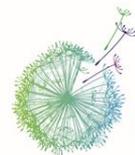




MINISTERO DELL'AMBIENTE  
E DELLA TUTELA DEL TERRITORIO E DEL MARE



2017  
ANNO INTERNAZIONALE  
DEL TURISMO SOSTENIBILE  
PER LO SVILUPPO

# LE AREE PROTETTE, LUOGHI DI TURISMO SOSTENIBILE

Strategie e opportunità nell'Anno internazionale del turismo  
sostenibile per lo sviluppo

*27 Giugno 2017 - Roma*

**Relatore: Flavia Maria Coccia**  
**Ente: Unioncamere - Isnart**

# AREE PROTETTE ITALIANE IN CIFRE



abitanti  
717.724

9,6 imprese ogni  
100 abitanti

24

PARCHI  
NAZIONALI



8.236 imprese  
giovanili



imprese  
68.659

2,4 addetti per  
impresa (media)

# AREE PROTETTE ITALIANE IN CIFRE

## I settori di attività economica a maggiore incidenza di imprese

*The number of enterprises by economic activities (percentage values)*



### PARCHI NAZIONALI *National Parks*

**Commercio - Trade** 25,9%  
**Agricoltura - Agriculture** 21,9%



### ITALIA *Italy*

**Commercio - Trade** 25,6%  
**Agricoltura - Agriculture** 12,5%

## Altri significativi settori economici nei parchi

*Other significant economic activities in the National Parks (percentage values - in brackets corresponding value for Italy)*

**Ristorazione - Restaurants** 8,0% (6,2%)  
**Alloggi - Accomodations** 3,3% (0,9%)  
**Industria alimentare - Food products** 1,7% (1,1%)

Fonte: Elaborazione Unioncamere-Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare su dati Unioncamere-Infocamere. Anno 2015  
Source: Unioncamere-Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare own calculation on Unioncamere-Infocamere data. Year 2015

# AREE PROTETTE ITALIANE IN CIFRE



## La produzione di ricchezza dei Parchi Nazionali Italiani

*The wealth production of Italian National Parks*

**Il valore aggiunto è pari a 10,5 miliardi di euro**

*The added value produced in the National Parks is 10,5 billions of euro*

**Il podio dei parchi con il maggior livello di valore aggiunto procapite**

*National Parks with the higher level of value added per capita*

**Stelvio - Stilfserjoch  
(30.339 euro)**

**Cinque Terre  
(29.364 euro)**

**Arcipelago Toscano  
(25.851 euro)**

Fonte: Elaborazione Unioncamere-Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare su dati Unioncamere-Si.Camera-Istituto Tagliacarne. Anno 2013  
Source: Unioncamere-Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare own calculation on Unioncamere-Si.Camera-Istituto Tagliacarne data. Year 2013



## La capacità di attivazione della ricchezza dei Parchi nazionali

*The wealth activation ability of National Parks*

**Oltre ai 10,5 miliardi di euro direttamente prodotti i Parchi Nazionali sono in grado di attivarne altri 8,3 al di fuori dei loro confini**

*In addition to 10,5 billions of euro produced directly the National Parks activate 8,3 billions of euro outside their borders*

**Il podio dei Parchi Nazionali con la maggiore capacità di attivazione**

*National Parks with the higher activation ability*

**Dolomiti Bellunesi**

**Asinara**

**Val Grande**

Fonte: Elaborazione Unioncamere-Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare su dati Unioncamere-Si.Camera-Istituto Tagliacarne. Anno 2013  
Source: Unioncamere-Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare own calculation on Unioncamere-Si.Camera-Istituto Tagliacarne data. Year 2013

# AREE PROTETTE ITALIANE IN CIFRE

## L'effetto parco: i punti di forza dei Parchi Nazionali rispetto ad aree analoghe che non valorizzano il fattore natura

The "park effect": main strength of the National Parks compared to similar areas without the "nature factor"

