

## **Successo per il doppio convegno su "Natura e Sviluppo - Il Parco dei Monti Picentini"**

**Gli esperti disegnano gli scenari del futuro nel segno dello sviluppo e dell'occupazione.**

Successo per il doppio appuntamento di ieri con "Natura e sviluppo – Il Parco delle Opportunità" convegno promosso dal Parco Regionale dei Monti Picentini per stimolare l'interesse e la partecipazione degli attori locali.

La riflessione sui temi del turismo e dello sviluppo si è articolata in due momenti speculari - il primo ad Acerno (Sa), il secondo a Nusco (Av) - in omaggio alla articolazione territoriale del Parco che comprende territori di entrambe le province.

Il saluto del vicesindaco di Acerno De Nicola ha aperto i lavori che sono stati introdotti dalla brillante prolusione del moderatore, il caporedattore RAI Salvatore Biazzo che ha posto sul tappeto i temi - modalità dello sviluppo turistico, sviluppo del gap nord-sud, necessità di "fare rete" tra gli operatori - da affrontare per realizzare effettivamente lo sviluppo.

Interessanti gli interventi dei relatori che hanno affrontato da varie angolazioni i diversi aspetti che il Parco dovrà affrontare per avere successo.

Davide Bomben, esperto di parchi internazionali, ha commentato i dati che testimoniano come in Africa i parchi hanno concretamente portato sviluppo senza la necessità di investimenti particolari. Namibia, Botswana ma anche Svezia sono esempi di come si possa trarre giovamento economico ed occupazionale semplicemente valorizzando le risorse del territorio.

La necessità di creare comunità locali coese è stata posta in evidenza dall'intervento di Anita Tournour che ha sottolineato come questo sia un fattore indispensabile di un territorio che va fatto percepito come risorsa e non come limite.

Negli anni '60 nasce il concetto di sviluppo sostenibile e quello di ecoturismo e, di conseguenza, la gestione del parco deve passare dalla funzione di controllore a quello di servizio, chi controlla deve però essere chi abita il territorio, la funzione di controllo passa perciò in testa agli abitanti che sono anche i destinatari dello sviluppo che la gestione del parco può generare.

"La marginalità è un valore - ha spiegato Tournour - il territorio è vergine e ricchissimo di potenzialità. Ambiente, agricoltura, turismo e risorse umane sono le voci che possono essere sviluppate all'interno di un discorso complessivo di salvaguardia e tutela di quello specifico territorio. La manutenzione, la pianificazione e lo sviluppo e turismo sostenibile sono i campi dove bisogna operare cercando di capire i limiti che il territorio può sostenere. La valorizzazione della cultura locale (feste, sagre, artigianato) è parte di questo processo di riappropriazione del territorio che porta le popolazioni a riconoscersi di nuovo nel territorio. Nelle risorse umane il lavoro da fare è educare al rispetto dell'ambiente, all'accoglienza, mettere in evidenza le opportunità, lo sviluppo del resto non è solo economico ma anche occupazionale sia diretta che indiretta. Il turista adesso cerca un piacere multisensoriale".

E' partito dall'esame dell'opinione della stampa e dei turisti stranieri Marletto che, nonostante le recenti vicende legate all'emergenza rifiuti, è ancora molto positivo per l'Italia. Interessante il trend di sviluppo turistico del turismo naturalistico.

"In Campania gli arrivi sono superiori ai 4 milioni per anno - ha spiegato Marletto - in leggero aumento nell'ultimo triennio degli stranieri. Il turismo naturalistico ha un fatturato di 9 milioni di euro annui in costante aumento, è un dato su cui riflettere. Internet può essere uno strumento per far conoscere una zona, per prenotare o per acquisire informazioni su un luogo dove vogliono andare. L'e-commerce pesa per il 60% sul fatturato turistico e molto di questo passa per siti istituzionali di enti o comunità. Il turista straniero è, però, avvezzo al turismo di qualità (informazioni trasparenti, qualità dell'accoglienza, impatto ambientale).

