione, guide turistiche...) incaricati di stilare proposte per un calendario comune di iniziative promozionali. E' stato sottoposto agli operatori del territorio un questionario finalizzato a raccogliere proposte, punti di vista e adesioni all'iniziativa.

E' stata predisposta una Carta degli intenti da sottoscrivere da parte degli operatori che intendono concretamente proseguire il percorso del "Tavolo territoriale".

Si auspica che il percorso intrapreso con il presente progetto possa generare iniziative (auto)sostenibili nel tempo ed in grado di incrementare il livello qualitativo e la sostenibilità del sistema turistico di Civitella Alfedena e dell'intero territorio del Parco.