

**LA VALORIZZAZIONE DELLA RETE DEI
RIFUGI PER UNO SVILUPPO DEL TURISMO
SOSTENIBILE IN MONTAGNA
Un Progetto Pilota per le Alpi Marittime
e le Dolomiti Bellunesi
Alessandra Gorìa* e Davide Zanoni****

**RAPPORTO SULLO SVILUPPO SOSTENIBILE
5.2004**

*Fondazione Eni Enrico Mattei
alessandra.goria@feem.it
** Avanzi
zanoni@avanzi.org

Questo Rapporto descrive i risultati di un progetto di ricerca svolto nel 2003 dall'Istituto per la Ricerca Sociale (IRS) di Milano in collaborazione con il Club Alpino Italiano (CAI) e finanziato dalla Fondazione Cariplo nell'ambito dei bandi di ricerca sull'Area Ambiente.

Gli autori ringraziano il Prof. Bruno Dente, coordinatore scientifico dell'IRS, per la preziosa supervisione scientifica, Emanuele Della Morte per la valida assistenza, ed il Club Alpino Italiano per l'interesse e l'entusiasmo mostrati per questa ricerca e per la promozione del progetto. Si ringraziano inoltre tutti i soggetti intervistati per la disponibilità e la collaborazione.

Le opinioni espresse nel presente lavoro non rappresentano necessariamente la posizione della Fondazione Eni Enrico Mattei

RIASSUNTO

L'obiettivo del progetto di ricerca è stato quello di identificare gli interventi necessari ad attuare programmi di sviluppo sostenibile nelle zone montane, tramite la valorizzazione della rete dei rifugi esistenti. Sono stati condotti due studi pilota in due zone montane identificate come estremamente rilevanti dal punto di vista della ricchezza naturalistica, ma molto diverse per quanto riguarda la tipologia della domanda e dell'offerta di turismo: la zona del Parco delle Alpi Marittime (Argentera) e quella del Parco delle Dolomiti Bellunesi. La metodologia si è basata sullo svolgimento di interviste semi-strutturate ai principali operatori del settore, ovvero gestori, guide alpine, rappresentanti delle associazioni turistiche e albergatori, e sulla somministrazione di questionari ad un campione di visitatori dei rifugi nei due Parchi, che ha permesso l'applicazione di *contingent valuation methods* per stimare i fattori che influenzano la disponibilità a pagare (*willingness to pay*) per la realizzazione di alcuni ipotetici scenari di valorizzazione dei rifugi, offrendo le basi per una valutazione economica delle preferenze nell'ambiente alpino.

I risultati mostrano che la diversità nelle preferenze dei visitatori riflette la diversità nel sistema dell'offerta fra i due Parchi. Fattori socio-culturali, quali il livello di istruzione, la professione e l'appartenenza al territorio, risultano giocare un ruolo di rilievo nel sistema delle preferenze, e dunque possono essere funzionali all'orientamento delle politiche di sviluppo. Il coordinamento fra i principali attori del sistema dell'offerta del turismo, la ri-definizione delle politiche di gestione dei rifugi da parte delle sezioni del CAI, la creazione di un'identità forte del sistema Parco per una promozione turistica più efficace, e l'attuazione di progetti pilota per la riqualificazione dei rifugi emergono come strategie cruciali per lo sviluppo sostenibile del turismo nelle aree alpine.

SUMMARY

The aim of the project is to identify some suitable actions to promote tourism in the alpine mountain regions within a sustainable development framework. Two pilot studies have been carried out in two selected mountain areas, both identified as extremely rich in terms of natural resources' endowment but very different in terms of the tourism demand and supply systems: the Park of the Maritime Alps (Argentera) and the National Park of the Dolomites of Belluno. The analysis has focused both on the demand and supply side of the local tourism system: the supply analysis has been carried out through semi-organised interviews to the main tourist operators, whereas the demand analysis, based on a survey to a sample of visitors in two selected huts in the two Parks, has applied *contingent valuation methods* to estimate the determinants of the visitors' *willingness to pay* (WTP) for alternative scenarios of re-qualification of the mountain huts in a perspective of sustainability. The results show that differences in the visitors' preferences reflect the diversity of the tourism supply systems in the two mountains areas. Social and cultural individual factors, such as the educational level, the professional qualifications, and the sense of belonging to the local culture play an important role in the system of preferences, and may become instrumental to development policies. The enhancement of the co-operation among all the relevant stakeholders, the redefinition of the Italian Mountain Club's policies for a more effective management of the alpine huts, the design of a strong Park identity to improve marketing activities and to promote tourism, and the implementation of some pilot projects to restructure and re-qualify the alpine huts, emerge as crucial actions to promote a strategy of sustainable development of tourism in the alpine region.

Keywords: Sustainable development, Tourism, Alpine mountain region, Contingent valuation methods, Survey data

JEL: Q21, Q26, C21, C42

INDICE

<u>1. Introduzione</u>	2
<u>2. Descrizione del territorio e caratteristiche principali del Parco delle Alpi Marittime e del Parco delle Dolomiti Bellunesi</u>	3
<u>3. Offerta turistica e contesto locale</u>	5
<u>4. La rete dei rifugi: analisi dell’offerta</u>	8
4.1 Il ruolo degli attori.....	8
4.2 Criticità e vincoli alla valorizzazione.....	12
<u>5. Analisi della domanda</u>	15
5.1 Analisi statistico- descrittiva del campione.....	16
5.2 Valutazione economica delle preferenze per le opzioni di riqualificazione dei rifugi.....	20
<u>6. Strategie di valorizzazione</u>	22
6.1 Progetto pilota.....	27
<u>7. Conclusioni</u>	27
<u>Bibliografia</u>	29
<u>Allegato 1</u>	30
<u>Allegato 2</u>	36
<u>Allegato 3</u>	42
<u>Allegato 4</u>	44

1. Introduzione

Questo rapporto illustra i risultati di un progetto di ricerca promosso dal Club Alpino Italiano con l'obiettivo di capire come valorizzare la rete dei rifugi nelle zone alpine in una prospettiva di sviluppo del turismo sostenibile in montagna.

L'idea progettuale è nata dalla considerazione che l'ambiente montano rappresenta una risorsa ambientale poco sfruttata e usufruibile, perché di accesso ancora essenzialmente limitato agli appassionati alpinisti o escursionisti. Questo a fronte di un patrimonio naturalistico molto ricco, che ha un grosso valore strategico per il turismo grazie all'opportunità di conoscenza della flora, della fauna e dell'intero ecosistema montano. L'evidenza empirica sulla frequentazione dei rifugi nelle nostre regioni mostra infatti una netta prevalenza di fruitori con interessi sportivi (alpinismo ed escursionismo) o di ristorazione, rispetto a visitatori con interessi prettamente naturalistici. Nonostante la rete dei rifugi alpini ed appenninici sia collocata in luoghi di alto valore naturalistico, essa dunque intercetta solo una minima parte della potenziale domanda di turismo, più consistente in altre aree del territorio (si pensi alle zone umide costiere).

L'obiettivo del progetto di ricerca è stato quello di identificare le azioni necessarie per sviluppare programmi di sviluppo sostenibile in grado di ampliare l'offerta di servizi per il turismo nelle zone montane e di 'catturare' la domanda facendo perno sulla rete dei rifugi esistenti.

Più in dettaglio il progetto si è proposto di:

- analizzare le esigenze di riqualificazione dell'offerta da parte dei rifugi
- analizzare le caratteristiche della potenziale domanda di turismo sostenibile legato ai rifugi nelle aree montane
- esplorare possibili sistemi di relazioni efficaci fra i principali soggetti che potrebbero essere coinvolti e farsi promotori di progetti di turismo naturalistico, ad esempio gestori dei rifugi, guide alpine, aziende di soggiorno e di turismo, enti locali e comunità montane, albergatori, enti parco, scuole etc.

La metodologia si è basata sullo svolgimento di due studi pilota in due zone montane egualmente rilevanti dal punto di vista naturalistico ma con caratteristiche molto differenti sia per quanto riguarda il tipo di domanda che per quanto riguarda l'offerta turistica: la zona del Parco delle Alpi Marittime e quella del Parco delle Dolomiti Bellunesi.

Relativamente alle due aree montane la ricerca si è sviluppata essenzialmente in due fasi:

- l'analisi dell'offerta, attraverso una campagna di interviste semi-strutturate ai rappresentanti delle diverse categorie di attori potenzialmente interessate ad uno sviluppo del turismo naturalistico al fine di accertare: la conoscenza delle risorse naturali presenti, la disponibilità a cooperare nello sviluppo di programmi di espansione dell'offerta, le loro percezioni relativamente alle principali priorità di azione per conseguire gli obiettivi desiderati;
- l'analisi della domanda, attraverso uno studio basato su alcune interviste ai visitatori delle due aree montane volte ad identificare le principali caratteristiche della domanda attuale e potenziale per una fruizione più sostenibile dell'ambiente montano.

2. Descrizione del territorio e caratteristiche principali del Parco delle Alpi Marittime e del Parco delle Dolomiti Bellunesi

Il Parco Naturale Alpi Marittime, istituito con legge regionale n. 33 del 14 marzo 1995, nasce dall'unione di due importanti aree protette piemontesi: il Parco Naturale dell'Argentera (1980) e la Riserva Naturale del Bosco e dei Laghi di Palanfré (1979).

Le Alpi Marittime, estremo lembo meridionale della catena alpina, dividono la pianura piemontese dalla costa nizzarda e sono comprese tra due valichi molto frequentati fin dall'antichità: il Colle di Tenda e il Colle della Maddalena

Con 28.500 ettari di territorio, distribuiti su tre valli (Vermenagna, Gesso, Stura) e quattro comuni (Aisone, Entracque, Valdieri, Vernante) è la più estesa area protetta della Regione.

Il Parco è gemellato dal 1987 con il Parc National du Mercantour e nel 1993 ai due Parchi è stato attribuito dal Consiglio d'Europa il Diploma Europeo per la salvaguardia dell'ambiente. Nel 1998 i due Enti hanno firmato una carta di collaborazione che ha posto le basi per la costituzione di un'area protetta internazionale. Gli ambiti di attività congiunta riguardano la conservazione della biodiversità, le reintroduzioni faunistiche ed i monitoraggi, l'educazione e la sensibilizzazione delle persone a uno sviluppo sostenibile, il miglioramento delle condizioni di vita delle popolazioni residenti.

Il Parco comprende la parte centrale delle Alpi Marittime, un ambiente montano di grande bellezza e di elevatissimo valore ambientale, considerato, insieme al confinante Parc National du Mercantour, una delle entità naturali e culturali più interessanti d'Europa.

Fin dalla preistoria gli uomini hanno abitato queste montagne, come testimoniano le oltre 30000 incisioni rupestri della Valle delle Meraviglie e del Vaj del Bouc.

A partire dal 1857 Vittorio Emanuele II istituì una Riserva Reale di caccia sui territori che oggi sono protetti dai due Parchi.

L'area delle Alpi Marittime è famosa in tutto il mondo per la sua ricchezza botanica. Complessivamente viene stimata la presenza di 2.600 specie, un patrimonio pari a quasi la metà di quello dell'intera penisola.

A rendere vario il clima e di conseguenza la flora contribuiscono la vicinanza del mare e l'esistenza di numerose cime oltre i 3.000 metri di quota, tra cui spicca l'Argentera, che con i suoi 3297 metri rappresenta il tetto delle Marittime. Queste condizioni favoriscono la presenza non solo di un elevato numero di specie, ma anche di numerosi endemismi, cioè di piante che crescono esclusivamente in una certa area. Della trentina di endemismi delle Marittime, quello che attira particolarmente la curiosità dei visitatori e l'interesse dei botanici è la Saxifraga florulenta.

Poche aree protette possono vantare una ricchezza faunistica come quella del Parco naturale delle Alpi Marittime. La specie più facilmente osservabile è il camoscio; il popolamento di questo animale, che può contare su circa 4500 esemplari, se considerato in rapporto alla superficie è uno dei più consistenti delle Alpi. Lo stambecco, reintrodotta per volere di Vittorio Emanuele III negli anni Venti, dalla ventina di capi provenienti dal Gran Paradiso è passata a oltre 500 esemplari, che possono essere ammirati da distanza ravvicinata soprattutto in periodo primaverile. Altri ungulati presenti nel Parco sono il capriolo e il cinghiale. In estate è possibile l'incontro con il muflone, proveniente dal vicino Parco del Mercantour, ed il lupo. L'avifauna, estremamente ricca e diversificata, comprende quasi tutte le specie tipiche dell'arco alpino occidentale, dal gallo forcello alla pernice bianca, ed un gran numero di migratori. Nel Parco vivono sette coppie di aquila reale e sono presenti molte altre specie di rapaci, tra cui il gipeto, che è ricomparso di recente nelle Alpi Marittime grazie ad un progetto europeo di reintroduzione.

La storia del Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi ha inizio negli anni '70, quando l'Azienda di Stato per le Foreste Demaniali ha creato una serie di riserve naturali nelle aree in quota, divenute

poi la base del futuro Parco. Il decreto ministeriale di istituzione del Parco Nazionale, che ne ha fissato i confini, è stato firmato il 20 aprile del 1990. In seguito, nel luglio del 1993, è nato l'Ente pubblico che gestisce il territorio protetto.

Il territorio compreso nel parco include ambienti di media e alta montagna ed è localizzato tra le valli del Cismon ad ovest e del Piave ad Est, con propaggini a nord verso il bacino del Maè (Val Prampèr) e nel basso Agordino. I gruppi montuosi interessati sono quelli delle Alpi Feltrine (Vette, Cimonega, Pizzocco-Brendol-Agnelezze), del Pizzon-Feruch-Monti del Sole (tra le Valli del Mis e del Cordevole), della Schiara-Pelf e della Talvéna, nel settore nord orientale. Nelle vicinanze del parco vi sono altre aree protette che contribuiscono alla costruzione di una rete di grande importanza biogeografica: il parco delle Prealpi Carniche, il Cansiglio, il Parco Naturale Paneveggio-Pale di San Martino e quello dei Lagorai.

Nel Parco rientrano territori appartenenti a 5 comunità montane (Feltrina, Bellunese, della Valbelluna, Agordina e Basso Cadore-Longaronese-Zoldano) e a 15 comuni (Sovramonte, Pedavena, Feltre, Cesiomaggiore, San Gregorio nelle Alpi, Santa Giustina, Sospirolo, Sedico, Belluno, Ponte nelle Alpi, Longarone, Forno di Zoldo, La Valle Agordina, Gosaldo, e Rivamonte), anche se i confini dell'area protetta sono stati tracciati lontano dalle presenze antropiche.

Il settore più occidentale, quello delle Vette Feltrine, è caratterizzato da cime erbose (la più celebre è la piramide del Monte Pavione, 2335 m) ed estesi detriti di falda, circhi glaciali e conche carsiche. Vi si accede dalla zona collinare (Croce d'Aune, Col dei Mich, Val di San Martin) attraverso ripidi sentieri che aggirano versanti scoscesi, con ambienti che ricordano i paesaggi prealpini. Il sottogruppo di Cimonega ha invece un'impronta tipicamente dolomitica e culmina nei 2550 m del Sass de Mura. E' accessibile dalla profonda Valle di Canzoi, dalla quale si raggiungono anche gli altopiani di Erera-Brendol e i Piani Eterni nel settore più orientale delle Alpi Feltrine. Aspetti dolomitici e prealpini sono presenti nei sottogruppi del Pizzocco e di Agnelezze.

Anche sul versante bellunese vi è alternanza fra imponenti pareti dolomitiche (Burel della Schiara) e cime erbose (Monte Serva). Di pregio anche la foresta nella conca di Cajada e gli spalti erboso-rupesci del gruppo della Talvéna; caratteristici delle Dolomiti più interne sono i versanti sulla destra idrografica del torrente Maé (Val Pramper e del Grisol) che si differenziano nettamente dagli aridi e dirupati pendii che si osservano risalendo la Valle del Piave.

All'interno del perimetro del Parco sono inclusi anche due laghi artificiali, quello del Mis e quello de La Stua in Val Canzoi.

La fauna presente nel Parco è molto diversificata: tra i mammiferi le specie più significative sono gli ungulati, tra cui spiccano il camoscio (circa 2000 esemplari), il capriolo ed il cervo; è presente anche il muflone, immesso a fini venatori. Esistono poi tutte le altre specie della fauna alpina: lepre, volpe, tasso, ermellino, donnola, scoiattolo, ghio e riccio. Negli ultimi sono ricomparsi, dopo anni di assenza, i grandi predatori: la lince e l'orso, indice di una elevata qualità ambientale del territorio. L'avifauna è piuttosto ricca, per la grande varietà di ecosistemi del parco: sono ben rappresentati i rapaci sia diurni che notturni. L'aquila reale, ad esempio, frequenta i territori del Parco, le pareti con nicchie ben protette ove nidifica con almeno cinque coppie. Un ruolo molto particolare svolgono i tetraonidi (gallo cedrone, forcello, francolino di monte e pernice bianca) e la coturnice, tutte specie di grande pregio e spesso segnalate in regresso su tutto l'arco alpino. Di qui l'importante funzione che il Parco svolge per la conservazione di un tale patrimonio.