	PARCHI NAZIONALI <i>National Parks</i>	COMUNI "SENZA NATURA" <i>municipalities "no nature"</i>
% di imprese operanti nell'agroalimentare <i>% of agribusiness firms</i>	1,8	1,5
% di imprese operanti nell'alloggio <i>% of housing firms</i>	3,3	1,3
% di imprese operanti nella ristorazione <i>% of catering firms</i>	8	5,8
% di addetti operanti nell'alloggio e ristorazione <i>% of employees operating in the housing and catering industry</i>	17,5	9,8
% di addetti 15-29 anni <i>% of employees of 15-29 years old</i>	21,1	18,7
% valore aggiunto dell'agricoltura <i>% added value of the agribusiness sector</i>	7,4	4,6
% di valore aggiunto dell'alloggio e ristorazione <i>% added value of the housing and catering industry</i>	7,6	4,8
Spesa turistica procapite (€) <i>Per capita tourist spending (€)</i>	958	611

Fonte: Elaborazione Unioncamere-Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare su dati di fonti varie. Anni 2013-2015  
Source: Unioncamere-Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare own calculation on various sources data. Years 2013-2015

# AREE PROTETTE ITALIANE IN CIFRE

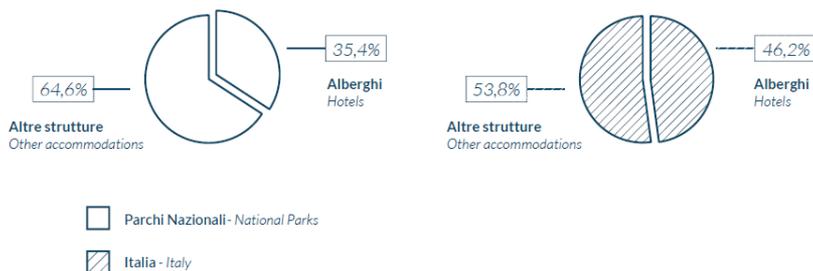
## 244.069

### Numero di posti letto disponibili nelle strutture turistiche dei Parchi Nazionali

Number of beds in collective tourist accommodations in the National Parks

#### Percentuale di letti per tipo di sistemazione

Beds by type of accommodation (percentage values)



Fonte: Elaborazione Unioncamere-Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare su dati Istat, Anno 2015  
Source: Unioncamere-Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare own calculation on Istat data, Year 2015

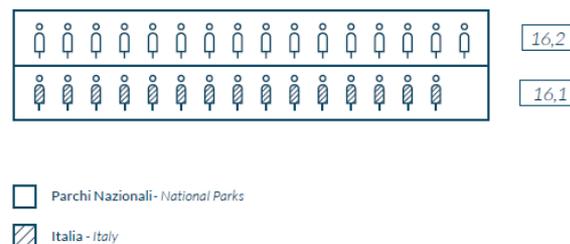
## 16,2

### Numero di posti letto per km<sup>2</sup> nei Parchi Nazionali

Number of beds/km<sup>2</sup> in the National Parks

#### Densità di posti letto nelle strutture ricettive per Km<sup>2</sup>

Density of bed places in tourist accommodations relative to land area in Km<sup>2</sup>



Fonte: Elaborazione Unioncamere-Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare su dati Istat, Anno 2015  
Source: Unioncamere-Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare own calculation on Istat data, Year 2015

# Natura e Cultura da Capitale a Patrimonio e Reddito

Il lavoro che è stato portato avanti dai tre enti UNIONCAMERE, Federparchi, Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile disegna un quadro specifico di potenzialità di sviluppo per ogni Parco Nazionale e affronta le tematiche più importanti e strategiche per una crescita sostenibile e auspicabile grazie a politiche turistiche governate.

# Natura e Cultura da Capitale a Patrimonio e Reddito

Più nello specifico, si è proceduto ad identificare gli asset di prodotto e le relative declinazioni di nicchia dei prodotti turistici sulla base delle risultanze degli studi condotti sulla domanda e offerta turistica italiana e internazionale, verificando poi la presenza e le caratteristiche di offerta turistica e culturale dei **517 comuni incidenti sulle aree dei Parchi nazionali, analizzandone i dati** sull'offerta direttamente e indirettamente turistica.

