



Parco Regionale della Maremma

Relazione metodologica componente economico-turistica

2 dicembre 2022

SL&A s.r.l.

Via Iside, 8 (Colosseo) - 00184 Roma
Tel. 06-4741245/6 Fax 06-47823753
e-mail: slea@slea.it - www.slea.it
P.IVA 04559961000

Unità Operativa Trentina
Via Trento n. 14 - 38079 Tione di Trento (TN)

PREMESSA

Il Parco Regionale della Maremma è un parco-modello per diversi motivi: di tutela e protezione ambientale, di attrattività turistica, di vocazione economica con le proprie imprese agricole. Il suo perimetro logico, che si ritrova nell'immaginario collettivo di chi lo conosce e/o frequenta, lo rende più vasto e attrattivo rispetto alla reale estensione fisica, anche per avere incarnato il concetto stesso di marca territoriale intorno ad un'area protetta.

Il suo spiccato carattere distintivo e la sua bellezza simbolica sono punti di forza, assolutamente identitari tali da conferire valore non solo a ciò che rappresenta e sta nei confini fisici del Parco, ma anche più in generale a chi riesce a farvi riferimento. "Ciò che sta nei confini fisici del Parco" è rappresentato dal patrimonio naturalistico protetto, dalle imprese produttive locali, dalle esperienze che, consentendo la fruizione degli attrattori territoriali, rappresentano i "pull factors" (fattori di attrazione) emozionali che spingono il turista a sceglierlo come luogo della propria vacanza.

È per questi motivi che l'approccio metodologico utilizzato è stato trasversale alle varie discipline, al fine di integrare le diverse visioni di tutela, protezione e valorizzazione in una unica proposta progettuale.

METODOLOGIA

A fronte di quanto inserito in premessa, l'approccio metodologico utilizzato per la realizzazione del quadro conoscitivo e degli studi relativi agli aspetti socio-economici e turistici, ha avuto come obiettivo quello di individuare i principi, i valori e gli attrattori immateriali e materiali della cosiddetta "identità-specchio" da mantenere e valorizzare in quanto realtà produttiva, da diffondere all'esterno in quanto fattore di attrazione, da condividere internamente in quanto elementi identitari.

Si è trattato pertanto di un processo di analisi che, partendo dallo studio delle caratteristiche del patrimonio naturale e antropico, ha condotto alla definizione del valore di questo capitale dal punto di vista economico-turistico in quanto il capitale/patrimonio naturale del Parco è dato certo dalla protezione e tutela di specie e biotopi rari, ma anche e forse soprattutto dalla conservazione e valorizzazione di attività produttive umane che hanno definito la tessitura territoriale e con questa anche il paesaggio, e dalle realtà economiche che ne consentono la conoscenza e la fruizione dal punto di vista dell'esperienza turistica. Tutti questi elementi e queste attività si prestano appieno alla "messa in valore" compatibile con la tutela, la conservazione e la valorizzazione senza la necessità di "museificarli" ma consentendo di garantire la conoscenza e il coinvolgimento di tipo immersivo ed esperienziale, con l'obiettivo ultimo di rendere consapevoli i cittadini e i turisti del valore che il Parco della Maremma è in grado di esprimere ben oltre il proprio valore materiale.

Il presupposto sul quale è stata impostata la metodologia è che il Parco è soggetto fornitore di servizi ecosistemici: come tale è da un lato il soggetto che ne tutela e conserva lo stato ambientale ed ecologico, dall'altro che ne garantisce la valorizzazione anche fornendo un sostanziale contributo alla creazione di economie locali.

Partendo da questo antefatto, selezionato l'oggetto di studio e stabiliti gli obiettivi, la realizzazione del quadro conoscitivo ha seguito un approccio trasversale e transdisciplinare, analizzando le relazioni esistenti tra i diversi sistemi del Parco (sistemi ecologici, economici, turistici, etc), sia per riconoscere gli elementi e/o spazi di sovrapposizione, sia per individuare le migliori modalità e strumenti per il mantenimento dell'equilibrio e della sostenibilità di ogni attività antropica nel e verso il Parco.

Il metodo applicato si riferisce alla definizione e costruzione del prodotto turistico (inteso come insieme di beni e servizi di un territorio, organizzati nell'offerta locale per rispondere ai bisogni di specifici segmenti della domanda turistica) sostenibile, ovvero di un prodotto che si preserva per un tempo illimitato, non altera l'ambiente naturale, sociale e culturale del territorio, non impedisce lo sviluppo di attività sociali ed economiche che siano compatibili con il contesto in cui sono inserite. In tal senso pertanto il turismo sostenibile è stato inteso come pre-condizione dello sviluppo locale, attenendosi all'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile.

L'approccio metodologico infine ha tenuto presente anche la necessità di individuare un metodo di racconto comunicativamente avanzato per l'elemento "paesaggio", la cui valorizzazione rappresenta sempre di più la precondizione per un turismo sostenibile e di qualità, al fine di far emergere i caratteri più delicati del Parco, contando proprio sull'identità-specchio delle risorse interne.

LE FASI DI STUDIO

Le fasi di studio che hanno portato dapprima alla realizzazione del quadro conoscitivo, successivamente alla definizione della zonizzazione e della componente programmatica sono state:

- 1) Analisi dei trend di consumo e dei trend di domanda turistica attuali e potenziali, al fine di descrivere i comportamenti e i bisogni di chi è o sarà interessato ad entrare in contatto con il Parco dall'esterno.
- 2) Analisi del contesto interno, con mappatura e realizzazione della cartografia dell'offerta ricettiva (alberghiera ed extra-alberghiera) e dell'offerta dei servizi, analisi dei flussi turistici in termini di arrivi e presenze, mappatura e analisi di itinerari ed attrattori più frequentati).
- 3) Analisi delle relazioni tra sistemi, individuando gli attuali e i potenziali hub di concentrazione della domanda (hub di accesso, attrattori esperienziali), gli assi di mobilità, le attività antropiche di tipologia non direttamente turistica, ma al turismo connesse.
- 4) Approfondimento e studio delle proposte di zonizzazione presentate dal gruppo di lavoro, al fine di individuare all'interno di queste gli elementi attrattivi in grado di valorizzare il messaggio turistico e allo stesso tempo gli strumenti di tutela e protezione, che da mero vincolo e strumento tecnico possono essere comunicati come valore aggiunto dell'esperienza turistica.
- 5) Contributo alla stesura delle norme tecniche per quel che attiene le attività e i servizi turistici nonché gli elementi materiali di attrazione turistica o con funzione di regolazione dei flussi.

- 6) Individuazione degli elementi della componente programmatoria di carattere gestionale, al fine di creare un raccordo tra gli scenari strategici e la componente pianificatoria, tenendo presente che i protagonisti della fruizione turistica (domanda, offerta, attrattori del Parco, Comunità) sono gli stessi attori che sono coinvolti in parte nelle politiche gestionali.

Traducendo le fasi di lavoro sopra riportate in un linguaggio di strategia turistica, si è seguita la "customer journey" del turista, ovvero il percorso che il fruitore compie dalla fase di suggestione al viaggio, alla scelta della destinazione, alla prenotazione, fino alla fruizione dell'esperienza e il successivo rientro a casa, con la memoria e il passaparola, on e off line, che ne consegue.