Una delle principali motivazioni scientifiche per l'istituzione del Parco è la grande ricchezza e rarità della flora. La flora vascolare (piante con fiori ed altre dotate di radici, fusto e foglie) ha una consistenza di oltre 1500 specie, tra cui molte endemiche, rare o di elevato valore fitogeografico. La parte più meridionale del parco è quella più ricca in tal senso, in quanto meno toccata dalle glaciazioni con possibilità di sopravvivenza per le specie più antiche.

Notevoli anche le testimonianze della presenza umana: tre le più significative si ricordano i numerosi siti archeologici paleolitici, le antiche miniere di Valle Imperina, l'antica certosa di Vedana e le città d'arte di Feltre e Belluno. Distribuite sul territorio ci sono anche testimonianze

minori, come le chiesette della fascia pedemontana, gli antichi ospizi medioevali della Val Cordevole, le strade militari, le malghe e le calchere (fornaci costruite vicino ai torrenti per cuocere le pietre e produrre calce).

3. Offerta turistica e contesto locale

L'economia dei quattro comuni del Parco delle Alpi Marittime è piuttosto fragile, caratterizzata da una costante riduzione della popolazione e del reddito derivante dalle tradizionali attività agricole. La attività di tipo artigianale non sono molto diffuse e scarse sono anche le strutture per l'agriturismo. In questo contesto le potenzialità turistiche del Parco dovrebbero essere meglio sfruttate con interventi e investimenti che rispettino le qualità ambientali ed una "gestione integrata" di tutte le risorse offerte dal territorio.

Il rendimento del capitale turistico esistente è piuttosto basso: il livello occupazionale nelle strutture ricettive è ridotto ed alcune risorse, come l'elevato numero di abitazioni per vacanze, vengono scarsamente sfruttate.

Le strutture turistiche della zona sono di *standard* qualitativo non elevato e necessitano di adeguamenti estetici e funzionali. Mentre in passato la tendenza era contraddistinta dalla presenza di un turista abituale, per lo più di origine ligure, il mercato è ora cambiato e sono necessari sforzi per adeguare e rinnovare l'offerta, dando nuovo impulso al marketing turistico.

Data una struttura economica debole e scarsamente articolata, l'aumento del reddito e dell'occupazione nel settore turistico diventano fattori chiave di un processo di sviluppo del territorio. Gli operatori, in particolare i gestori dei rifugi, possono contare su stagioni brevi, in parte a causa delle condizioni climatiche e della difficile accessibilità, in parte per una scarsa propensione ad un pieno utilizzo delle strutture ricettive. Molti gestori sono infatti restii ad aprire i rifugi fuori stagione perché conducono altre attività o perché non sono interessati ad incrementare l'offerta di servizi.

La destagionalizzazione e l'incremento del livello di spesa dei turisti, grazie a beni e servizi qualitativamente migliori, rappresentano i principali fattori su cui puntare per migliorare il contesto economico locale.

La capacità di promozione da parte dell'Ente Parco e degli altri operatori è condizionata da strutture ricettive poco qualificate: il numero di alberghi è limitato ed offrono servizi di basso *standard* qualitativo, anche se l'offerta dei rifugi è relativamente più adeguata, sia per copertura in quota che qualità del servizio.

La carenza strutturale delle unità ricettive rispetto agli *standard* internazionali rappresenta un punto di debolezza nella ricerca ed accesso a nuovi mercati, soprattutto per categorie di turisti esigenti.

Nel territorio del parco sono presenti cinque campeggi che potrebbero svolgere un ruolo fondamentale nella promozione di gite e soggiorni in quota; frequentati abitualmente da clientela straniera (olandese e tedesca), più propensa ad un turismo "sportivo", rappresentano il luogo ideale per creare mercato alla rete dei rifugi.

Un pieno sfruttamento delle potenzialità del turismo naturalistico esige dunque un significativo miglioramento della qualità dell'offerta e del modo in cui tale offerta viene presentata e promossa.

In termini di accessibilità, il Parco soffre i limiti di una rete stradale inadeguata, sia in direzione Torino che Milano/Genova: la statale 231, che collega Asti a Cuneo, non è in grado di sostenere il traffico locale di mezzi pesanti, allungando notevolmente i tempi medi di percorrenza.

Da Cuneo esiste un collegamento autobus con i comuni di Valdieri ed Entraque, ma la mancanza di trasporti pubblici fino all'interno del Parco è certamente un punto di debolezza. La grande maggioranza di visitatori, soprattutto per gite giornaliere, arriva in macchina, creando situazioni di congestione e forti pressioni sull'ambiente. La chiusura di alcune strade che salgono in quota, in parte a causa della neve ed in parte per la mancanza delle risorse necessarie alla manutenzione, limitano fortemente l'accesso ai rifugi.

Il Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi occupa un territorio che, dal punto di vista del mercato turistico, subisce la concorrenza di prodotti simili, dotati di migliori servizi e più facilmente accessibili: Dolomiti agordine e zoldane, Parco regionale di Paneveggio, Parco regionale delle Dolomiti d'Ampezzo, Parco regionale Dolomiti friulane, Cansiglio, Monte Grappa, altopiano di Asiago, Prealpi bellunesi. Per stessa ammissione di un responsabile del Parco, le Dolomiti Bellunesi non sono conosciute tanto per le bellezze naturali quanto per il nome. Tuttavia quest'area ha subito meno di altre l'impatto di uno sviluppo turistico poco rispettoso dell'ambiente e rimane una delle zone dolomitiche più selvagge e solitarie. Tale caratteristica, al momento vissuta come limite ad un pieno sfruttamento della risorsa parco, rappresenta invece un elemento distintivo in grado di valorizzare l'offerta turistica, soprattutto per i rifugi, luogo ideale per vivere una natura incontaminata e wilderness.

Il Parco presenta inoltre caratteri di non facile accessibilità: solo ai suoi estremi Ovest ed Est ha due accessi turistici adeguati, Croce d'Aune e Val Prampera, mentre da Sud gli accessi sono vie di attraversamento (con la eccezione della Val Canzoi, Vedana e case Bortot) e da Nord è accessibile solo da Pattine.

I Comuni del Parco sono invece ben serviti da strade di collegamento con tempi di percorrenza accettabili. Non appare invece idonea la rete di strutture di accoglienza delle auto dei visitatori, in particolare nelle frazioni e negli abitati a ridosso dei confini, che sono i siti più vulnerabili a questo tipo di impatto negativo.

Il bacino di utenza turistica limitrofo al Parco non supera le 500-700 mila persone e la sua estensione impone un cospicuo sforzo promozionale, soprattutto in direzione delle province di Padova, Treviso, Vicenza e Venezia. I fruitori tradizionali, concentrati nei fine settimana estivi, hanno forte connotazione di pendolarità, caratteristica che non produce sufficiente valore aggiunto per le strutture ricettive. Gli escursionisti che frequentano abitualmente i rifugi tendono a non pernottare, né a soggiornare in quota per diversi giorni. Alcuni gestori spiegano il prevalere di questo pendolarismo giornaliero con un sostanziale cambiamento del modo di vivere ed intendere la montagna, mutamento culturale che ha generato forme di turismo ed escursionismo "mordi e fuggi". A questa tendenza si associa un forte calo di interesse per la montagna e per l'escursionismo, denunciato anche dall'Assessore al turismo del Comune di Belluno, riscontrabile prevalentemente tra i giovani, le cui preferenze sono decisamente orientate verso altre attività e destinazioni turistiche.

L'offerta turistica nei Comuni dell'area è di recente introduzione, con l'eccezione di Gosaldo, Sovramonte, Forno, Pedavena, e di conseguenza mancano quasi completamente competenze e professionalità organizzate al fine di trasformare le potenzialità del parco in prodotti turistici concorrenziali. Nelle due città di Feltre e Belluno ci sono flussi non molto consistenti di ospiti per soggiorni d'affari e visite d'arte, ma l'indotto non è mai stato sufficiente a trainare lo sviluppo dell'economia locale. In generale appare chiara una destinazione delle strutture ricettive al supporto delle attività commerciali ed amministrative, poco orientata al turismo nel e del Parco. La distribuzione territoriale dei letti conferma questo fatto: il 70% dei letti alberghieri e il 70% dei letti totali sono a Belluno, Feltre, Ponte, Forno e Longarone.

Data un'attività turistica assai modesta, la presenza del Parco in questo contesto potrà avere certamente una funzione di stimolo per la crescita dei flussi turistici, ma il problema che si pone è quale tipo di flussi verranno indotti e in che modo risponderanno gli operatori turistici per adeguare un'offerta ricettiva che appare ancora limitata.

La struttura ricettiva extra alberghiera è decisamente meglio distribuita sul territorio limitrofo al Parco ed offre una capacità potenziale di ospitalità più elevata. Tuttavia la sua qualità non è buona (anche se i rifugi hanno beneficiato di investimenti per la ristrutturazione), nella maggioranza dei casi si limita a sfruttare una rendita di posizione e raramente è inserita in un idoneo circuito commerciale e promozionale. Inoltre è molto debole in alcuni Comuni con scarsa dotazione alberghiera, dove invece potrebbe svolgere una funzione di supplenza. Ci si riferisce in particolare

ai Comuni di La Valle e S. Gregorio che appaiono in posizione ideale per intercettare un eventuale aumento dei flussi turistici del Parco.

In questo ambito va rilevata la insufficiente capacità ricettiva dei campeggi e la necessità di dotare il feltrino di una propria struttura, proprio allo scopo di intercettare domanda di turismo naturalistico.

Da ultimo, nelle aree limitrofe al Parco, sarebbe necessario valorizzare il ruolo dell'ospitalità e della ristorazione agrituristica, che appare la più vicina alle caratteristiche della domanda di turismo naturalistico ma che, al momento, non sembra in grado di aumentare di molto la propria offerta per la debolezza delle imprese agricole.

L'Ente Parco ha dimostrato comunque di saper incontrare una domanda turistica emergente nel settore dei servizi per l'ospite. I visitatori giornalieri delle strutture di accoglienza del Parco sono in continua crescita, in particolare nelle aree di sosta e pic-nic, nei centri visita, nei musei e nelle manifestazioni promosse dall'Ente. Il che dimostra che il Parco sta diventando un elemento di attrazione turistica di fondamentale importanza per l'intero territorio, anche se ancora non è in grado di produrre gli auspicati effetti sui flussi turistici; questo però è forse imputabile ad un'assenza delle risorse umane e ed economiche del settore privato più che ad una limitata efficienza del Parco. L'Ente pare invece giocare un ruolo fondamentale per il rilancio del turismo in un territorio non più in grado di produrre offerte turistiche concorrenziali.

In questo senso la presenza del Parco si è già fatta sentire, perché ha finanziato (con 10 milioni di euro di investimento) interventi rilevanti di riqualificazione dell'offerta come il ripristino, la manutenzione e la costruzione di itinerari (Sentieri tematici e sentieri natura), il recupero di qualità nei rifugi e nei bivacchi, il recupero di malghe e casere, l'apertura dei centri visita e dei punti informazione. Ma l'intervento forse più concreto ed importante nella promozione socio-economica del territorio è il progetto "Carta qualità", realizzato dal Parco con il cofinanziamento dell'Unione Europea (Programma Leader II).

La "Carta qualità" è un documento nel quale vengono inseriti, e quindi segnalati a turisti e residenti, le attività di servizio e le produzioni più strettamente legate al "sistema parco" e che rendono l'area un territorio unico. Si tratta di un'iniziativa di "marketing territoriale", intesa a promuovere il territorio del parco nel suo complesso, costituito da animali, fiori, montagne e paesaggi, ma anche da strutture turistiche di qualità per accogliere i visitatori, da prodotti agricoli tipici e da produzioni artigianali tradizionali. La Carta qualità ha due funzioni: garantire che i servizi e prodotti offerti rispettino degli *standard* ufficiali e dei criteri di tutela ambientale per contribuire alla qualità del "prodotto parco"; promuovere gli operatori del territorio grazie ad una maggiore visibilità nei confronti di turisti e residenti. La Carta qualità deve promuovere il territorio nel suo complesso ed è quindi prevista la segnalazione di tutte le attività economiche che si svolgono entro il parco e nelle sue immediate vicinanze. Queste attività imprenditoriali sono state ripartite in sei aree di intervento: Turismo (agriturismo, ricettività alberghiera, rifugi, *bed & breakfast*); Attività di educazione ambientale ed escursionismo; Produzioni agroalimentari (prodotti tradizionali, da agricoltura biologica); Produzioni artigianali tipiche; Servizi commerciali; Eventi, sagre, feste e manifestazioni varie. I prodotti e i servizi inseriti nella carta qualità beneficiano delle attività di promozione curate dall'Ente Parco, a livello locale e nazionale, quali: la stampa di un pieghevole in distribuzione gratuita, la segnalazione delle aziende nel notiziario del Parco (inviato gratuitamente a tutte le famiglie dei 15 Comuni del Parco), la partecipazione a Fiere locali e nazionali (come il "SANA" di Bologna o il "Salone del Gusto" di Torino), l'inserimento nel sito Internet del Parco.

Va comunque sottolineato che lo sviluppo del turismo e dell'economia locale non è uno dei compiti principali del Parco e in ogni caso il Parco non può né deve essere il principale attore in quest'ambito. Tocca ad altri soggetti pubblici e privati cogliere le opportunità che un Parco, particolarmente attento ai temi dello sviluppo sostenibile, può mettere a loro disposizione.

4. La rete dei rifugi: analisi dell'offerta

4.1 Il ruolo degli attori

Nel Parco delle Alpi Marittime sono presenti otto rifugi, quattro di proprietà della sezione del CAI Cuneo (Livio Bianco, Morelli-Buzzi, Soria e Remondino) e quattro del CAI Ligure di Genova (Bozano, Questa, Pagari e Genova). La caratteristica principale di queste strutture è una localizzazione ad alta quota: il rifugio più accessibile è il Soria, nel Vallone della Barra, ad un'altitudine di 1840 m. Questo aspetto è rilevante, in quanto genera una netta selezione della clientela a discapito di quelle categorie di soggetti meno propense ad escursioni impegnative. Una elevata altitudine è dunque un fattore di promozione che polarizza e segmenta la domanda potenziale: se infatti rappresenta un vantaggio competitivo nell'attrarre alpinisti ed escursionisti esperti, magari impegnati in itinerari in quota, non aiuta certo ad attirare clienti non avvezzi all'alta montagna. I visitatori che raggiungono il parco in giornata difficilmente si impegnano in escursioni superiori alle tre ore di cammino; due soli rifugi, il Genova e il Soria, sono in grado di poter accogliere questo tipo di clientela, i cosiddetti "merenderos", cui offrono prevalentemente servizi di ristorazione. La possibilità di aumentare in modo significativo la domanda, rivolgendosi ad una clientela che non frequenta abitualmente i rifugi (scolarische, famiglie, gruppi), risulta limitata da problemi di accessibilità. Esiste dunque un vincolo strutturale all'incremento della domanda, dettato proprio dalle caratteristiche della rete dei rifugi.

Risulta anche erroneo definire i rifugi delle Alpi Marittime come una rete, in quanto non esistono facili collegamenti tra le varie strutture ricettive, sia per caratteristiche morfologiche che per inadeguatezza dei sentieri di raccordo. Con qualche eccezione, i rifugi sono dunque isolati tra loro e lontani dalle strutture di accoglienza del Parco e degli altri operatori turistici.

La gestione dei rifugi viene concessa, in cambio di un canone annuo di locazione, dalle sezioni del CAI proprietarie, cui spetta la manutenzione delle strutture.

Ciascuna sezione segue delle procedure e delle politiche di assegnazione diverse, fattore che condiziona fortemente la qualità dell'offerta dei singoli rifugi. La selezione dei gestori dovrebbe avvenire con bando pubblico, ma la trasparenza del processo risulta piuttosto scarsa ed i criteri adottati non sempre premiano la professionalità; occorre dire che risulta anche molto difficile valutare in anticipo le capacità di gestione di un operatore, soprattutto se si tratta di soggetti che non sono professionisti del settore e svolgono anche altre attività. In molti casi la concessione è rinnovata senza alcuna valutazione critica dell'operato del gestore: il ritiro di una concessione avviene solo in casi particolarmente gravi.

Il canone di affitto varia di anno in anno e si basa su una stima approssimativa dei flussi di clienti che frequentano i vari rifugi; manca però la necessaria professionalità per effettuare un'accurata analisi dei costi e dei ricavi imputabili a ciascun rifugio. Solitamente il canone di affitto subisce delle variazioni in ragione delle spese di manutenzione che la sezione ha dovuto sostenere, ma non tiene conto delle capacità gestionali dell'operatore. Nella maggior parte dei casi questi canoni sono di importo basso e non "obbligano" i gestori a migliorare il rendimento della struttura ricettiva.