Inoltre, **a questi sono stati aggiunti ulteriori 1245 comuni** qualificati come interessanti da un punto di vista turistico **per la loro valenza naturalistica oltre agli 86 comuni che sono già incidenti sulle aree Parco**, per un **totale di 1762 comuni** per permettere una migliore individuazione degli itinerari di prodotto nelle fasi successive di progetto.

# La base dati informativa dei comuni interessati

sono state specificamente computate nel database di progetto informazioni relative alle seguenti sette sotto-tematiche di offerta:

- \* Ricettività alberghiera ed extralberghiera
- \* Offerta ristorativa
- \* Offerta di trasporti
- \* Offerta ricreativa
- \* Offerta sportiva
- \* Offerta di intermediazione turistica
- \* Selezione delle risorse di eccellenza

Che hanno permesso di realizzare gli indicatori per il posizionamento turistico

# PRODOTTI E MERCATI TURISTICI NEI PARCHI NAZIONALI

## Le vocazionalità di prodotto per gli itinerari

Parchi nazionali	borghi	montagna	terme	lago	mare	natura	eno-gastronomia	religioso	sport	archeologia	arte e storia
Abruzzo, Lazio e Molise		■		■		■					
Alta Murgia						■		■			
Appennino Lucano - Val d'Agri - Lagonegrese								■	■	■	
Appennino Tosco-Emiliano		■		■							■
Arcipelago di La Maddalena					■				■		
Arcipelago Toscano					■				■		
Asinara										■	■
Aspromonte		■							■		
Cilento, Vallo di Diano e Alburni					■	■					
Cinque Terre					■		■	■			
Circeo	■								■	■	
Dolomiti Bellunesi	■										
Foreste Casentinesi, Monte Falterona, Campigna		■				■					■
Gargano					■			■		■	
Gran Paradiso						■					■
Gran Sasso e Monti della Laga	■					■					
Majella						■					
Monti Sibillini	■	■									
Pollino		■			■				■		
Sila	■					■				■	■
Stelvio - Stilfserjoch		■				■			■		
Val Grande		■		■							■
Vesuvio								■	■		

## La matrice dei mercati potenziali per le vocazionalità di prodotto

VOCAZIONI DI PRODOTTO E NICCHIE	Austria	Francia	Germania	Regno unito	Spagna	Svizzera	Russia	Repubblica ceca	Ungheria	Polonia	Bulgaria	Belgio	Olanda	Norvegia	Danimarca	Svezia	Usa
borghi di interesse culturale		■															■
montagna										■							
terme		■			■		■										
lago	■																
mare	■		■				■		■	■							
natura				■							■						
eno-gastronomia					■								■	■			
religioso	■									■		■		■			
sport								■			■			■		■	
archeologia		■						■				■					■
arte e storia																	

# IL PERCORSO DI ANALISI

- \* Tutte le informazioni di primo livello raccolte dai tre enti sono state rielaborate e analizzate restituendo per ogni Parco nazionale una Analisi SWOT e strategica basata su:
  - \* **Le risorse del Parco** naturalistiche, culturali fruibili, agroalimentari e tipiche, e turistiche
  - \* **Il sistema di accoglienza del Parco**, con la descrizione delle tipologie di accommodation e la qualità espressa dall'offerta, la stagionalità, il percorso CETS
  - \* **Le vocazioni di prodotto turistiche del Parco**, analizzando la domanda turistica potenziale, i percorsi tematici e i prodotti turistici
  - \* **Le opportunità di sviluppo**