La scelta del Parco dei Picentini di dotarsi di un marchio di qualità è nel senso di dare rassicurazioni sulla qualità al cliente. Ci saranno tre tipologie di marchio, uno per le garanzie di base per soddisfare il cliente, un secondo marchio che garantisce la salvaguardia dell'ambiente, c'è poi il terzo tipo di marchio che testimonia attenzione per le persone diversamente abili che saranno accolte al meglio. La scelta di chiedere il marchio di qualità è libera anche sui diversi requisiti da poter offrire. Sono in fase di attuazione dei disciplinari e dei capitoli per stabilire come vanno concessi questi marchi di qualità che possono essere richiesti al Parco che attraverso un proprio organismo governerà il processo di concessione che saranno particolarmente messe in evidenza nelle iniziative promozionali del Parco, ci sarà anche un sistema di monitoraggio che assicuri la persistenza delle caratteristiche nel tempo e si curi di monitorare anche la soddisfazione del cliente. L'obiettivo che si vuole raggiungere è invogliare il sistema del Parco verso una crescita qualitativa che sarà incrementata anche dal passa parola positivo".

Il prof. Alfonso Siano, ordinario di marketing e corporate communication presso l'ateneo salernitano, ha evidenziato come solo il contributo integrato di tutte le comunità di un territorio per disegnare l'identità e comunicarla all'esterno.

"Il turismo rurale è particolare, i territori hanno meno appeal delle zone costiere che crea un elemento di svantaggio, bisogna mettere su territori coesi dove ogni area dà il suo contributo alla composizione dell'identità di un prodotto integrato che ha il suo appeal. Ciò obbliga le comunità locali a muoversi insieme altrimenti non raggiungono questo risultato. I simboli, le condotte sono espressione della comunicazione del territorio, anche quelli vanno curati, se le comunità riescono a fare gioco di squadra possono lavorare sulla "comunicazione comportamentale" e "commitment" (insieme delle azioni coerenti in un certo periodo) per sviluppare la reputazione che è la parola chiave della comunicazione d'impresa e della comunicazione del territorio. Probabilmente con una migliore reputazione della Campania sul rispetto dell'ambiente saremmo stati trattati meno ferocemente dalla stampa internazionale sul tema dei rifiuti".

Il Presidente del Parco dei Picentini ha sottolineato la funzione del parco come strumento di difesa territoriale nel senso dello sviluppo sostenibile e dell'utilizzo dei fondi europei 2007/2016 che saranno destinati alla crescita dell'area protetta e dell'occupazione.

Il Sindaco di Nusco Giuseppe Del Giudice ha notato come il Parco è qui già operativo con iniziative continue.

"Il comune di Nusco - ha spiegato il sindaco - ha inserito come scelta strategica il centro storico del comune nel territorio del Parco, inteso come non come sistema di vincoli ma come opportunità. Il Parco intercetta una tematica moderna, la globalizzazione ha imposto una rivalutazione delle entità locali che ne sono il più alto competitore.

Il centro storico è uno dei borghi più belli d'Italia, senza un cassonetto dei rifiuti, facciamo la raccolta porta a porta del 100%.

Come connettere lo strumento Parco con i flussi turistici ed economici, l'aspetto dello sviluppo

immateriale è una premessa strategica, come l'ICT per le pubbliche amministrazioni che è una precondizione. Il nostro è un territorio marginale in cui non ci sarà mai una presenza di massa, educati ad un rifiuto del proprio abitare, con mito del mare, del nord, sviluppando un rifiuto inconscio dei nostri luoghi. Occorre capire quali sono i nostri luoghi, cos'è la montagna, conoscerne delle eccellenze. Il Parco sarà "no limits" aperto a quanti sono affetti da disabilità. Bisogna recuperare il senso della comunità intesa come area vasta composta da più comuni e ragionare come territorio, come città diffusa".

Il convegno è parte di una più complessa strategia promozionale, che vedrà il Parco protagonista a livello internazionale.

«Abbiamo messo in campo – dice Pasquale Penza dell'Euroform, nel progetto insieme con il Gruppo Soges e "Noi con loro Onlus" – azioni promozionali che daranno visibilità al Parco a livello internazionale. Sono già in corso accordi con reti pubbliche di 12 paesi europei, per diffondere la conoscenza di questa parte della Campania».