Il margine di profitto che deriva dalla gestione, al netto del canone di locazione, condiziona fortemente le strategie adottate dai diversi gestori ed è una variabile fondamentale per promuovere un miglioramento dell'offerta dei rifugi e stimolare il gestore ad ottimizzare la propria attività.

Se un gestore si trova a pagare un canone piuttosto basso che varia solo in relazione agli interventi strutturali effettuati dal CAI, a prescindere dai propri risultati, difficilmente troverà uno stimolo per migliorare e promuovere la propria offerta. Per incentivare i gestori ad una riqualificazione e valorizzazione del "prodotto rifugio" occorrono canoni più elevati (utilizzati dalle sezioni per un successivo reinvestimento nelle strutture) o maggiori incentivi economici, quali premi di gestione in rapporto ai risultati conseguiti.

Il ruolo del CAI può dunque risultare determinante per migliorare la qualità dei servizi e la professionalità della gestione. La strategia ottimale sarebbe quella di selezionare gestori professionisti con provate capacità e spirito imprenditoriale, promuovere corsi di formazione, adottare criteri di valutazione dell'operato, applicare canoni di affitto che possano incentivare l'attività e diano al CAI le risorse necessarie ad investimenti nelle infrastrutture. Questo circolo virtuoso, che non implica una ricerca di profitto da parte delle sezioni ma un aumento della redditività dei rifugi, porterebbe ad un sostanziale miglioramento delle strutture ricettive e dell'offerta di servizi.

Al momento, le due sezioni del CAI Cuneo e del CAI Ligure seguono strategie molto diverse. La prima non pare ancora aver percepito la necessità di valorizzare i propri rifugi, nè pare interessata ad una gestione più attiva e propositiva da parte degli operatori, nella convinzione che il rifugio debba essere solo una struttura decorosa per ospitare e ristorare gli escursionisti; segue dunque una politica passiva in termini di promozione turistica, con scarsa considerazione del rendimento economico dell'attività dei singoli rifugi.

Il CAI Ligure sembra invece intenzionato a cambiare radicalmente strategia, promuovendo gestioni più professionali ed applicando canoni di affitto superiori, da poter utilizzare per investimenti in riqualificazione.

Il Parco Naturale delle Alpi Marittime è uno dei firmatari della Carta Europea per il turismo sostenibile nelle aree protette, ed è uno dei dieci Parchi pilota per la sua applicazione. La Carta, commissionata dall'Unione Europea (DGXI), richiede che ogni Parco appronti una strategia di sviluppo turistico basata su una valutazione dell'area, sull'individuazione di specifici obiettivi e sulla definizione di un Piano di azione in partenariato con gli operatori locali.

Nella consapevolezza di dover seguire un approccio più propositivo al *marketing* territoriale e al miglioramento del "prodotto" e dell'immagine del Parco, scopo principale della strategia adottata è quello di accrescere la consapevolezza locale sull'importanza del turismo come fattore di sviluppo, fornire una guida e orientamento all'azione, promuovere la collaborazione tra operatori, diventare parte del Piano socio-economico del Parco e definire un programma d'azione.

La strategia, adottata nel 2001, prevede un Piano d'azione quinquennale, articolato in otto settori di intervento, che definisce in modo piuttosto dettagliato le azioni prioritarie e i termini per il raggiungimento degli obiettivi specifici.

Tra le azioni prioritarie indicate nella strategia sono da evidenziare le seguenti:

- migliorare il livello qualitativo delle strutture e dei servizi in tutti i settori
- sviluppare prodotti turistici specifici dell'area
- sostenere la formazione, incoraggiando le visite scolastiche ed iniziative di educazione ambientale con pernottamento in zona
- accrescere la consapevolezza del pubblico
- valorizzare l'artigianato e la gastronomia locale, favorendo lo sviluppo dell'agriturismo
- sostenere una rete di produttori nei settori agro-alimentare e artigianale
- controllare i flussi turistici

Il Piano di intervento è molto ambizioso, sia in termini di azioni da intraprendere che in termini di risorse da impiegare, motivo per cui risulta ancora molto lontano da una pur parziale realizzazione. L'aspetto più critico non concerne tanto la volontà dell'Ente Parco di perseguire tali obiettivi, quanto l'incapacità di creare una più intensa partecipazione di tutti gli operatori e soggetti coinvolti nella promozione e sviluppo del territorio. Questo aspetto, che rientra tra gli obiettivi strategici del Piano, è condizione necessaria per la creazione di un "sistema parco", inteso come rete di relazioni stabili e di collaborazione permanente tra Ente Parco, agenzie, Enti pubblici e imprese turistiche. Senza una piena condivisione di obiettivi e strategie di intervento, frutto della partecipazione attiva di tutti i soggetti interessati allo sviluppo del turismo locale, può risultare vano l'impegno profuso nella definizione di un Piano strategico. L'impressione che deriva da un'analisi del contesto locale e

dal confronto con alcuni operatori è ancora di una sostanziale mancanza di coordinamento. Per quanto l'Ente Parco intenda svolgere il ruolo di guida nel processo di valorizzazione del territorio, non sembra ancora disporre dell'approvazione e del sostegno di tutti gli operatori. La strategia, nonostante sia molto mirata e potenzialmente efficace, sembra generata più da un processo *top-down* che da un definizione comune e partecipata di obiettivi e priorità; questa caratteristica si riscontra nella mancanza di consapevolezza da parte di alcuni operatori, che non sono a conoscenza del processo di "pianificazione" dell'Ente, o nella scarsa condivisione di obiettivi e finalità.

Molti gestori di imprese turistiche, in particolare dei rifugi, denunciano uno scarso impegno da parte del Parco, sia in termini di promozione dell'offerta che di valorizzazione delle risorse endogene. Alcuni percepiscono la presenza dell'Ente come ostacolo ad una piena fruizione del Parco, non riscontrando sufficiente determinazione nel perseguire i propri obiettivi e volontà di condivisione delle strategie di intervento.

Un passo importante per la realizzazione del Piano e per il miglioramento delle relazioni tra tutti gli *stakeholders* è certamente la creazione dell'Associazione Eco-turismo in Marittime: nata per volontà del Parco, l'Associazione ha la finalità di coinvolgere la comunità locale nella promozione e riqualificazione dell'area, partendo dalla definizione di una identità forte e chiara del territorio.

Ad un anno dalla sua creazione, l'Associazione non sembra ancora entrata in piena operatività, in parte per ritardi di tipo burocratico in parte per le difficoltà implicite nelle fasi di avvio di un processo partecipato. Rimane comunque la sede più appropriata del confronto tra le diverse parti ed il luogo più idoneo per dirimere eventuali controversie, frutto di interessi contrastanti.

Nell'area protetta del Parco delle Dolomiti Bellunesi (PNDB) esistono sei rifugi, due sulle Vette feltrine (Dal Piaz e Boz) e quattro sul versante bellunese (7° Alpini, Bianchèt, Sommaria al Pramperét, Pian de Fontana). I rifugi del bellunese sono collegati tra loro e rappresentano le ultime tappe dell'Altavia numero uno: questa caratteristica pone i gestori dei rifugi nella condizione ideale per poter collaborare e migliorare l'offerta della rete. Esiste comunque la possibilità di raggiungere le Vette feltrine, se pur con una traversata piuttosto lunga (itinerario sfruttato dal Parco con la Trans Parco, escursione organizzata di sette giorni con pernottamento nei diversi rifugi). I due rifugi del feltrino distano sei ore di cammino, ma sono entrambi tappe della parte finale dell'AV2. La collaborazione fra gestori si riduce alla comunicazione di arrivi e partenze degli escursionisti e alla definizione delle politiche di offerta; non vengono promosse iniziative particolari ed i rari momenti di incontro coincidono con le riunioni della commissione Parco- CAI. Non esiste al momento una strategia di promozione congiunta, ma grazie allo sforzo di alcuni gestori e del Parco, i rifugi stanno cercando di creare una propria immagine distintiva ed un fronte compatto nei rapporti con gli altri attori locali. Il Parco ha intuito le potenzialità di una valorizzazione e organizzazione dell'offerta dei rifugi, quali servizi indispensabili per la fruizione turistica dell'area; allo stesso modo ha saputo cogliere il valore aggiunto derivante dalla percezione di una rete dei rifugi quale risorsa del Parco da inserire nell'offerta ricettiva globale del sistema. Con questa finalità, ha attivato una stretta collaborazione con le sezioni del CAI che ha portato ad accordi quadro per l'attuazione di interventi di riqualificazione e all'istituzione di una Commissione paritetica: in ciascun rifugio esiste ora un "angolo parco", un punto informativo sulle attività e risorse del parco, come un punto vendita di oggetti e pubblicazioni; sono stati definiti compiti e competenze reciproche a sostegno degli investimenti per il miglioramento delle strutture ricettive e di servizio e dell'accessibilità pedonale ai rifugi; è stato riconosciuto il ruolo fondamentale dei rifugi nella promozione di attività di educazione ambientale; è stato organizzato un corso per formare i gestori all'educazione ambientale; sono stati organizzati eventi per il decennale del Parco e l'inaugurazione dei "nuovi" rifugi ed è stato creato un calendario annuale di visite ed escursioni guidate che prevedono anche soggiorni in rifugio (Trans Parco, Trekking, etc.). L'attività del Parco è dunque rivolta ad una piena valorizzazione dei rifugi e l'impegno profuso sembra andare ben oltre le proprie competenze. Da questo punto di vista il ruolo del CAI risulta meno attivo e propositivo, se non altro per quanto

concerne l'organizzazione di una rete e la promozione dell'offerta. Alcuni gestori hanno lamentato uno scarso impegno da parte delle sezioni nell'incrementare la domanda, soprattutto di pernottamenti. Le gite ed escursioni organizzate dal CAI prevedono raramente soggiorni in rifugio e le attività delle scuole di alpinismo non sempre si appoggiano alle strutture in quota. Il rapporto tra sezioni e i gestori non è pertanto idilliaco, come dimostra il forte turnover dei locatari: oltre ad una scarsa collaborazione, esistono problemi relativi alle politiche di gestione. I gestori non sempre approvano le politiche di prezzo del CAI, perché i tariffari imposti non consentono margini di profitto sufficienti. In situazione di ridotta domanda per il pernottamento, la possibilità di creare valore aggiunto si riduce al miglioramento dello standard qualitativo e al conseguente aumento dei prezzi. La non corrispondenza tra qualità e prezzo può rappresentare un disincentivo al miglioramento della qualità del servizio offerto. Per quanto concerne la selezione dei gestori ed i canoni di locazione, l'accordo quadro prevede contratti di locazione non inferiori ai cinque anni e l'affidamento della gestione d'intesa con l'Ente. Questi interventi, che dimostrano comunque la disponibilità delle sezioni a seguire pienamente la strategia del Parco, consentiranno di creare basi più solide di collaborazione e di selezionare operatori competenti e con spirito di imprenditorialità.

I primi dieci anni di attività del Parco sono stati dedicati all'elaborazione degli strumenti di pianificazione previsti dalla Legge 394/91: Il Piano del Parco e il Piano Pluriennale Economico e Sociale. Il PNDB è stato il primo, tra i Parchi Nazionali, ad approvare i due piani di programmazione, dimostrando grande determinazione a svolgere con incisività ed efficienza la propria azione sul territorio. Nel quadro programmatico di riferimento, dettato appunto dalle linee generali di sviluppo dei piani, sono stati definiti dei progetti speciali che hanno permesso di passare dalle attività di pianificazione ad interventi di gestione.

Alcuni di questi progetti sono molto rilevanti in un'ottica di valorizzazione delle risorse del Parco e della rete dei rifugi ed offrono un chiaro esempio di *best practice* nel campo del turismo sostenibile. Il Parco ha ristrutturato quattro malghe per l'allevamento bovino ed una per pascolo degli ovini, con un investimento di circa 2 milioni di euro; queste malghe sono state dotate di impianti che sfruttano fonti alternative di energia, in alcune lo smaltimento dei reflui zootecnici avviene con impianti di fitodepurazione ed in tutte si intendono applicare i metodi di zootecnia biologica. Le malghe sono state attrezzate con minicaseifici per produrre formaggio, ricotta e burro, con l'obiettivo di renderle aziende agricole multifunzionali che affianchino all'allevamento l'attività agrituristica (sono state realizzate cucine e sale per la ristorazione, camere e bagni per escursionisti) e quelle dell'educazione ambientale, secondo il modello delle "fattorie didattiche".

Il progetto "Parco Fossil Free", finanziato con risorse comunitarie, ha l'obiettivo di liberare il Parco dall'uso dell'energia fossile, trasformandolo in vetrina tecnologica e laboratorio per l'innovazione. Prevede di utilizzare, in tutte le infrastrutture (in particolare nei rifugi), solo fonti energetiche rinnovabili attraverso l'utilizzo di biomassa (legno, biodiesel), l'installazione di impianti solari fotovoltaici e termici, la realizzazione di impianti microidroelettrici e di cogenerazione a biodiesel. In due rifugi i lavori sono già ultimati, ma è previsto l'investimento in tutti i rifugi del Parco.

Grazie ad un altro finanziamento europeo LIFE sono state avviate iniziative per potenziare l'intermodalità treno-bus-bici, assicurando sconti sui biglietti ferroviari, servizi di bus navetta tra le stazioni ferroviarie e le principali valli del parco, noleggi gratuiti di biciclette nelle località più frequentate, con l'obiettivo di rendere più sostenibili gli spostamenti dei visitatori.

Nel 2002 il PNDB ha poi avviato la procedura per ottenere la certificazione integrata secondo le norme Uni Vision 2000 e ISO 14001, processo che potrebbe portare in seguito alla certificazione anche delle strutture ricettive in quota.

Nello stesso anno l'Ente ha avviato il processo di applicazione dell'Agenda 21 Locale, utilizzando il finanziamento del Ministero dell'Ambiente.

Le iniziative principali previste dall'Agenda 21 sono la realizzazione di studi per la valutazione sullo stato dell'ambiente, azioni a sostegno dell'informazione e partecipazione del pubblico (forum, sportello informativo), predisposizione di Piani di Azione Locale (sono stati assunti quali PAL il

Piano per il Parco e il Piano Pluriennale Economico e Sociale) e la realizzazione di studi di prefattibilità delle azioni già individuate nei Piani di azione locale.

Ad oggi, sono stati attivati tre forum tematici sull'utilizzo dell'acqua, sulla vita in montagna e sul turismo sostenibile: costituiti da tutti quei soggetti rilevanti, a livello locale, ai fini di una strategia di sviluppo (istituzioni, soggetti economici, associazioni di cittadini), questi confronti sono occasione di consultazione permanente della comunità locale per individuarne i bisogni e le risorse e per risolvere eventuali conflitti di interessi.

Dal quadro descritto emerge chiaramente come l'Ente Parco e le comunità locali abbiano a disposizione tutti gli strumenti di pianificazione necessari a sviluppare un percorso di crescita e valorizzazione, strumenti che consentono di organizzare in modo sistematico, efficace e "partecipato" tutti gli interventi sul territorio.

Occorre tuttavia specificare, come vedremo meglio in seguito, che esistono ancora dei limiti nel processo di coinvolgimento degli attori ed operatori locali, in parte dettati da carenze informative ed in parte legate a resistenze di tipo culturale. Resta il fatto che per promuovere il turismo e le attività economiche in un'area protetta sia comunque necessaria una definizione chiara degli obiettivi e delle priorità che veda la partecipazione di tutte le parti in gioco, per evitare di intraprendere sentieri di crescita squilibrata e non sostenibile.