# UN ESEMPIO DEI RISULTATI: LA SCHEDA PARCO

## Esempio Scheda Parco

**Parco nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano**

### Livello di ricettività e vocazione prevalente di prodotto

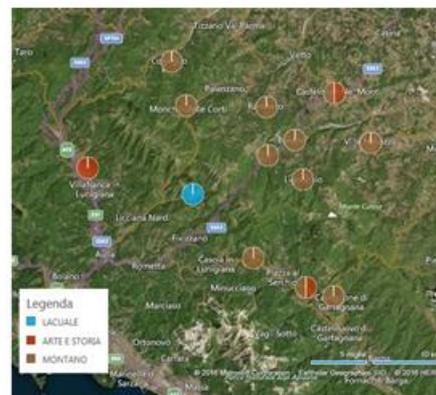
Il Parco nazionale dell'Appennino Tosco-Emiliano si caratterizza per una più evidente vocazione turistica legata al prodotto montano, al turismo lacuale e ai beni artistico e storico.

Lo sviluppo della ricettività turistica, considerando la ricchezza del territorio, si posiziona su livelli medi presentando un'offerta di 7.587 posti letto totali sui 16 comuni considerati.



Gli itinerari principali delle vocazioni di prodotto dei Parchi  
Appennino Tosco-Emiliano

LACUALE		ARTE E STORIA		MONTANO	
Comune	Provincia	Comune	Provincia	Comune	Provincia
COGNARO	Massa Carrara	CASTELNUOVO NE' MONTI	Reggio nell'Emilia	BUSARA	Reggio nell'Emilia
		SAN ROSSANO IN GARFAGNANA	Lucca	CASTELNUOVO NE' MONTI	Reggio nell'Emilia
		PILATTEIRA	Massa Carrara	COLLAGNA	Reggio nell'Emilia
				CORNICLIO	Parma
				GIUNCIUNIANO	Lucca
				LIGONCHIO	Reggio nell'Emilia
				MONDINO DELLE CORTI	Parma
				RAVENSETO	Reggio nell'Emilia
				SAN ROSSANO IN GARFAGNANA	Lucca
				VILLA COLLEMANININA	Lucca
				VILLA MINOZZO	Reggio nell'Emilia



