

1° Workshop nazionale Carta Europea del Turismo sostenibile
“Esperienze a confronto e nuove opportunità”
Giovedì 14 e venerdì 15 maggio 2009

Proposte concrete di collaborazione tra parchi virtuosi

Claudio Ferrari, Direttore Parco Naturale Adamello Brenta

Nell'intervento vengono proposti alcuni esempi concreti di collaborazione tra parchi. A partire da alcune esperienze recenti sviluppate dal PNAB insieme a diversi partners, si suggeriscono poi altre possibili forme di cooperazione utili a creare una rete stabile di relazioni, per favorire lo scambio di esperienze e di know how, di idee e progetti comuni.

La più recente iniziativa di collaborazione ha riguardato un'iniziativa di formazione reciproca di operatori dei parchi addetti all'educazione ambientale. E' stato organizzato presso il PNAB un "campus esperienziale" di 4 giorni a cui hanno partecipato operatori di 6 parchi: Beigua, Abruzzo, Lazio e Molise, Adamello, Paneveggio-Pale di S.Martino e Stelvio (settore trentino). Sulla base dell'esito positivo vi è l'intesa di replicare l'iniziativa a rotazione, a partire dal Parco del Beigua che ospiterà la seconda edizione nell'autunno 2009.

La notevole ricaduta pratica – sotto diversi profili – unitamente ai costi relativamente contenuti suggeriscono la possibilità di stendere anche ad altri settori, e ad altri partners, questo modus operandi. E' in programma, per esempio, l'implementazione di corsi di "formazione reciproca" in tema faunistico (in particolare grandi carnivori).

Più in generale, insieme si potrebbe pensare di mettere in piedi una sorta di scuola di alta formazione itinerante che interessa più parchi. A questo proposito si veda la recente proposta formativa nei confronti di Sicilia Natura, in collaborazione con il Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi.

Altra esperienza interessante ha riguardato la coedizione di una guida sullo stambecco, insieme a Parco Adamello e Stelvio (settore trentino). Questo tipo di collaborazione consente di dividere i costi fissi di edizione. Il PNAB sta cercando partners per la coedizione di una guida divulgativa sulla fauna delle Alpi.

Analoghe sinergie, utili ad abbassare considerevolmente i costi di produzione, si possono ricercare nel settore del merchandising. Una esperienza positiva ha riguardato la realizzazione di una T-shirt comune ai parchi trentini, con la possibilità di un'opportuna personalizzazione.

Questo esempio potrebbe essere seguito per la creazione di "gruppi di acquisto" di gadget. Si ipotizzano altre forme di collaborazione su diversi fronti, dalle più semplici, come la messa in comune di testi, filmati, materiali (vedi per esempio il Beigua Geopark nei confronti del PNAB relativamente ai diritti di un filmato, le vignette sul turismo sostenibile delle Alpi Marittime, il progetto di segnaletica del PNAB a Paneveggio) a più complesse come la promozione reciproca di specifici prodotti turistici, per esempio i grandi itinerari di trekking o di mountain bike nelle aree protette, creando una sorta di circuito di grandi proposte di "sport & natura" ("camminare nei parchi", "pedalare nei parchi"). Il Dolomiti Brenta Bike e il Dolomiti Brenta Trek potrebbe beneficiare di un partenariato, per esempio, con il Grande Anello dei Sibillini, o con la recente iniziativa escursionistica avviata dal Parco Nazionale Arcipelago Toscano.

Un'altra possibile forma di intesa, di grande ricaduta pratica, riguarda la progettualità europea, attraverso l'individuazione e l'incarico preventivo di agenzie specializzate nella stesura di progetti europei ("cacciatori di fondi")

Infine, prendendo come spunto l'iniziativa presa dai geoparchi italiani che stanno per formalizzare una sorta di coordinamento nazionale per promuovere iniziative comuni, si propone la creazione di un network dei parchi italiani con la CETS utile, tra l'altro, a promuovere e dare maggiore visibilità al "turismo sostenibile certificato" nei parchi attraverso pagine dedicate nel sito Parks it. (vedi, in negativo, l'esperienza del progetto Eden).

Un'ultima, più complessa, iniziativa, potrebbe riguardare forme di promozione (e commercializzazione) dei prodotti enogastronomici marchiati dai parchi.