4.2 Criticità e vincoli alla valorizzazione

Il confronto con gli operatori del settore ed i rappresentanti dei vari enti, nel Parco delle Alpi Marittime, ha evidenziato alcune criticità che impediscono una piena valorizzazione della risorsa parco. L'offerta turistica esistente, con riferimento particolare alla rete dei rifugi, necessita di un processo di riqualificazione che non può prescindere dal superamento dei seguenti nodi o limiti vincolanti:

- un problema significativo, percepito dai gestori dei rifugi come esempio negativo della politica adottata del Parco, concerne la gestione e manutenzione della rete di sentieri. L'Ente Parco non pare intervenire adeguatamente e non sembra tenere conto delle richieste dei gestori che vorrebbero una segnaletica più accurata, la manutenzione e apertura delle vie di accesso alle vallate, nuovi sentieri o vie ferrate in quota per collegare i vari rifugi. Il risultato di questa scarsa collaborazione sono iniziative autonome da parte dei gestori che, senza autorizzazioni, tendono a segnalare i sentieri con metodi non convenzionali e a creare strutture di supporto (corde fisse) nei passaggi difficili. I Comuni, cui spetta la gestione e manutenzione delle mulattiere carrabili e delle vie di accesso, denunciano l'impossibilità a svolgere pienamente tali compiti per la mancanza di risorse finanziarie e capacità gestionali adeguate. A questa carenza, che condiziona fortemente la possibilità di accedere più agevolmente alle strutture in quota, si aggiunge una gestione poco "partecipata" di alcune strade di collegamento. Alcuni gestori denunciano infatti la scarsa disponibilità di Comuni, Provincia ed Enti privati (ENEL) all'apertura di alcune strade, fuori stagione, che potrebbero incentivare una maggiore frequentazione dei rifugi.
- il Parco non svolge intensa attività di promozione, per quanto intenda ritagliarsi un ruolo guida nel coordinamento del sistema turistico all'interno dell'area. Non esiste ancora una stretta collaborazione tra Parco, gestori e agenzie per la definizione di strategie promozionali, processo che porterebbe alla pubblicazione di materiali informativi "ufficiali" sui rifugi e sui servizi offerti in quota. Al momento, ciascun gestore svolge attività promozionale autonoma, con la creazione di depliant e l'utilizzo di propri canali di comunicazione; inutile dire quanto possa essere molto più incisiva una pubblicità delle strutture ricettive coordinata dal Parco. Per quanto le risorse del Parco non siano probabilmente sufficienti a lanciare una propria campagna

promozionale su larga scala, dovrebbe comunque incoraggiare l'utilizzo del nome e del logo per coordinare e strutturare l'offerta esistente. Un'efficace strategia di marketing si basa su una precisa definizione dell'identità del prodotto, identità che ancora non sembra sufficientemente chiara nel caso del Parco delle Alpi Marittime.

- la gestione dei rifugi non è sempre adeguata, sia in termini di qualità che di varietà dei servizi offerti. Nella maggior parte dei casi, i gestori sono buoni conoscitori delle risorse naturali del luogo ma non operatori turistici di professione con competenze e spirito imprenditoriale sufficienti. Ciò che in passato era un lavoro rivolto all'erogazione di un servizio essenziale ha subito col tempo notevoli cambiamenti: le nuove esigenze della clientela e l'evolversi del quadro normativo comportano un adeguamento dell'offerta esistente. E' vero che l'attività del gestore si svolge in un ambiente molto particolare che la rende unica e non assimilabile ad un'attività alberghiera di fondo valle, tuttavia si assiste ad un'evoluzione della domanda che per alcuni aspetti porta il rifugio a dotarsi di servizi alberghieri tradizionali. Si tratta di un cambiamento dell'offerta che può determinare ricadute ambientali significative; per questo motivo diventa essenziale che il sistema di gestione, in strutture sempre più articolate, rispetti alcuni requisiti di compatibilità ambientale. La riduzione al minimo dell'impatto ambientale di gestione è, infatti, un requisito implicito alla natura stessa del rifugio, quale luogo privilegiato di contemplazione del valore naturalistico e paesaggistico dell'alta montagna.
- la qualità dei servizi offerti dai rifugi è disomogenea ed anche le strutture sono differenti per stato di manutenzione. Alcuni rifugi hanno infatti beneficiato di investimenti per la messa a norma, per la ristrutturazione di alcune parti e per l'installazione di impianti per la produzione di energia, ma altri come il Questa ed il Genova non hanno ricevuto dalle sezioni del CAI i finanziamenti necessari ad un intervento strutturale di miglioramento. I gestori denunciano comunque ritardi nell'erogazione delle risorse per il rinnovamento delle strutture, una cattiva distribuzione delle stesse (alcuni interventi hanno interessato rifugi remoti, poco frequentati, che non hanno contribuito a valorizzare l'offerta) ed un supporto insufficiente a coprire tutte le spese di manutenzione. In alcuni casi gli operatori hanno fatto ricorso all'autofinanziamento o hanno richiesto aiuti privatamente, senza ricorrere alle risorse delle sezioni CAI. La qualità dei servizi offerti varia da rifugio a rifugio, principalmente per le capacità e la professionalità dei gestori: alcuni sono molto attivi e sensibili alla cura del servizio alla clientela, altri tendono ad offrire il minimo indispensabile al pernottamento e alla ristorazione. E' importante dunque garantire un adeguamento della qualità alle aspettative dei clienti attuali e potenziali, magari con l'ausilio di premi qualità e incentivi vari o il ricorso alla formazione professionale dei gestori. A questo proposito, il Parco potrebbe promuovere una sorta di Carta qualità per migliorare ed uniformare il livello qualitativo delle strutture ricettive in quota.
- esiste scarso collegamento tra operatori turistici che preclude la possibilità di offrire pacchetti *standard* ai visitatori. Gli albergatori non invitano i clienti ad effettuare soggiorni in rifugio ed i gestori non effettuano promozione di iniziative congiunte. Alcuni campeggiatori salgono ai rifugi, ma non esiste un rapporto di collaborazione tra gestori delle diverse strutture. L'offerta turistica è dunque non strutturata e le poche iniziative promosse da alcuni rifugi non sono state messe a sistema, ma sono rimaste frutto di un'azione estemporanea. Anche tra i gestori dei rifugi la cooperazione si limita ad un confronto sulle politiche di gestione (menù, prezzi,..) senza alcuna condivisione delle strategie di promozione e offerta. La diversa collocazione e tipologia dei rifugi, come il livello qualitativo non omogeneo, genera interessi e priorità contrastanti che precludono una più stretta collaborazione. Allo stesso modo, le caratteristiche morfologiche delle montagne impediscono iniziative congiunte tra più rifugi.

- l'impatto negativo del turismo sull'ambiente è ancora piuttosto limitato, ma occorre adottare sistemi di valutazione e monitoraggio: in alcuni giorni di punta (estate e fine settimana), esiste una forte pressione antropica che richiede una migliore gestione dei flussi e la ricerca di soluzioni alternative per il traffico, come la promozione di un servizio di trasporto pubblico sino all'interno al parco. Per quanto concerne l'impatto negativo che deriva dalla gestione dei servizi turistici, tra cui l'uso di energia e la produzione di rifiuti, non si riscontrano particolari criticità, ma sarebbe auspicabile l'adozione di sistemi di gestione ecologica, quale elemento distintivo dell'offerta turistica del parco. Al momento alcuni rifugi sono dotati di pannelli solari, ma il calore e l'energia prodotti non sono ancora sufficienti a soddisfarne il fabbisogno; allo stesso modo i piccoli impianti idroelettrici (turbine) non evitano il ricorso a generatori inquinanti e rumorosi. La raccolta dei rifiuti e dei reflui avviene ancora con sistemi tradizionali di incenerimento e smaltimento in natura ad impatto negativo.

Dall'analisi del contesto del Parco delle Dolomiti Bellunesi e dal confronto con gli attori locali emerge un quadro abbastanza positivo, soprattutto per quanto concerne la strategia di riqualificazione adottata dall'Ente Parco. Come abbiamo visto esistono tutte le premesse per un miglioramento del settore turistico e per una piena valorizzazione della risorsa parco, nel rispetto dei criteri e valori di un turismo sostenibile. L'offerta della rete dei rifugi appare adeguata, sia da un punto di vista qualitativo che organizzativo, se pur con ritardi nell'attuazione di alcuni interventi. L'azione del Parco è stata comunque fondamentale per un miglioramento delle strutture ricettive e per l'inserimento della rete nel sistema di offerta globale. Tuttavia alcune criticità esistono, soprattutto nella capacità di creare domanda, che appare ancora insufficiente a determinare un aumento del valore aggiunto del settore. Nonostante gli sforzi profusi, i riscontri in termini di presenze e soggiorni in rifugio non sono ancora positivi, come confermato dal responsabile del Parco, secondo cui "l'offerta è adeguata, ma ora occorre creare domanda ed intercettarla". Possiamo evidenziare due aree di criticità o insiemi di problemi che ancora penalizzano l'offerta dei rifugi:

- un primo aspetto concerne la promozione del Parco e della rete dei rifugi. L'Ente ha dedicato ingenti risorse alla riqualificazione delle strutture e all'organizzazione di un sistema Parco, ma non ha ancora avviato un'efficace strategia di promozione. Le attività promozionali svolte non hanno ancora avuto riscontri in termini di incremento della domanda e molti gestori hanno lamentato un impegno insufficiente fuori dai canali tradizionali (Estero, Province lontane). Tra i soggetti che dovrebbero "pubblicizzare" il turismo in quota, il Parco è comunque l'attore principale, data la pressoché latitanza delle sezioni del CAI e dell'Agenzia di promozione turistica di Belluno. Soprattutto per i rifugi del feltrino e dell'AV2, l'APT non sembra sufficientemente propositiva. I gestori svolgono pertanto attività promozionale autonoma, secondo le classiche modalità di comunicazione, con risultati certamente inferiori ad una attività congiunta. Questo aspetto trova piena conferma nel campo dell'educazione ambientale: molti gestori hanno organizzato gite e soggiorni per le scolaresche, ma in mancanza di una regia centrale, hanno agito individualmente solo grazie a contatti personali. Il Parco dovrebbe essere un veicolo per l'educazione ambientale e trascinare maggiormente le scuole nei rifugi, magari in collaborazione con gli enti locali (Comune e Provincia). In molti rifugi, inoltre, non è stata ancora adottata la Carta qualità, fattore che potrebbe limitare notevolmente i vantaggi derivanti dalla promozione dei prodotti e servizi del Parco.
- un secondo problema è legato ad alcuni aspetti di gestione in grado di ostacolare una piena valorizzazione della rete dei rifugi. La collaborazione tra i gestori è ancora scarsa, se pur con qualche eccezione, soprattutto tra i rifugi del bellunese e del feltrino. L'abitudine ad agire

autonomamente e a non ricercare soluzioni comuni non aiuta a sistematizzare e strutturare l'offerta: le iniziative promosse da alcuni rifugisti, come l'apertura invernale o prolungata, hanno avuto scarso ritorno e poco seguito. Occorre dire che la presenza di un forte *turnover* dei gestori non ha facilitato forme di collaborazione stabili. La mancanza di collegamento denota anche il rapporto con le altre strutture ricettive, in parte per carenza di strutture a fondo valle ed in parte per una scarsa consapevolezza delle potenzialità offerte dal parco. I rapporti tra CAI e gestori sono piuttosto difficili, come dimostra una lettera inviata dai gestori ai soci sulle problematiche legate alla sopravvivenza stessa dei rifugi. L'intento di questa iniziativa è portare alla luce del sole un disagio crescente e diffuso tra i gestori che sottolineano lo sbilanciamento tra impegni sempre più gravosi e i modesti introiti che i rifugi stessi garantiscono. A questa realtà si aggiunge l'esigenza, che si risolve spesso con un aumento delle incombenze, che anche i rifugi entrino nell'ottica di una "presenza" realmente compatibile con l'ambiente circostante, secondo quanto regolamentato nella Carta Qualità. In merito alla richiesta da parte del movimento escursionistico di un'apertura dei rifugi fuori stagione come all'esigenza di un'offerta caratterizzata da specificità e qualità (ricette tipiche locali, prodotti biologici), l'esperienza di alcuni rifugi evidenzia difficoltà di gestione, con rendiconti economici che presentano una notevole sproporzione fra le entrate e le spese di conduzione. I trasferimenti necessari per i rifornimenti, l'acquisto e la conservazione dei cibi, l'approvvigionamento idrico per tutti i fabbisogni del rifugio, il legname per il riscaldamento, il carburante necessario alla produzione dell'energia, lo smaltimento di rifiuti di ogni tipo e la manutenzione dell'immobile sono elementi che incidono molto pesantemente sul bilancio economico. Questi voci di costo, già presenti nel corso della stagione estiva, aumentano ulteriormente durante l'inverno soprattutto per le strutture che sono state concepite per un utilizzo prettamente estivo. Per affrontare e risolvere questi problemi, i gestori non avanzano soluzioni particolari ma un'implicita richiesta di pieno riconoscimento della propria attività lavorativa che si traduca in una maggior attenzione alle loro problematiche e maggior considerazione del loro operato. Spetterà alle sezioni del CAI trovare le forme e i modi per facilitare una gestione meno dispendiosa ed evitare che la professione si riduca ad una "occupazione hobbistica".

5. Analisi della domanda

L'analisi della domanda, ovvero delle caratteristiche e delle preferenze dei visitatori del Parco delle Alpi Marittime e del Parco delle Dolomiti Bellunesi, ha l'obiettivo di integrare l'analisi del sistema dell'offerta turistica svolta presso i due Parchi (attraverso interviste semi-strutturate rivolte ai principali operatori del settore) per orientare le politiche di valorizzazione dei rifugi alpini in una prospettiva di sviluppo sostenibile del turismo in montagna.

A livello metodologico l'analisi della domanda si è svolta attraverso:

- la predisposizione di un questionario rivolto ai visitatori dei due rifugi selezionati all'interno dei due Parchi (in Allegato 1-2 con la distribuzione % delle risposte). Il questionario include una prima sezione volta ad investigare le caratteristiche della frequentazione del rifugio e del Parco da parte del visitatore, oltre che le sue preferenze per l'ambiente alpino; una seconda sezione volta a catturare le preferenze del visitatore rispetto a due opzioni di riqualificazione dei servizi offerti dal rifugio (la prima basata essenzialmente sulla valorizzazione di alcuni servizi, la seconda basata anche sulla riqualificazione della struttura del rifugio in senso eco-compatibile); un'ultima sezione volta ad investigare le caratteristiche socio-economiche del visitatore. Nella seconda sezione il questionario richiede anche la disponibilità a pagare (WTP, i.e. *willingness to pay*) del visitatore perché gli ipotetici scenari di valorizzazione dei rifugi possano essere

realizzati, con l'obiettivo di sviluppare una valutazione economica delle preferenze dei visitatori e, attraverso un'analisi statistico-econometrica, dei principali fattori che determinano le preferenze;

- la somministrazione del questionario, attraverso interviste 'guidate' ai visitatori di due rifugi: il Genova, all'interno del Parco delle Alpi Marittime, ed il Dal Piaz, all'interno del Parco delle Dolomiti Bellunesi. Le interviste sono state condotte da un ricercatore nel mese di agosto 2003: 100 questionari sono stati compilati presso il Rifugio Genova nel Parco delle Alpi Marittime, e 60 questionari presso il Rifugio Dal Piaz nel Parco delle Dolomiti Bellunesi;
- l'analisi statistico-descrittiva delle caratteristiche individuali dei visitatori, e delle loro preferenze rispetto all'ambiente alpino ed agli scenari di valorizzazione dei rifugi ipotizzati, sulla base dei dati raccolti attraverso il questionario;
- l'analisi statistico-econometrica dei principali fattori che determinano la disponibilità a pagare per la riqualificazione dei servizi offerti dai rifugi, in base agli scenari proposti, per una prima valutazione economica del sistema delle preferenze rispetto ad uno sviluppo più sostenibile del turismo alpino.

La realizzazione di questo studio ha permesso la costruzione di un ricco *data set* sulle caratteristiche e sulle preferenze dei visitatori in due aree protette ritenute rappresentative di diversi modelli, o meglio di diverse fasi di attuazione di un percorso di sviluppo sostenibile del turismo in montagna. Nonostante il numero delle osservazioni raccolte attraverso le interviste non permetta un'analisi statistico-econometrica pienamente soddisfacente, questa ricerca suggerisce alcune riflessioni preliminari di natura qualitativa per l'orientamento delle politiche di valorizzazione dei rifugi alpini in una prospettiva di sostenibilità, e rappresenta un primo tentativo di applicare all'ambiente alpino metodologie quantitative di valutazione economica contingente (*CVM- Contingent Evaluation Method* per l'estrapolazione della disponibilità a pagare), diffuse nella letteratura economico-ambientale.

5.1 Analisi statistico- descrittiva del campione

L'analisi empirica dei dati raccolti attraverso la somministrazione dei questionari nei due rifugi all'interno dei due Parchi offre un quadro delle caratteristiche sociali ed economiche dei frequentatori dei rifugi, oltre che delle loro preferenze ed esigenze rispetto agli scenari prospettati di valorizzazione dell'ambiente alpino e della funzione dei rifugi stessi.

In Allegato sono illustrate le distribuzioni percentuali delle risposte ai due questionari, calcolate rispettivamente sul totale delle osservazioni raccolte presso il Rifugio Genova nel Parco delle Alpi Marittime e presso il Rifugio Dal Piaz nel Parco delle Dolomiti Bellunesi.