# UN ESEMPIO DEI RISULTATI: LA SCHEDA PARCO

## Mercati stranieri di domanda potenziale

Appennino Tosco-Emiliano

Montagna

Lago

Arte e storia

Russia

Austria

Francia

Repubblica Ceca

Germania

Russia

Polonia

Danimarca

Belgio

Usa

## LE OPPORTUNITA' DI SVILUPPO - APPENNINO TOSCO EMILIANO

3 ★★★★★

*MONTAGNA: A SCUOLA DI BOTANICA*

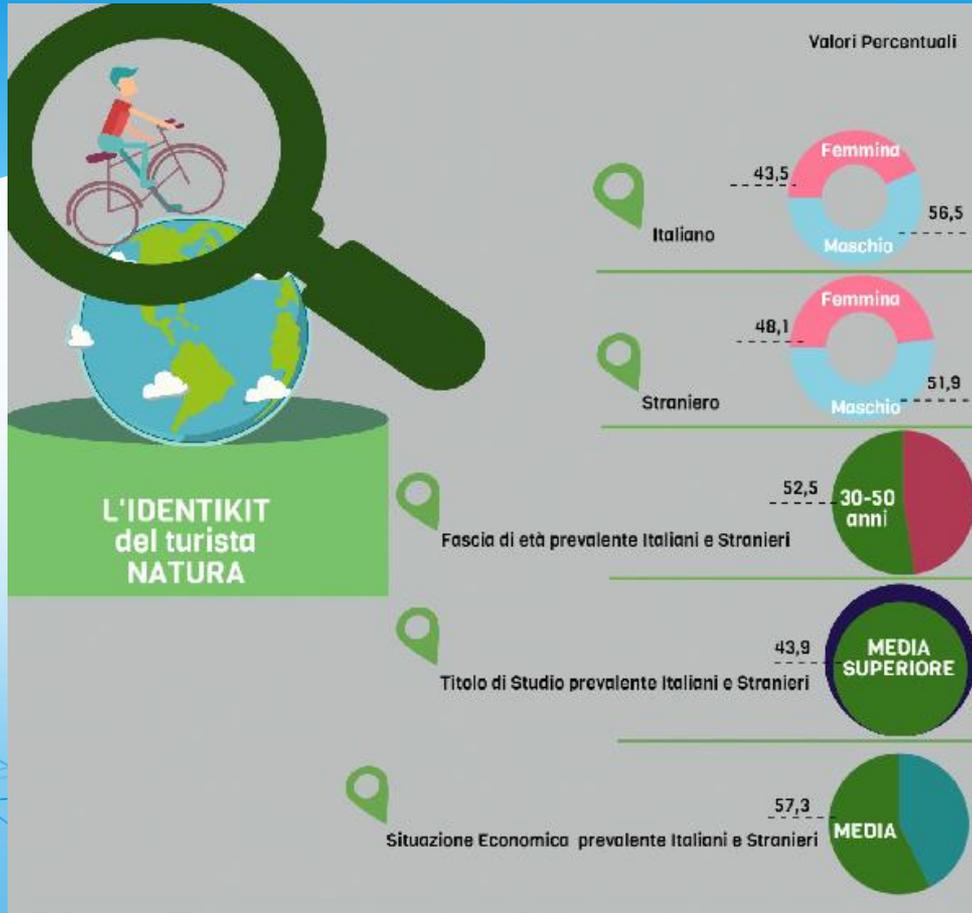
2 ★★★★★

*ARTE E STORIA: TRA LE FORTIFICAZIONI DAI BIZANTINI ALLA II GUERRA MONDIALE*

1 ★★★★★

*LACUALE: TREKKING, BICI E BENESSERE*

# I TURISTI DEI PARCHI



**Il 73,7% dei turisti dei Parchi ricerca informazioni utili alla vacanza durante il soggiorno** (66% gli italiani, 83,8% gli stranieri).

**Il web è la principale fonte di informazioni** (59,2%) e si rileva un altissimo utilizzo di smartphone (47,6%) come supporto per queste ricerche.

I turisti italiani fanno comunque riferimento anche alla struttura ricettiva, il 24,3% ne utilizza il pc e l'8,1% si affida all'impresa di alloggio proprio per avere informazioni. Molto **contenuto**, **invece, il ricorso alle agenzie locali (2,6%) o agli uffici informazione (2,3%)**.

# IL POTENZIALE DEL TURISMO NEI PARCHI

Non tutte le presenze turistiche nei Parchi sono motivate dal turismo ambientale che si può stimare intorno agli 8 milioni di presenze/notti, pari a 2 milioni di persone che, rapportato al dato di 30,5 milioni di presenze legate al turismo naturalistico, evidenzia ancora una volta l'enorme potenziale inespresso del turismo dei parchi nazionali italiani.

Questi movimenti complessivi hanno prodotto una spesa turistica stimata in quasi 2,5 miliardi di euro (2.478.055.000 euro) di cui 1,4 miliardi di euro dovuti al turismo italiano (57%) e quasi 1,1 miliardi di euro (43%) ai movimenti internazionali, di cui un quarto è attribuibile al turismo nelle aree protette.

# Inoltre...



**29%** dei turisti stranieri sogna l'Italia come meta per la sua natura, più che per la cultura, la storia o la cucina. Ma l'offerta naturalistica è percepita dai turisti europei (39,6%) più che da quelli americani (19%) o dei BRICS (17,4%).

**54%** dei turisti in vacanza nelle località «verdi» italiane pratica attività sportive: più che escursioni (48%) o degustazioni di prodotti tipici (27%). Rispetto agli italiani, gli stranieri vengono non solo per ammirare le bellezze naturali o per riposarsi, ma soprattutto per fare sport (21% vs. 12%) o per interessi enogastronomici (16% vs. 7%).