Per quanto riguarda le caratteristiche socio-economiche dei rispondenti emergono i seguenti fattori:

- i frequentatori di entrambi i rifugi sono in maggioranza di sesso maschile;
- l'età media dei rispondenti è elevata, pari a 44 e 42 anni rispettivamente per i visitatori del Rifugio Genova e del Rifugio Dal Piaz;
- i rispondenti del Rifugio Dal Piaz mostrano di avere in media più anni di formazione scolastica: il 45% possiede un titolo più elevato del diploma delle scuole superiori vs. il 27% dei rispondenti del Rifugio Genova;
- in proporzione i rispondenti stranieri sono più numerosi presso il Rifugio Genova (24% vs. 8%);
- i rispondenti in entrambi i rifugi sono distribuiti in modo uniforme fra le varie classi professionali mostrando la stessa varianza nelle risposte;
- il nucleo familiare dei rispondenti presso il Rifugio Genova è leggermente più esteso rispetto a quello dei rispondenti presso il Dal Piaz (3,2 vs 2,8 membri);

- il reddito medio del nucleo familiare è leggermente più elevato fra i rispondenti del Rifugio Genova (3750 € vs. 3350 €), a fronte di un nucleo familiare in media più esteso

Per quanto riguarda la natura della frequentazione dei Rifugi e dei Parchi da parte dei rispondenti, le statistiche descrittive mostrano che:

- i rispondenti nel Parco delle Bellunesi sono frequentatori più ‘abituali’ del Parco: solo il 30% è alla sua prima visita al Parco, vs. il 54% nel Parco delle Marittime; inoltre la maggioranza di chi non è alla prima visita è già stato più di 10 volte al Parco nel Parco delle Bellunesi, vs. solo un paio di volte nel Parco delle Marittime;
- il 66% dei rispondenti del Rifugio Dal Piaz erano già stati presso il Rifugio, vs. il 76% dei rispondenti del Rifugio Genova: i dati mettono dunque in luce una maggiore ‘affezione’ dei visitatori al Rifugio Genova;
- più rispondenti del Rifugio Genova intendono pernottare presso il rifugio rispetto ai rispondenti del Rifugio Dal Piaz (70% vs 64%), prevedendo evidentemente di consumare anche più pasti;
- rispetto alle fonti di informazione, è significativa la differenza del ruolo svolto dalle sezioni del CAI e dall’Ente Parco nelle due Aree: nessun intervistato ha fatto riferimento all’Ente Parco nelle Alpi Marittime, vs. il 9% nel Parco delle Dolomiti Bellunesi, mentre il 10% dei rispondenti nelle Marittime ha ottenuto informazioni dalle Sezioni del CAI, vs. solo il 2% nelle Bellunesi. Nei due casi resta prevalente il “passaparola” quale fonte di informazione sui rifugi;
- la percentuale dei soci CAI è tuttavia superiore fra gli intervistati del Rifugio Dal Piaz (34% vs 21%), così come sempre per i visitatori del Dal Piaz la scelta della meta è stata influenzata dall’appartenenza del rifugio al CAI in misura maggiore (21% vs. 16%);
- fra le ragioni che hanno motivato la visita al rifugio nel Parco delle Alpi Marittime è preponderante l’importanza della gita escursionistica, del trekking o dell’ascensione alpinistica, oltre che dello stare in compagnia di amici; nel Parco delle Dolomiti Bellunesi risultano invece essere più importanti, oltre alla compagnia degli amici, gli aspetti di contatto con la natura;
- una percentuale maggiore dei visitatori pernotta in valle prima della visita al rifugio nel caso del Dal Piaz (38% vs. 22%), anche se presso il Parco delle Alpi Marittime il pernottamento avviene in misura maggiore in abitazioni di residenza (per lo più seconde case);
- la spesa prevista è in media più elevata per i visitatori del Rifugio Genova: il 49% dei rispondenti prevede di spendere fra i 20 e i 40€, rispetto al 40% dei rispondenti che intendono spendere quella cifra al Rifugio Dal Piaz. Il 24% spende meno di quella cifra al Genova, vs. il 41% al Dal Piaz. La spesa prevista è evidentemente legata alla durata del soggiorno, in media più breve presso il Rifugio Dal Piaz.

Per quanto riguarda il giudizio espresso rispetto ai servizi attualmente offerti dai rifugi, emergono le seguenti osservazioni:

- in genere presso entrambi i rifugi i rispondenti esprimono giudizi positivi sui servizi offerti; presso entrambi i rifugi risultano relativamente migliorabili la segnaletica, ed il ruolo del rifugio come tappa di un percorso naturalistico;
- rispetto ai vari servizi illustrati, gli intervistati presso il Rifugio Genova mostrano una maggiore varianza nelle risposte, indicativa di un giudizio più disomogeneo, fatta eccezione per il giudizio relativo alla segnaletica ed al livello di comfort/servizi igienici del rifugio, per i quali nel Parco delle Bellunesi si osserva una maggiore varianza e dunque criticità di giudizio.

Riguardo al primo scenario di sviluppo proposto, per un’ipotetica valorizzazione dei servizi offerti dal rifugio, l’analisi empirica delle osservazioni raccolte mostra che:

- in entrambi i Parchi risultano essenziali il miglioramento della segnaletica, un maggiore *comfort*, il miglioramento dei servizi igienici e la distribuzione di piatti tipici e prodotti locali;

- nel Parco delle Dolomiti Bellunesi c'è un maggiore interesse per la creazione di percorsi naturalistici e l'illustrazione della fauna e flora locale;
- in media i rispondenti nel Parco delle Alpi Marittime mostrano una maggiore disomogeneità nelle risposte;
- nei due casi, la promozione di eventi e manifestazioni sportive non rappresentano particolari fattori di successo;
- la disponibilità a pagare perché si realizzi lo scenario di valorizzazione dei servizi offerti dal rifugio è superiore nel Parco delle Alpi Marittime (45,5€ in media vs 39,4€ nel Parco delle Dolomiti Bellunesi). La varianza nelle risposte è superiore fra i visitatori nel Parco delle Alpi Marittime, dove in proporzione meno rispondenti sono disposti a pagare oltre il 10% in più rispetto alla spesa attualmente prevista.

Riguardo al secondo scenario di sviluppo proposto, per un'ipotetica riqualificazione della struttura del rifugio in senso eco-compatibile, oltre alla valorizzazione dei servizi offerti dal rifugio, l'analisi descrittiva delle osservazioni raccolte mostra che:

- in media nei due Parchi sono espressi giudizi molto simili, favorevoli all'adozione di sistemi di gestione eco-compatibili;
- nelle Alpi Marittime ancora una volta esiste maggiore disomogeneità di giudizio;
- in entrambi i rifugi risultano particolarmente rilevanti interventi di riqualificazione per l'utilizzo dell'energia termica;
- il valore medio della disponibilità a pagare per la realizzazione del secondo scenario di sviluppo non differisce molto dal precedente;
- la disponibilità a pagare perché si realizzi lo scenario di riqualificazione della struttura del rifugio è di nuovo superiore nel Parco delle Alpi Marittime (45,5€ in media vs 38,7€ nel Parco delle Dolomiti Bellunesi). La varianza nelle risposte è superiore fra i visitatori nel Parco delle Alpi Marittime, dove solo il 34% vs. il 40% dei rispondenti nel Parco delle Bellunesi sono disposti a pagare oltre il 10% in più rispetto alla spesa attualmente prevista perché lo scenario di sviluppo sia realizzato.

Le due tabelle seguenti (Tabella 1 e 2) riassumono alcune distribuzioni delle risposte più interessanti a confronto nei due Parchi.

Tabella 1. Preferenze rispetto all'ambiente alpino a confronto

Preferenze del rispondente	% risposte Rifugio Genova	% risposte Rifugio Dal Piaz
Prima visita al Parco	54 %	30 %
Più di una notte di soggiorno presso il Rifugio	20 %	5 %
Fonte di informazione: 1. Sezioni del CAI 2. Ente parco	10 % 0 %	2 % 9 %
Socio CAI	28 %	34 %
Forte motivazione (> 4) per la visita al Rifugio: 1. Ascensione alpinistica 2. Trekking 3. Ristorazione	60 % 59 % 45 %	23 % 33 % 12 %
Spesa individuale >20 €	76 %	58 %
Inadeguatezza Rifugio (<3) rispetto a: 1. Pernottamento confortevole in ambiente alpino 2. Tappa fra rifugi 3. Punto di osservazione della natura 4. Segnaletica 5. Confort e servizi igienici	7 % 6 % 8 % 19 % 7 %	1 % 0 % 1 % 18 % 16 %

Tabella 2. Giudizi rispetto ai servizi offerti e alla valorizzazione dei rifugi a confronto

Giudizi del rispondente sui servizi offerti dal Rifugio e sugli scenari di valorizzazione ipotizzati	% risposte Rifugio Genova	% risposte Rifugio Dal Piaz
Assolutamente essenziale: 1. Miglioramento della segnaletica 2. Creazione di nuovi percorsi naturalistici 3. Rifugio fulcro di eventi culturali	37 % 12 % 9 %	34 % 20 % 14 %
WTP per la realizzazione dello scenario 1: fino al 20% in più della spesa prevista	90 % media 45€	91 % media 39€
Assolutamente inutile: 1. Adozione di un sistema efficiente di smaltimento dei rifiuti 2. Adozione di un sistema di gestione dei reflui innovativo	11 % 11 %	5 % 3 %
Assolutamente essenziale: interventi di riqualificazione per lo sfruttamento dell'energia termica	30 %	26 %
WTP per la realizzazione dello scenario 2: fino al 20% in più della spesa prevista	87 %	93 %
Caratteristiche socio-economiche dei rispondenti		
Sesso maschile	64 %	65 %
Età	44 (media)	42 (media)
Reddito del nucleo familiare	3.750 €	3.350 €
Titolo di studio oltre la scuola superiore	27 %	46 %
Residente in valle o provincia	30 %	44 %

Dall'analisi empirica dei dati emerge come i rispondenti del Rifugio Dal Piazz rappresentino un gruppo più omogeneo, le cui preferenze sono orientate verso alcuni aspetti specifici di valorizzazione del rifugio nell'ambiente alpino: in genere emerge l'esigenza di interventi strutturali di riqualificazione del rifugio, a favore di un maggiore *comfort* e di un utilizzo eco-compatibile delle fonti energetiche rinnovabili.

La frequentazione dei rifugi nei due Parchi risulta mossa da interessi diversi: nel Parco delle Alpi Marittime prevale l'interesse alpinistico/ escursionistico, mentre nel Parco delle Dolomiti Bellunesi prevale l'interesse naturalistico dei visitatori. In entrambi i Parchi emerge comunque l'esigenza di interventi di miglioramento della segnaletica, non solo a favore degli aspetti escursionistici ma anche a favore della creazione di percorsi naturalistici all'interno del parco. Ci si può domandare se l'interesse per un maggiore orientamento ai servizi naturalistici nel Parco delle Dolomiti Bellunesi sia indotto dal ruolo 'guida' dell'Ente Parco, segnalato come fonte di informazione rilevante, o sia da attribuire alle caratteristiche socio-economiche dei visitatori, in media dotati di una scolarità più elevata, più legati alle valli e a quel particolare contesto territoriale, e abituali frequentatori del Parco. Le preferenze per la dimensione alpinistica/ escursionistica della gita al rifugio non risultano correlate all'appartenenza societaria al CAI, anche se possono essere in parte attribuite al ruolo più attivo delle sezioni: quest'evidenza potrebbe essere tuttavia 'distorta' dal fatto che molti visitatori del Rifugio Genova, che privilegiano gli aspetti alpinistici della gita al rifugio, sono stranieri.

La disponibilità a pagare perché si realizzino gli scenari proposti emersa dal questionario risulta essere in linea con i valori estrapolati nella letteratura di economia dell'ambiente per la tutela di aree protette, e offre le basi per l'analisi economica delle preferenze per uno sviluppo sostenibile in montagna.

Nessuna sorpresa rispetto alle caratteristiche sociali, demografiche ed economiche dei visitatori: in media l'età è elevata, la maggioranza dei rispondenti è di sesso maschile, il reddito medio del nucleo familiare è medio-alto. Come già emerso nel contesto di altri studi, esiste una grossa parte di domanda potenziale che può essere sfruttata (giovani, studenti, donne etc...), anche e soprattutto al di fuori della stagione estiva.

5.2 Valutazione economica delle preferenze per le opzioni di riqualificazione dei rifugi

La valutazione economica delle preferenze dei visitatori rispetto agli scenari di valorizzazione dei rifugi, in una prospettiva di sviluppo sostenibile del turismo nelle Alpi, si è basata sull'applicazione di metodologie quantitative di valutazione economica contingente: attraverso i questionari è stata estrapolata la disponibilità a pagare dei visitatori dei rifugi, e con l'utilizzo di tecniche statistico-econometriche è stata valutata l'influenza delle caratteristiche socio-economiche e delle preferenze espresse dagli individui, rispetto all'ambiente alpino ed alle ipotesi di valorizzazione del rifugio, sulla loro disponibilità a pagare.

Le tecniche statistico-econometriche utilizzate si basano sull'applicazione di stimatori lineari (*OLS, Ordinary Least Squares*¹) ad un modello in cui la disponibilità a pagare (*Willingness To Pay, WTP*) di ciascun rispondente è espressa come funzione lineare delle caratteristiche socio-economiche individuali, della natura della frequentazione del rifugio, del giudizio individuale sugli attuali servizi offerti dal rifugio, della rilevanza per il rispondente dei servizi offerti dagli scenari di sviluppo ipotizzati. Sono state condotte delle stime *cross-section* (ovvero su osservazioni raccolte nello stesso momento temporale fra individui diversi) separatamente sui due campioni di riferimento, rispettivamente il campione di 100 individui intervistati al Rifugio Genova, ed il campione di 60 individui intervistati al Rifugio Dal Piazz. E' stata seguita una procedura di *step-wise*

¹ Per una descrizione esaustiva delle procedure econometriche si veda Greene, *Econometric Analysis*, Varie Edizioni

regression, in base alla quale tutte le variabili esplicative sono inizialmente incluse nel modello per ‘spiegare’ la variabile dipendente (la WTP); gradualmente vengono eliminate le variabili che risultano non statisticamente significative e il modello viene ri-stimato, fino ad ottenere, ove possibile, dei risultati statisticamente robusti.

I principali limiti dell’analisi sono:

- il fatto che la WTP non è stimata, ma corrisponde al valore dichiarato dai rispondenti: non si tiene dunque conto di eventuali distorsioni nelle risposte;
- la rappresentatività del campione: in particolare per il Rifugio Dal Piaz sono disponibili solo 60 osservazioni. Durante le fasi di stima inoltre si perdono alcune osservazioni là dove per ogni intervistato non sono disponibili tutte le risposte.

In Allegato sono illustrati i risultati più robusti ottenuti dalle procedure di stima, in cui viene stimata la WTP² per la realizzazione rispettivamente del primo e del secondo scenario di valorizzazione del rifugio nei due Parchi. Il modello spiega in modo statisticamente significativo la WTP per la realizzazione di entrambi gli scenari di valorizzazione del rifugio nel caso del Rifugio Genova, mentre nel caso del Rifugio Dal Piaz non sono stati ottenuti risultati robusti nelle stime della WTP per la realizzazione del primo scenario.

I risultati mostrano che:

- la WTP per la realizzazione del primo scenario (la valorizzazione di alcuni servizi offerti dal rifugio) nel caso del Rifugio Genova risulta essere influenzata positivamente e in modo statisticamente significativo dalla durata della permanenza presso il rifugio (sebbene esista una forte correlazione fra la WTP e la spesa prevista, utilizzata come *benchmark* per la costruzione della WTP), dall’importanza attribuita al rifugio come luogo di ricerca di pace e tranquillità e come base per escursioni e ascensioni. Negativa e statisticamente significativa risulta invece essere l’influenza dell’appartenenza al CAI, dell’importanza del rifugio come tappa di un percorso fra rifugi, dell’appartenenza alla categoria professionale dell’impiegato, operaio e ‘in cerca di occupazione’, e dell’appartenenza ad un’elevata classe di reddito. I coefficienti stimati mostrano in particolare la rilevanza dell’influenza della categoria professionale di appartenenza sulla WTP;
- la WTP per la realizzazione del secondo scenario (la riqualificazione strutturale del rifugio), sempre nel caso del Rifugio Genova, risulta influenzata in modo analogo dai fattori illustrati precedentemente, con qualche lieve differenza e variazione: l’effetto positivo sulla WTP è catturato dall’importanza attribuita al rifugio come luogo in cui si respira aria pulita, come ottima base per le escursioni, e come luogo molto confortevole per il pernottamento in ambiente alpino. Negativo risulta essere il coefficiente stimato sulle variabili che esprimono l’ottima funzione del rifugio come tappa di un percorso fra rifugi, e l’efficacia della segnaletica da/ per il rifugio: questi risultati possono significare che un buon livello di soddisfazione dei visitatori rispetto ai suddetti servizi non stimola l’investimento e l’aumento della disponibilità a pagare per una riqualificazione strutturale del rifugio;
- la WTP per la realizzazione del secondo scenario nel caso del Rifugio Dal Piaz risulta essere influenzata positivamente e in modo statisticamente significativo da: l’appartenenza al CAI, l’ottimo giudizio sul livello di comfort offerto dal rifugio per il pernottamento in ambiente alpino, l’appartenenza alla categoria ‘studente’, e la rilevanza attribuita all’adozione di un più efficiente servizio di smaltimento dei rifiuti. Negativa risulta invece essere l’influenza di fattori quali: l’importanza attribuita al rifugio per stare in compagnia di amici, il giudizio sul rifugio

² La WTP è espressa in forma logaritmica, per riflettere l’utilità marginale decrescente della moneta

come valida base per escursioni, l'importanza attribuita alla creazione di micro-impianti di co-generazione, l'appartenenza ad una più elevata classe di reddito.

In genere l'analisi dei risultati illustrati suggerisce che:

- esistono sensibili differenze nelle preferenze dei visitatori nei due Parchi: nelle Dolomiti Bellunesi risultano più significative le esigenze di riqualificazione della struttura del rifugio (in senso eco-compatibile), rispetto alle esigenze di valorizzazione dei servizi offerti dal rifugio espressi dai visitatori nelle Alpi Marittime;
- l'assoluta importanza di alcuni interventi di riqualificazione influisce maggiormente sulla disponibilità a pagare (WTP) per l'implementazione dello scenario di riqualificazione della struttura del rifugio nel Parco delle Dolomiti Bellunesi;
- l'influenza dell'appartenenza al CAI sulla WTP risulta essere statisticamente negativa nelle Alpi Marittime, positiva invece nelle Dolomiti Bellunesi, a significare forse una maggiore apertura dei soci CAI nel Nord-Est;
- in entrambi i Parchi le stime mostrano un *trade-off* fra la classe di reddito di appartenenza dei rispondenti e la WTP: sono altri i fattori che esercitano un'influenza significativa e positiva sulla WTP (ad es. l'apprezzamento del rifugio come base per escursioni.);
- in entrambi i Parchi la WTP è fortemente influenzata dalla categoria professionale cui appartengono i visitatori.

L'analisi delle caratteristiche e delle preferenze della domanda per uno sviluppo sostenibile del turismo presso i due Parchi mostra alcuni risultati interessanti, se pur preliminari. Emergono delle sensibili differenze rispetto alle preferenze ed alla valutazione delle opzioni di valorizzazione dei rifugi fra i visitatori dei due Parchi, forse attribuibili anche ad un diverso grado di maturità del sistema dell'offerta turistica.

Sia l'analisi puramente descrittiva dei dati raccolti, che l'analisi econometrica sulle determinanti della disponibilità a pagare per la realizzazione degli ipotetici scenari di valorizzazione dei rifugi, supportano la stessa evidenza: mentre nel Parco delle Alpi Marittime la domanda turistica, caratterizzata da una maggiore disomogeneità, è più attenta alla valorizzazione dei servizi 'di base' offerti dal rifugio in una prospettiva di sostenibilità, i visitatori nel Parco delle Dolomiti Bellunesi oltre all'interesse per gli aspetti di valorizzazione dei servizi offerti dal rifugio mostrano una maggiore sensibilità verso interventi di riqualificazione strutturale, in senso eco-compatibile, del rifugio. Fattori socio-culturali, quali il livello di istruzione, la professione e l'appartenenza al territorio, risultano giocare un ruolo di rilievo nel sistema delle preferenze, e dunque possono essere funzionali all'orientamento delle politiche di sviluppo.

6. Strategie di valorizzazione

Alla luce delle analisi svolte, la valorizzazione dell'offerta dei rifugi del Parco delle Alpi Marittime non può prescindere da un miglioramento del contesto locale e delle politiche di gestione delle risorse.

Non si tratta tanto di sviluppare nuovi servizi e prodotti turistici, quanto di strutturare l'offerta e mettere a sistema tutte le risorse esistenti per definire una chiara identità del Parco.

Esistono alcuni interventi che potrebbero aumentare il rendimento del capitale turistico ed incrementare la domanda, ma solo un netto salto qualitativo potrebbe creare le basi per uno sviluppo sostenibile del territorio.

Una delle strade da seguire è quella di promuovere processi di destagionalizzazione: la forte domanda nei mesi di luglio e agosto ed i bassi livelli di attività e occupazione nel resto dell'anno sono, infatti, uno dei principali punti di debolezza del turismo in quest'area. Diventa dunque

prioritario cogliere tutte le opportunità per prolungare la stagione e indirizzare la promozione verso mercati meno stagionali (vacanze brevi, giovani, stranieri, studenti, visitatori con interessi particolari).

Tra le attività e le iniziative che potrebbero favorire questo processo e stimolare nuova domanda sono state individuate le seguenti:

aumentare il comfort e migliorare i servizi igienici dei rifugi;

incentivare lo sci alpinismo primaverile in Val di Gesso;

- ✓ sviluppare l'escursionismo a scopo naturalistico (fauna selvatica e birdwatching) che al momento non rappresenta una della priorità della domanda;
- ✓ promuovere maggiormente il Parco all'estero, dove la domanda turistica è distribuita in modo più omogeneo nell'arco dell'anno ed è meno rivolta a servizi di *comfort* (Olanda, Germania);
- ✓ definire nuovi itinerari in quota grazie alla cooperazione tra gestori: i rifugi del Parco attraggono tipologie di clienti diverse, a seconda della loro localizzazione e del loro grado di accessibilità, ma la capacità di attrazione degli itinerari che collegano più rifugi è comunque elevata, motivo per cui occorre aumentare la segnaletica ed i sentieri di raccordo;
- ✓ identificare e promuovere un numero maggiore di sentieri brevi (sotto le tre ore), richiesti da visitatori in soggiorni brevi e fuori stagione;
- ✓ creare un programma unico di escursioni guidate, coordinato dal Parco, da distribuire in tutte le strutture ricettive, negozi e centri visita; esiste una grande quantità di materiale stampato prodotto da una varietà di attori e distribuito in modo casuale, ma si dovrebbe creare un singolo pieghevole informativo *standard* del Parco da distribuire su vasta scala;
- ✓ incoraggiare le visite scolastiche ed educative con pernottamento; al momento, esistono molte visite guidate in giornata e a bassa quota, ma sono pochi i casi di pernottamento in rifugio: i motivi sono la difficoltà ad intercettare le scuole durante la stagione estiva (l'apertura dei rifugi coincide con la chiusura delle scuole), l'accessibilità ai rifugi in quota per i bambini poco propensi a lunghe escursioni, la capacità ricettiva dei rifugi ed i costi per gli alunni e la scuola. La legge quadro sulle aree protette prevede l'istituzione di Guide del Parco, dipendenti dell'ente il cui impiego per gite potrebbe ridurre i costi dei pacchetti scuola imputabili al pagamento delle guide alpine;
- ✓ estendere alle Università i programmi educativi che prevedono soggiorni di più giorni e promuovere corsi educativi e corsi di aggiornamento per insegnanti su tematiche ambientali;
- ✓ rafforzare le relazioni con il Parco del Mercantour per proporre l'immagine di area protetta transfrontaliera; nonostante la mancanza di collegamenti stradali diretti tra i due parchi, occorre favorire una promozione coordinata a livello internazionale, migliorare lo scambio di informazioni turistiche e valorizzare sentieri e rifugi sui due versanti;
- ✓ promuovere la vendita e la distribuzione di piatti tipici e di prodotti dell'artigianato locale.

La strategia adottata dall'Ente Parco delle Dolomiti Bellunesi è certamente una base di partenza importante nella definizione di un percorso di valorizzazione dell'offerta turistica in quota. Tuttavia esistono ancora problemi da risolvere ed azioni da intraprendere per incrementare in modo significativo il flusso di turisti e visitatori. Alcuni interventi sono semplici correttivi alla strategia in essere, altri completano il quadro definendo il ruolo di altri attori rilevanti:

- ✓ i gestori dei rifugi dovrebbero coordinare la propria attività e definire una strategia comune di promozione da presentare a soggetti preposti alla valorizzazione dell'offerta turistica (Ente, APT, Comuni); le sezioni del CAI dovrebbero svolgere un ruolo di intermediazione e di facilitazione in questo senso. L'approccio di tipo *top down* seguito dal Parco per organizzare la rete dei rifugi rischia di non coinvolgere ed attivare sufficientemente i gestori in una promozione integrata e orientata ad una maggiore fruizione. Rafforzare il gruppo di coordinamento CAI-Parco-Gestori ed estendere le tematiche di discussione a strategie di valorizzazione potrebbe essere un modo efficace per realizzare interventi più significativi;

- ✓ la promozione dovrebbe concentrarsi sul mercato estero (Germania, Austria) - al momento solo l'8% dei visitatori è di origine straniera - per rilanciare i percorsi escursionistici delle Alte Vie dolomitiche, e sulle province di Padova, Venezia, Vicenza, Trieste, dove il Parco delle Dolomiti Bellunesi risulta ancora poco conosciuto. Dati i costi eccessivi per una partecipazione autonoma, i gestori dovrebbero presentarsi come rete in occasione delle fiere di settore, grazie al supporto di investimenti promozionali delle sezioni del CAI e dell'APT di Belluno;
- ✓ i gestori dovrebbero caratterizzare la propria offerta per distinguere il proprio "prodotto" da strutture ricettive concorrenti. L'offerta tipica di questi "Rifugi minori" potrebbe essere il rapporto con il gestore, la cucina a base di prodotti locali, un'apertura prolungata, un ambiente naturale intatto e selvaggio, la tranquillità di aree poco frequentate. Queste caratteristiche, se valorizzate in modo adeguato, possono contribuire ad intercettare nuovi segmenti di domanda, a creare nicchie di mercato e ad incrementare la spesa dei visitatori, ancora relativamente modesta;
- ✓ gli enti locali dovrebbero favorire l'accesso al Parco, migliorando il trasporto pubblico e le strutture di accoglienza per le auto dei visitatori. A titolo di esempio: il servizio autobus Feltre-Sovramonte non viene effettuato di domenica, impedendo un facile ritorno agli escursionisti che hanno completato la AV2 sino al rifugio Dal Piaz. Questo esempio permette di capire quanto sia importante, per il successo di una strategia di valorizzazione, il coinvolgimento di tutti i soggetti impegnati nella gestione del territorio;
- ✓ adottare misure particolari per avvicinare i giovani alla montagna, promuovendo nelle scuole e nelle università corsi di educazione ambientale in quota. Gli enti locali, in collaborazione con Sezioni CAI e Parco, dovrebbero contribuire in modo significativo all'investimento in educazione ambientale per ridurre al minimo i costi in capo a scuole ed alunni;
- ✓ migliorare ulteriormente le strutture, sia per garantire maggiore *comfort* e servizi igienici adeguati alle richieste della domanda, sia per implementare sistemi di gestione eco-compatibile;
- ✓ predisporre percorsi naturalistici e trasformare i rifugi in punti di informazione e illustrazione della fauna e flora locale.

Questi interventi dovrebbero garantire una maggiore fruizione del rifugio e promuovere un significativo incremento del pernottamento in quota, che rappresenta uno dei limiti più significativi dell'attuale domanda.

Le Tabelle 3 e 4 riassumono i punti di forza e i punti di debolezza (analisi SWOT) emersi dall'analisi del sistema del turismo nelle due aree oggetto della ricerca, ed evidenziano le opportunità ed i rischi legati allo sviluppo del turismo nelle due aree montane.

Fra le opportunità in entrambi i Parchi è da segnalare la possibile realizzazione di 'progetti pilota' volti a sfruttare le potenzialità specifiche delle diverse realtà territoriali.

Di seguito viene illustrato un progetto pilota centrato sulla valorizzazione della struttura dei rifugi, già studiato nel contesto del Parco delle Dolomiti Bellunesi.

Tabella 3. Analisi SWOT – Parco delle Alpi Marittime

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> • Paesaggio e Clima • Ricchezza botanica e faunistica • Caratterizzazione storica • Percorso GTA • Buona dotazione di rifugi in quota 	<ul style="list-style-type: none"> • Offerta non strutturata • Mancanza di coordinamento tra operatori turistici • Scarsa cooperazione tra gestori • Trasporto pubblico debole • Accessibilità ai rifugi • Gestione e manutenzione della rete dei sentieri • <i>Standard</i> qualitativo delle strutture ricettive non omogeneo • Materiale informativo non coordinato • Iniziative di promozione autonome • Scarsi collegamenti tra rifugi • Leadership dell'Ente Parco ancora debole • Stagione breve
Opportunità	Rischi
<ul style="list-style-type: none"> • Rapporto tra sezioni CAI e rifugi • Crescente interesse per il turismo verde e sostenibile • Processi di destagionalizzazione • Creazione dell'Associazione Ecoturismo in Marittime • Valore aggiunto dalla strutturazione dell'offerta e dalla creazione di un "sistema parco" • Rapporto con il Parc National de Mercantour • Mercato straniero • Collegamento tra rifugi e campeggi • Adozione di sistemi di gestione ambientale (Eco-rifugio) • <i>Green marketing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento della pressione antropica e della congestione nei mesi e nelle giornate di punta • Sviluppo non pianificato • Incapacità di migliorare l'offerta turistica e di valorizzare le risorse • Difficoltà a declinare strategie in azioni concrete • Resistenze a superare gli interessi particolari

Tabella 4. Analisi SWOT – Parco delle Dolomiti Bellunesi

Punti di forza	Punti di debolezza
<ul style="list-style-type: none"> • Valore paesaggistico • Biodiversità • Natura selvaggia ed incontaminata • Vicinanza geografica ad altre aree protette • Il Parco è attraversato dalle Alte Vie delle Dolomiti n. 1, n. 2. • Testimonianze storiche culturali • Efficiente programmazione e gestione delle risorse da parte dell’Ente Parco • Progetti speciali di intervento promossi dal Parco • Elevato <i>standard</i> qualitativo delle strutture ricettive in quota • Creazione di un “sistema parco” 	<ul style="list-style-type: none"> • Attività turistica modesta • Domanda insufficiente • Accessibilità al Parco • Strutture di accoglienza auto visitatori • “Pendolarismo” giornaliero e scarsi soggiorni in quota • Scarsa competenza e professionalità nel settore • Strutture ricettive non orientate al turismo nel e del Parco • Mancanza di coordinamento tra operatori turistici • Cooperazione tra gestori ancora non sufficiente • Rapporti tra sezioni CAI e rifugi piuttosto problematici • Trasporto pubblico debole • Promozione insufficiente della APT di Belluno
Opportunità	Rischi
<ul style="list-style-type: none"> • Promozione dei rifugi nelle province di PD,TV,VC, VE • Ruolo dell’Ente Parco nella promozione del turismo naturalistico • Rapporto tra sezioni CAI e Parco (Accordo quadro) • Progetto “Carta qualità” • Il processo di Agenda 21 Locale • Apertura fuori stagione di alcuni rifugi • Crescente interesse per il turismo verde e sostenibile • Caratterizzazione come “rifugi minori” • Adozione di sistemi di gestione ambientale (Eco-rifugio) • Rapporto con l’Università di Padova 	<ul style="list-style-type: none"> • Concorrenza di “prodotti” simili • Tendenza demografica negativa ed abbandono del territorio da parte dei giovani • Resistenze al processo di riqualificazione avviato dal Parco e scarsa collaborazione degli operatori • Crisi delle Allevie • Incapacità di invertire un trend della domanda negativo

6.1 Progetto pilota

E' emerso come i rifugi alpini abbiano le potenzialità per incentivare una domanda di turismo sostenibile, integrando gli aspetti più strettamente ambientali con soluzioni gestionali volte a promuovere la conoscenza del territorio e delle sue tradizioni. In base ai risultati dell'analisi, ed in particolare in base alla considerazione che un incremento duraturo della domanda debba passare attraverso una promozione più efficace e mirata, volta anche ad avvicinare i giovani alla montagna e alla vita in rifugio, si potrebbe adottare un progetto pilota di valorizzazione dei rifugi.

Il progetto pilota disegnato per la realtà del Parco delle Dolomiti Bellunesi vedrebbe la partecipazione delle sezioni del CAI, dell'Ente Parco e dell'Università di Padova.

Il progetto si articola nelle seguenti fasi:

- adottare nei rifugi un sistema innovativo di gestione dei reflui con fitodepurazione dei liquidi e digestore anaerobico per solidi. Il Gas metano generato verrebbe utilizzato per generare energia termica o elettrica, mentre il compost derivato verrebbe smaltito in letti di essiccamento. Al momento è in atto una sperimentazione del sistema presso il rifugio Boz, dove alcuni studiosi dell'Università di Padova stanno verificandone la fattibilità ed il funzionamento. L'adozione di questo sistema, oltre agli interventi del programma *Fossil Free*, porrebbe i rifugi del Parco all'avanguardia nel campo della sostenibilità;
- organizzare con l'Università di Padova corsi estivi di ingegneria ambientale, della durata di 15 giorni, che prevedono il soggiorno degli studenti nei rifugi che hanno adottato il sistema di smaltimento;
- fornire ai gestori le necessarie competenze per introdurre un sistema di gestione ambientale. A tal proposito il CAI dovrebbe promuovere nuovi corsi di formazione in: gestione ambientale, rapporti con clienti e fornitori, approfondimenti su sistemi di depurazione ed energie rinnovabili, marketing e comunicazione;
- promuovere l'immagine dell'Eco-rifugio, quale elemento distintivo del Parco ed esempio di *best practice* nel campo del turismo sostenibile;
- formulare una più ampia strategia di *green marketing* e di promozione del turismo in alta montagna, volta ad acquisire nuove quote di mercato, attraverso il riposizionamento d'immagine dei rifugi e la definizione di azioni che siano frutto di una intensa attività di concertazione con gli enti locali.