**25%** dei turisti sceglie la destinazione per le “bellezze naturali” ma solo nel 6% la scelta è legata direttamente a un parco.

# Il Mercato canadese un esempio di opportunità per l'Italia

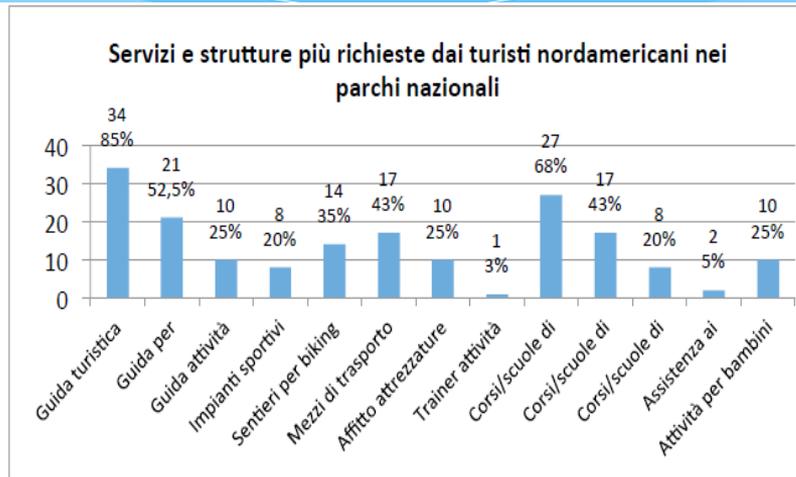
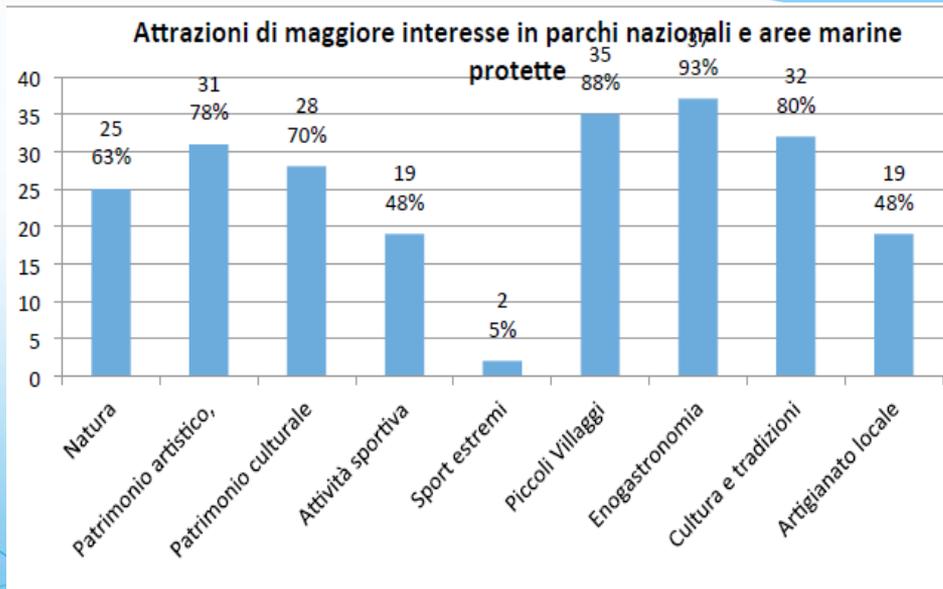


Grafico 21: Servizi e strutture in riserve naturali più richieste dalla clientela degli operatori