7. Conclusioni

L'analisi del sistema dell'offerta e della domanda di turismo nel Parco delle Alpi Marittime e delle Dolomiti Bellunesi mostra che:

- ✓ la diversità nelle preferenze dei visitatori riflette la diversità nel sistema dell'offerta: la domanda nel Parco delle Dolomiti Bellunesi, caratterizzata da una frequentazione abituale, più radicata sul territorio, interessata agli aspetti naturalistici, più sensibile ad interventi di riqualificazione strutturale, in senso eco-compatibile, del rifugio, è evidentemente 'guidata' dal ruolo più attivo dell'Ente Parco e dalla maggiore cooperazione fra gli operatori;
- ✓ fattori socio-culturali, quali il livello di istruzione, la professione e l'appartenenza al territorio, risultano giocare un ruolo di rilievo nel sistema delle preferenze, e dunque possono essere funzionali all'orientamento delle politiche di sviluppo.

L'analisi della domanda mostra come il rifugio e l'intero sistema dell'offerta turistica si possano modificare per meglio adattarsi alle preferenze e per 'catturare' un maggior numero di visitatori. Proprio in questa direzione sono emersi alcuni modelli di orientamento strategico, basati su:

- ✓ il coordinamento fra attori in base ad un approccio partecipato, con la definizione di obiettivi e priorità condivise, ad esempio attraverso la realizzazione di Agende 21 e di Piani di Programmazione;
- ✓ la ri-definizione delle politiche di gestione dei rifugi da parte delle sezioni del CAI;
- ✓ la creazione di un'identità forte del sistema parco per una promozione più efficace, ad esempio attraverso la promozione di una Carta Qualità, o l'adozione di sistemi ISO14001;
- ✓ progetti pilota di riqualificazione dei rifugi;
- ✓ strategie di green marketing più aggressive, come la creazione di un Parco Fossil Free, o la riqualificazione e promozione del rifugio come Eco-rifugio.

Dalla ricerca emerge dunque come il rifugio venga ad assumere un ruolo chiave per la valorizzazione dell'ambiente alpino in una prospettiva di sostenibilità, e come politiche di riqualificazione dei rifugi possano essere attuate in sinergia con le politiche di sviluppo delle aree montane.

Bibliografia

AA.VV., Strategia e Piano d'azione per un turismo sostenibile, Valdieri (Parco delle Alpi Marittime), 2001

AA.VV., Come migliorare il turismo nei Parchi. Manuale per le imprese turistiche, Valdieri 2001

AA.VV., Dalle Alpi Marittime alle Ande. Rifugi o...?, Atti del convegno tenutosi a Cuneo e Entracque il 25 e 26 settembre 1998. Interventi sul tema "Rifugi" di alpinisti, giornalisti, ambientalisti, rappresentanti di parchi italiani e stranieri, dirigenti Cai, gestori di rifugi e tecnici. Valdieri 2001

Agenda 21 del Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi- Relazione tecnica

R.T. Carson, R.C. Mitchell, Using Surveys to Value Public Goods: the Contingent Valuation Method, Washington, Resources for the Future, 1989

Carta Qualità del Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi, Feltre, 2003

M.E. Cassinelli, C. Salemme, Analisi delle prospettive di sviluppo turistico e ricreativo del Parco Pineta di Appiano Gentile e Tradate, Tesi di Laurea in Scienze Ambientali, Università Degli Studi di Milano - Bicocca, Facoltà di Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali, in collaborazione con il Parco Pineta di Appiano Gentile e Tradate e il Dipartimento di Informatica, Sistemistica e Comunicazione, 2002

M. A. Corigliano, Aree protette e turismo: Valorizzazione dell'ambiente per la creazione del prodotto, Università Bocconi, Milano, 21 ottobre 1999

Decisione della Commissione del 14 aprile 2003 che stabilisce i criteri per l'assegnazione di un marchio comunitario di qualità ecologica al servizio di ricettività turistica (2003/287/CE)

E. Della Morte, La valorizzazione della rete dei rifugi alpini in Valle Spluga, Tesi di Laurea 2002, Politecnico di Milano

Formez, La valorizzazione sostenibile della montagna, Quaderni Formez n°13, Roma, giugno 2003

Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi - Piano di Gestione per l'anno 2002
(Deliberazione del Consiglio Direttivo n. 2 del 1 febbraio 2002)

Sito del Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi: www.dolomitipark.it

Sito del Parco Alpi Marittime: www.parks.it/parco.alpi.marittime/index.html

Sito del CAI: www.cai.it

Allegato 1

Distribuzione delle risposte al questionario nel Parco Nazionale delle Alpi Marittime: Rifugio Genova

1. VISITA AI RIFUGI NEL PARCO NATURALE DELLE ALPI MARITTIME

D1) E' la sua prima visita al Parco delle Alpi Marittime?

SI (passare alla D5)	NO
54%	46%

D2) Si ricorda approssimativamente quante volte è stato nel Parco delle Alpi Marittime negli ultimi 5 anni?

2	2-5	5-10	>10
32%	28%	8%	22%

D3) Nelle sue visite passate è già stato presso questo rifugio?

SI				NO (passare alla D5)
76%				24%
Quante volte?				
1	2-5	5-10	10>	
22%	33%	14%	31%	

D4) Se è già stato presso questo rifugio, di che tipo di servizi ha usufruito in passato?

Pernottamento	36%
Ristorazione	64%

D5) In occasione di questa sua visita, quante notti intende trascorrere al rifugio?

0	1	2-3	3-6	6>
30%	50%	10%	10%	0%

D6) Quanti pasti intende consumare?

0	1	2-3	3-6	6>
5%	70%	19%	6%	0%

D7) Quante consumazioni al bar prevede?

0	1	2-3	3-6	6>
35%	32%	23%	6%	4%

D8) Attraverso quali fonti di informazione è venuto a conoscenza di questo rifugio?

Sezioni del CAI	10%
Ente Parco	0%
Operatori turistici locali (alberghieri e/o per la ristorazione)	1%
Guide alpine	2%
Libri e cartine	27%

Amici e/o familiari	43%
Internet	15%
Altro (specificare)	2%

D9) Lei è socio CAI?

SI	NO
28%	72%

D10) L'appartenenza di questo rifugio al CAI ha influenzato la scelta della sua meta?

SI	NO
16%	84%

D11) Quali sono le ragioni che l'hanno spinto a venire a questo rifugio all'interno del Parco?

Ragioni per venire a questo rifugio	<i>Per nulla Importante</i>		<i>Estremamente Importante</i>				
	1	2	3	4	5	6	7
Ascensione alpinistica	16%	8%	8%	8%	6%	23%	31%
Gita escursionistica	4%	1%	14%	4%	9%	29%	39%
Trekking all'interno del Parco	10%	5%	11%	15%	5%	16%	38%
Gita a scopo educativo	20%	7%	14%	7%	13%	27%	12%
Gita a scopo ricreativo	19%	4%	13%	13%	21%	15%	15%
Ristorazione	18%	7%	16%	14%	17%	18%	10%
Osservazione flora, fauna, geologia locali	8%	12%	17%	13%	19%	19%	12%
Aria pulita	5%	2%	20%	15%	17%	23%	18%
Ricerca di pace e tranquillità	7%	6%	13%	15%	23%	24%	12%
Contatto con la natura	7%	7%	9%	17%	14%	25%	21%
Stare in compagnia di amici	12%	3%	7%	10%	10%	19%	39%

D12) Ha pernottato a fondo valle prima di venire in gita al rifugio?

SI	NO (passare alla D15)
22%	78%

D13) Se ha pernottato in valle prima di venire in gita al rifugio, potrebbe cortesemente indicare dove?

Abitazione di residenza	63%
Seconda casa	2%
Albergo	15%
Campeggio	13%
Presso amici	0%
Altro (specificare)	5%

D14) Quanti giorni dura il suo soggiorno nella vallata e/o all'interno del Parco delle Alpi Marittime?

1	2-5	5-10	10>	tutto l'anno
---	-----	------	-----	--------------

9%	11%	33%	3%	44%
----	-----	-----	----	-----

D15) Indichi per cortesia se è venuto al rifugio in compagnia di:

Amici	42%
Famigliari	30%
Educatori	5%
Guida Alpina	0%
Guida Escursionistica	2%
Solo	14%
Altro (specificare)	7%

D16) Saprebbe dirmi, approssimativamente, quale è la spesa individuale che lei sosterrà in questo rifugio?

(complessivamente per eventuale pernottamento e/o ristorazione)

<10	10-20	20-40	40-60	60-100	100>
7%	17%	49%	14%	9%	4%

2. OPZIONI DI RIQUALIFICAZIONE DEI RIFUGI IN UNA PROSPETTIVA DI SVILUPPO SOSTENIBILE DEL TURISMO ALPINO

R1)

Servizi offerti dal rifugio	<i>Inadeguato</i>		<i>Migliorabile</i>			<i>Ottimo</i>	
	1	2	3	4	5	6	7
Punto di ristorazione (pranzo/cena/merenda)	2%	1%	0%	12%	11%	32%	42%
Pernottamento confortevole in ambiente alpino	5%	2%	5%	9%	22%	31%	26%
Base per ascensioni/ escursioni all'interno del Parco	2%	6%	6%	17%	25%	24%	20%
Tappa di un percorso fra rifugi all'interno del Parco	2%	4%	4%	20%	23%	19%	28%
Punto di osservazione della flora/ fauna/ geologia locali	3%	5%	8%	19%	21%	24%	20%
Tappa di un percorso naturalistico	4%	5%	7%	17%	29%	20%	18%
Segnaletica (per arrivare agevolmente al rifugio e eventualmente raggiungere altri rifugi all'interno del Parco)	6%	13%	8%	15%	24%	17%	16%
Comfort e servizi igienici	4%	3%	7%	13%	23%	29%	21%

SCENARIO I- VALORIZZAZIONE SERVIZI OFFERTI DAL RIFUGIO

R2)

Nuovi servizi offerti dal rifugio	<i>Del tutto inutile--Assolutamente essenziale</i>						
	1	2	3	4	5	6	7
Miglioramento della segnaletica per itinerari ed escursioni all'interno del Parco	8%	6%	6%	9%	14%	20%	37%
Creazione di nuovi percorsi naturalistici (itinerari a piedi, oasi per <i>birdwatching</i> etc..)	16%	11%	5%	23%	15%	16%	12%
Creazione di itinerari o luoghi dedicati ad attività sportive e ricreative (itinerari per mountain biking, falesie/pannelli per l'arrampicata sportiva, vie attrezzate per l'alpinismo etc.)	12%	14%	12%	13%	14%	15%	18%
Punto di partenza per percorsi didattici nella natura all'interno del Parco	10%	12%	12%	22%	15%	18%	11%
Punto di informazioni e di illustrazione della flora/fauna/ geologia locali	8%	14%	8%	17%	17%	17%	19%
Punto di ristorazione che offre piatti tipici locali	12%	6%	9%	20%	18%	18%	17%
Punto vendita di prodotti tipici (caseari, di agricoltura biologica, dolci, vini ed altre specialità tipiche del luogo e/o della regione)	14%	8%	16%	17%	18%	13%	14%
Maggiore comfort e migliori servizi igienici	12%	11%	9%	16%	17%	11%	24%
Fulcro per la promozione di eventi culturali (mostre di artisti locali, manifestazioni musicali, seminari sulla cultura tradizionale, sull'ambiente alpino etc.)	19%	18%	11%	18%	16%	9%	9%
Fulcro per la promozione di manifestazione ricreative e sportive (manifestazioni podistiche, ciclistiche, trekking fra i rifugi, gare d'arrampicata etc.)	14%	16%	13%	15%	21%	10%	11%

R3)

Sarei disposto a spendere fino al 10% in più	68%
Sarei disposto a spendere fino al 20% in più	22%
Sarei disposto a spendere fino al 30% in più	7%
Sarei disposto a spendere fino al 40% in più	1%
Sarei disposto a spendere fino al 50% in più	2%
Sarei disposto a spendere più del 50% in più	0%

SCENARIO II- RIQUALIFICAZIONE DELLA STRUTTURA DEL RIFUGIO

R4)

Nuovi servizi offerti dal rifugio	<i>Del tutto inutile--Assolutamente essenziale</i>						
	1	2	3	4	5	6	7
Adozione da parte del rifugio di un sistema innovativo di gestione dei reflui	11%	5%	8%	16%	16%	16%	28%
Adozione da parte del rifugio di un sistema più efficiente di smaltimento dei rifiuti	11%	5%	7%	18%	17%	13%	29%
Creazione di micro impianti di cogenerazione per la produzione di energia elettrica	11%	6%	10%	14%	18%	12%	29%
Interventi di riqualificazione per l'utilizzo dell'energia termica (tetti solari)	7%	5%	7%	14%	17%	20%	30%
Implementazione di un sistema di certificazione ambientale certificato (EMAS, ISO14001)	22%	8%	4%	16%	13%	10%	27%

R5)

Sarei disposto a spendere fino al 10% in più	66%
Sarei disposto a spendere fino al 20% in più	21%
Sarei disposto a spendere fino al 30% in più	10%
Sarei disposto a spendere fino al 40% in più	2%
Sarei disposto a spendere fino al 50% in più	1%
Sarei disposto a spendere più del 50% in più	0%

3. DATI SOCIO ECONOMICI

S1) Sesso

Maschio	Femmina
64%	36%

S2) Età

< 30	30 - 50	> 50
20 %	35 %	45 %

S3) Qual è il suo titolo di studio?

Scuola dell'obbligo	16%
Medie superiori	57%
Diploma universitario	6%
Laurea	21%

Dottorato di ricerca o specializzazione	0%
Altro	0%

S4) Dove risiede attualmente?

Valle	Provincia	Regione	Italia	Estero
11 %	19 %	24 %	22 %	24 %

S5) Che tipo di occupazione svolge?

Professionista	8%
Imprenditore	11%
Insegnante	6%
Impiegato	22%
Artigiano	15%
Operaio	10%
Studente	8%
Pensionato	10%
Casalinga	7%
In cerca di un'occupazione	3%
Altro	0%

S6) Di quante persone è composto il suo nucleo familiare?

1	da 2 a 3	da 4 a 5	>5
9 %	49 %	37 %	5 %

S7) Le chiediamo di valutare approssimativamente il reddito mensile netto del suo nucleo familiare

Fino a 1000 €	3%
Da 1.000 € a 2.000 €	25%
Da 2.000 € a 3.000 €	33%
Da 3.000 € a 4.000 €	12%
Da 4.000 € a 5.000 €	8%
Più di 5.000 €	5%
Non so	14%

Allegato 2

Distribuzione delle risposte al questionario nel Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi: Rifugio Dal Piaz

1. VISITA AI RIFUGI NEL PARCO NATURALE DELLE DOLOMITI BELLUNESI

D1) E' la sua prima visita al Parco delle Dolomiti Bellunesi?

SI (passare alla D5)	NO
30%	70%

D2) Si ricorda approssimativamente quante volte è stato nel Parco delle Dolomiti Bellunesi negli ultimi 5 anni?

2	2-5	5-10	>10
22%	21%	25%	32%

D3) Nelle sue visite passate è già stato presso questo rifugio?

SI				NO (passare alla D5)			
66%				34%			
Quante volte?							
1		2-5		5-10		10>	
10%		48%		28%		14%	

D4) Se è già stato presso questo rifugio, di che tipo di servizi ha usufruito in passato?

Pernottamento	41%
Ristorazione	59%

D5) In occasione di questa sua visita, quante notti intende trascorrere al rifugio?

0	1	2-3	3-6	6>
36%	59%	3%	2%	0%

D6) Quanti pasti intende consumare?

0	1	2-3	3-6	6>
8%	56%	32%	4%	0%

D7) Quante consumazioni al bar prevede?

0	1	2-3	3-6	6>
22%	29%	42%	7%	0%

D8) Attraverso quali fonti di informazione è venuto a conoscenza di questo rifugio?

Sezioni del CAI	2%
Ente Parco	9%
Operatori turistici locali (alberghieri e/o per la ristorazione)	0%
Guide alpine	0%
Libri e cartine	21%

Amici e/o familiari	54%
Internet	10%
Altro (specificare)	4%

D9) Lei è socio CAI?

SI	NO
34%	66%

D10) L'appartenenza di questo rifugio al CAI ha influenzato la scelta della sua meta?

SI	NO
21%	79%

D11) Quali sono le ragioni che l'hanno spinto a venire a questo rifugio all'interno del Parco?