# Il Mercato canadese un esempio di opportunità per l'Italia

**Strutture di ospitalità preferite dai Canadesi durante vacanze nei parchi nazionali europei**

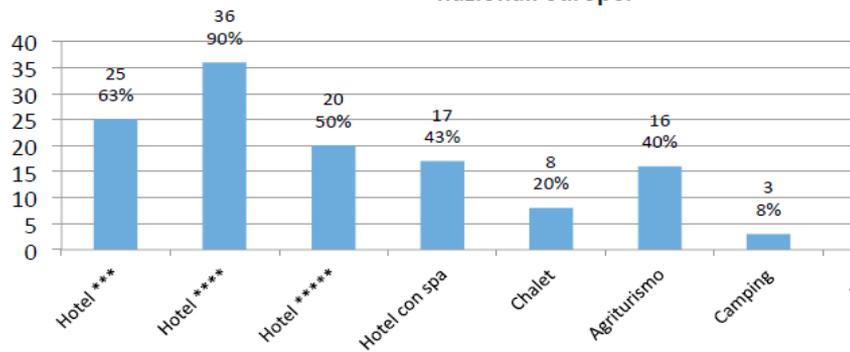


Grafico 22: Strutture di ospitalità preferite dai Canadesi nei parchi nazionali (risposta multipla possibile)

**Informazioni necessarie per includere le aree protette italiane nei pacchetti**

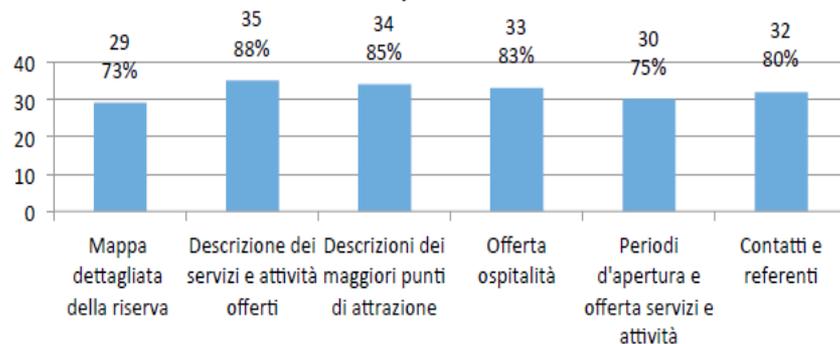


Grafico 23: Esigenze espresse dagli operatori per aggiungere le aree protette italiane nei loro pacchetti

...ma non solo...

I parchi naturali costituiscono il cuore dei prodotti turistici naturalistici in Italia e sul totale turisti presenti nel Paese il 42,5% dichiara di desiderare una vacanza in un parco naturale, addirittura il 44,5% se il parco è in Italia.

**Ha mai desiderato svolgere una vacanza in un parco naturale**

(valori % sul totale rispondenti)

	Italiani	Stranieri	Totale
si	38,3	47,3	42,5
no	61,7	52,7	57,5
<b>totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Ha mai desiderato svolgere una vacanza in un parco naturale in Italia**

(valori % sul totale rispondenti)

	Italiani	Stranieri	Totale
si	49,0	39,4	44,5
no	51,0	60,6	55,5
<b>totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

# ...e di più

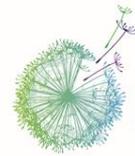


Non si riesce e non si riuscirà a comprendere ed a gestire il fenomeno della domanda turistica che si rivolge ai Parchi, se non ci si pone in grado di innovare profondamente la raccolta dei dati al riguardo. O, meglio, di impostare ex novo un efficace sistema di raccolta ed analisi degli stessi.

Sulla base dei risultati degli studi realizzati dal Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, si può rispondere alle esigenze ed agli obiettivi di conoscenza, tutela e valorizzazione delle aree afferenti ai parchi naturali in Italia in tema di turismo, attivando **strumenti di monitoraggio finalizzati ad una concreta governance del turismo sostenibile in questi territori.**



MINISTERO DELL'AMBIENTE  
E DELLA TUTELA DEL TERRITORIO E DEL MARE



2017  
ANNO INTERNAZIONALE  
DEL TURISMO SOSTENIBILE  
PER LO SVILUPPO

Grassie

[www.unioncamere.gov.it](http://www.unioncamere.gov.it) [www.starnet.unioncamere.it](http://www.starnet.unioncamere.it)