Ragioni per venire a questo rifugio	<i>Per nulla Importante</i>		<i>Estremamente Importante</i>				
	1	2	3	4	5	6	7
Ascensione alpinistica	49%	17%	0%	11%	6%	10%	7%
Gita escursionistica	7%	10%	0%	25%	20%	13%	25%
Trekking all'interno del Parco	31%	15%	9%	12%	10%	13%	10%
Gita a scopo educativo	37%	18%	5%	23%	9%	7%	1%
1 Gita a scopo ricreativo	35%	6%	2%	22%	15%	11%	9%
Ristorazione	50%	11%	12%	15%	1%	4%	7%
Osservazione flora, fauna, geologia locali	24%	1%	15%	19%	20%	13%	8%
Aria pulita	20%	3%	3%	21%	21%	13%	19%
Ricerca di pace e tranquillità	12%	7%	1%	15%	18%	16%	31%
Contatto con la natura	10%	3%	4%	13%	27%	9%	34%
Stare in compagnia di amici	13%	8%	2%	8%	24%	13%	32%

D12) Ha pernottato a fondo valle prima di venire in gita al rifugio?

SI	NO (passare alla D15)
38%	62%

D13) Se ha pernottato in valle prima di venire in gita al rifugio, potrebbe cortesemente indicare dove?

Abitazione di residenza	56%
Seconda casa	15%
Albergo	15%
Campeggio	5%
Presso amici	4%
Altro (specificare)	5%

D14) Quanti giorni dura il suo soggiorno nella vallata e/o all'interno del Parco delle Dolomiti Bellunesi?

1	2-5	5-10	10>	tutto l'anno
10%	19%	18%	23%	30%

D15) Indichi per cortesia se è venuto al rifugio in compagnia di:

Amici	53%
Famigliari	32%
Educatori	4%
Guida Alpina	0%
Guida Escursionistica	0%
Solo	11%
Altro (specificare)	0%

D16) Saprebbe dirmi, approssimativamente, quale è la spesa individuale che lei sosterrà in questo rifugio? (complessivamente per eventuale pernottamento e/o ristorazione)

<10	10-20	20-40	40-60	60-100	100>
6%	36%	40%	16%	0%	2%

2. OPZIONI DI RIQUALIFICAZIONE DEI RIFUGI IN UNA PROSPETTIVA DI SVILUPPO SOSTENIBILE DEL TURISMO ALPINO

R1)

Servizi offerti dal rifugio	<i>Inadeguato</i>		<i>Migliorabile</i>			<i>Ottimo</i>	
	1	2	3	4	5	6	7
Punto di ristorazione (pranzo/cena/merenda)	0%	0%	8%	6%	24%	30%	32%
Pernottamento confortevole in ambiente alpino	0%	1%	6%	10%	24%	36%	23%
Base per ascensioni/ escursioni all'interno del Parco	0%	0%	1%	27%	21%	26%	25%
Tappa di un percorso fra rifugi all'interno del Parco	0%	0%	6%	20%	10%	30%	33%
Punto di osservazione della flora/ fauna/ geologia locali	0%	1%	12%	18%	18%	27%	24%
Tappa di un percorso naturalistico	1%	0%	10%	20%	30%	20%	19%
Segnaletica (per arrivare agevolmente al rifugio e eventualmente raggiungere altri rifugi all'interno del Parco)	6%	12%	8%	10%	12%	30%	22%
Comfort e servizi igienici	6%	10%	17%	17%	15%	17%	18%

SCENARIO I- VALORIZZAZIONE SERVIZI OFFERTI DAL RIFUGIO

R2)

Nuovi servizi offerti dal rifugio	<i>Del tutto inutile--Assolutamente essenziale</i>						
	1	2	3	4	5	6	7
Miglioramento della segnaletica per itinerari ed escursioni all'interno del Parco	17%	1%	12%	5%	16%	15%	34%

Creazione di nuovi percorsi naturalistici (itinerari a piedi, oasi per <i>birdwatching</i> etc..)	20%	13%	6%	11%	17%	13%	20%
Creazione di itinerari o luoghi dedicati ad attività sportive e ricreative (itinerari per mountain biking, falesie/pannelli per l'arrampicata sportiva, vie attrezzate per l'alpinismo etc.)	17%	5%	16%	20%	15%	17%	10%
Punto di partenza per percorsi didattici nella natura all'interno del Parco	10%	10%	15%	22%	16%	13%	14%
Punto di informazioni e di illustrazione della flora/fauna/ geologia locali	7%	5%	15%	18%	20%	16%	19%
Punto di ristorazione che offre piatti tipici locali	6%	0%	16%	22%	25%	13%	18%
Punto vendita di prodotti tipici (caseari, di agricoltura biologica, dolci, vini ed altre specialità tipiche del luogo e/o della regione)	15%	3%	13%	19%	26%	10%	14%
Maggiore comfort e migliori servizi igienici	6%	3%	16%	17%	19%	12%	26%
Fulcro per la promozione di eventi culturali (mostre di artisti locali, manifestazioni musicali, seminari sulla cultura tradizionale, sull'ambiente alpino etc.)	13%	7%	17%	15%	24%	10%	14%
Fulcro per la promozione di manifestazione ricreative e sportive (manifestazioni podistiche, ciclistiche, trekking fra i rifugi, gare d'arrampicata etc.)	18%	9%	14%	18%	12%	12%	17%

R3)

Sarei disposto a spendere fino al 10% in più	61%
Sarei disposto a spendere fino al 20% in più	30%
Sarei disposto a spendere fino al 30% in più	9%
Sarei disposto a spendere fino al 40% in più	0%
Sarei disposto a spendere fino al 50% in più	0%
Sarei disposto a spendere più del 50% in più	0%

SCENARIO II- RIQUALIFICAZIONE DELLA STRUTTURA DEL RIFUGIO

R4)

Nuovi servizi offerti dal rifugio	<i>Del tutto inutile--Assolutamente essenziale</i>						
	1	2	3	4	5	6	7
Adozione da parte del rifugio di un sistema innovativo di gestione dei reflui	3%	9%	7%	20%	10%	26%	25%
Adozione da parte del rifugio di un sistema più efficiente di smaltimento dei rifiuti	5%	4%	10%	25%	18%	19%	19%

Creazione di micro impianti di cogenerazione per la produzione di energia elettrica	11%	9%	9%	16%	9%	24%	22%
Interventi di riqualificazione per l'utilizzo dell'energia termica (tetti solari)	1%	4%	5%	18%	16%	20%	26%
Implementazione di un sistema di certificazione ambientale certificato (EMAS, ISO14001)	26%	10%	8%	17%	4%	22%	13%

R5)

Sarei disposto a spendere fino al 10% in più	60%
Sarei disposto a spendere fino al 20% in più	33%
Sarei disposto a spendere fino al 30% in più	6%
Sarei disposto a spendere fino al 40% in più	0%
Sarei disposto a spendere fino al 50% in più	1%
Sarei disposto a spendere più del 50% in più	0%

3. DATI SOCIO ECONOMICI

S1) Sesso

Maschio	Femmina
65%	35%

S2) Età

< 30	30 - 50	> 50
16%	47%	37%

S3) Qual è il suo titolo di studio?

Scuola dell'obbligo	13%
Medie superiori	40%
Diploma universitario	3%
Laurea	32%
Dottorato di ricerca o specializzazione	10%
Altro	2%

S4) Dove risiede attualmente?

Valle	Provincia	Regione	Italia	Estero
12%	32%	26%	22%	8%

S5) Che tipo di occupazione svolge?

Professionista	18%
Imprenditore	6%
Insegnante	15%
Impiegato	22%
Artigiano	2%
Operaio	5%
Studente	14%
Pensionato	9%
Casalinga	5%
In cerca di un'occupazione	1%
Altro	3%

S6) Di quante persone è composto il suo nucleo familiare?

1	da 2 a 3	da 4 a 5	>5
22%	41%	35%	2%

S7) Le chiediamo di valutare approssimativamente il reddito mensile netto del suo nucleo familiare

Fino a 1000 €	6%
Da 1.000 € a 2.000 €	30%
Da 2.000 € a 3.000 €	33%
Da 3.000 € a 4.000 €	12%
Da 4.000 € a 5.000 €	4%
Più di 5.000 €	0%
Non so	15%

Allegato 3

Rifugio Genova- Parco delle Alpi Marittime- Regressioni OLS

WTP scenario 1 (valorizzazione dei servizi offerti dal rifugio)

Numero delle osservazioni = 93

F(13, 79) = 7.69

Prob > F = 0.0000

R-squared = 0.5585

Adj R-squared = 0.4858

Root MSE = .47356

Log WTP per lo scenario 1 (valorizzazione dei servizi offerti dal rifugio)	Coeff.	Std Err	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
Durata permanenza nel rifugio	.3835427***	.0453692	8.45	0.000	.2932376	.4738478
Socio CAI	-.2318287 *	.1313879	-1.76	0.082	-.4933499	.0296924
Importanza rifugio per gita escursionistica	.0858937 ***	.0323419	2.66	0.010	.0215188	.1502685
Importanza rifugio per ricerca pace/tranquillità	.0722028**	.0337126	-2.14	0.035	-.139306	-.0050996
Rifugio come ottima base per ascensioni/escursioni	.120405**	.0539765	2.23	0.029	.0129675	.2278425
Rifugio come ottima tappa di un percorso fra rifugi	-.1131148**	.0550323	-2.06	0.043	-.2226539	-.0035757
Ottima segnaletica da/per il rifugio	-.061422 *	.0331172	-1.85	0.067	-.1273402	.0044962
Essenziale il miglioramento di servizi di ristorazione	.0571859 *	.0290137	1.97	0.052	-.0005644	.1149363
Residente in valle	.0166753	.1268408	0.13	0.896	-.235795	.2691456
Impiegato	-.1827125	.1292029	-1.41	0.161	-.4398845	.0744595
Operaio	-.4022271**	.1884653	-2.13	0.036	-.7773579	-.0270963
In cerca di occupazione	-1.164663***	.3014826	-3.86	0.000	-1.764749	-.5645766
Classe di reddito del nucleo familiare	-.0959512***	.0344095	-2.79	0.007	-.1644415	-.0274609
Costante	3.469816 ***	.3021779	11.48	0.000	2.868346	4.071286

*** significant at 99%

** significant at 97.5%

* significant at 95%

WTP scenario 2 (riqualificazione della struttura del rifugio) - Regressioni OLS

Number of obs = 94
 F(12, 81) = 7.36
 Prob > F = 0.0000
 R-squared = 0.5217
 Adj R-squared = 0.4509
 Root MSE = .4914

Log WTP per lo scenario 2 (riqualificazione della struttura del rifugio)	Coeff.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
Durata permanenza nel rifugio	.3248855***	.0476383	6.82	0.000	.2301001	.4196708
Importanza rifugio per gita escursionistica	.0512181	.0332103	1.54	0.127	-.01486	.1172962
Importanza gita al rifugio per aria pulita	.0534398	.0473129	1.13	0.262	-.0406981	.1475776
Importanza rifugio per ricerca pace/tranquillità	-.1124754 **	.0522336	-2.15	0.034	-.216404	-.0085469
No pernottamento in valle prima della gita al rifugio	.2047353	.1256066	1.63	0.107	-.0451823	.454653
Ottimo comfort del rifugio	.1107259 **	.0498545	2.22	0.029	.011531	.2099207
Per pernottamento in ambiente alpino						
Rifugio come ottima base per ascensioni/escursioni	.1367096 ***	.0561296	2.44	0.017	.0250293	.24839
Rifugio come ottima tappa di un percorso fra rifugi	-.1598529 ***	.057898	-2.76	0.007	-.2750517	-.0446541
Ottima segnaletica da/per il rifugio	-.0782219 **	.0367228	-2.13	0.036	-.1512888	-.0051551
Impiegato	-.1388487	.1349266	-1.03	0.307	-.4073103	.1296129
Operaio	-.2895616*	.170634	-1.70	0.094	-.6290698	.0499465
Classe di reddito del nucleo familiare	-.0804142**	.0347144	-2.32	0.023	-.1494849	-.0113436
Costante	3.280297***	.3213455	10.21	0.000	2.64092	3.919674

*** significant at 99%
 ** significant at 97.5%
 * significant at 95%

Allegato 4

Rifugio Dal Piaz- Parco delle Dolomiti Bellunesi- Regressioni OLS

WTP scenario 2 (riqualificazione della struttura del rifugio)

Number of obs = 60
 F(8, 51) = 9.24
 Prob > F = 0.0000
 R-squared = 0.5918
 Adj R-squared = 0.5278
 Root MSE = .46181

Log WTP per lo scenario 2 (riqualificazione della struttura del rifugio)	Coeff.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
Socio CAI	312092***	.1359598	3.91	0.000	.2582584	.80416
Importanza rifugio per compagnia	-.1121533***	.0310473	-3.61	0.001	-.1744834	-.0498233
Ottimo comfort del rifugio Per pernottamento in ambiente alpino	.2473435***	.0692961	3.57	0.001	.1082258	.3864612
Rifugio come ottima base per ascensioni/escursioni	-.2938051***	.0801844	-3.66	0.001	-.454782	-.1328283
Importanza dell'adozione di un sistema più efficiente di smaltimento dei rifiuti	.1520079***	.0464345	3.27	0.002	.0587869	.245229
Importanza della creazione di micro impianti di co- generazione	-.0962219***	.0393313	-2.45	0.018	-.1751827	-.0172611
Studente	.5091557 ***	.1900884	2.68	0.010	.1275372	.8907742
Classe di reddito del nucleo familiare	-.0802831*	.0435069	-1.85	0.071	-.1676268	.0070606
Costante	3.834044***	.3914602	9.79	0.000	3.048155	4.619933

*** significant at 99%
 ** significant at 97.5%
 * significant at 95%

RAPPORTI SULLO SVILUPPO SOSTENIBILE DELLA FONDAZIONE ENI ENRICO MATTEI

[HTTP://WWW.FEEM.IT/FEEM/PUB/PUBLICATIONS/RAPPORTI/DEFAULT.HTM](http://www.feem.it/feem/pub/publications/rapporti/default.htm)

- 1.2001 *Alfonso GAMBARDELLA e Salvatore TORRISI: Nuova industria o nuova economia? L'impatto dell'informatica sulla produttività dei settori manifatturieri in Italia*
- 2.2001 *A. GRANZOTTO, P. FRANZOI, A. LONGO, F. PRANOVI e P. TORRICELLI: La pesca nella laguna di Venezia: un percorso di sostenibilità nel recupero delle tradizioni. Lo stato dell'arte*
- 3.2001 *Duccio BIANCHI, Daniela MAURI e Giuseppe SAMMARCO: Dal Bilancio sociale al Bilancio di sostenibilità: metodologie ed esperienze a confronto*
- 4.2001 *Giovanna LANDI, Erica SOZZI e Elena STEFANONI: La Protezione dell'aria ambiente nelle città. La disciplina per la tutela dell'aria in ambiente urbano. Casi nazionali ed europei.*
- 1.2002 *Roberta SALOMONE e Giorgio VICINI: La gestione ambientale d'impresa in Europa e in Italia: territori a confronto*
- 2.2002 *Mirko MORO e Giorgio VICINI: L'informativa ambientale nei bilanci d'esercizio: risultati di un'indagine empirica nel settore oil & gas*
- 3.2002 *Roberta CAMERA e Marialuisa TAMBORRA: Gli accordi volontari in Italia: risultati di un'indagine empirica*
- 4.2002 *Alessandro COSTA e Jan VAN DER BORG: Cluster di attività e competitività urbana. Quattro casi di studio*
- 1.2003 *Daniela MAURI e Teresa Dina VALENTINI: Un approccio alla rendicontazione di sostenibilità: impostazione metodologica ed indicatori*
- 2.2003 *Gabriella CAMARSA: Turismo sostenibile: l'impatto ambientale provocato dalle navi da crociera e dai turisti. Azioni e metodologie*
- 3.2003 *A. GRANZOTTO, F. PRANOVI, S. LIBRALATO, P. TORRICELLI, D. MAINARDI: Valutazione degli effetti della pesca a livello ecosistemico in laguna di Venezia*
- 4.2003 *Veronica NOBILI: La responsabilità sociale e la responsabilità penale delle imprese*
- 1.2004 *Alberto LONGO e Paolo ROSATO: La piccola pesca nella gestione "sostenibile" delle risorse alieutiche della laguna di Venezia: un'analisi basata sulla teoria dei "commons"*
- 2.2004 *William MALIZIA e Dino PINELLI: I parchi scientifici e tecnologici in Piemonte*
- 3.2004 *Pietro CARATTI: Ansea un approccio analitico alla valutazione ambientale strategica*
- 4.2004 *Ilaria LENZI e Sabina RATTI: Atti del convegno terra e pace la responsabilità sociale dell'impresa agro-alimentare*
- 5.2004 *Alessandra GORIA e Davide ZANONI: La Valorizzazione della Rete dei Rifugi per uno Sviluppo del Turismo Sostenibile in Montagna*