

Alpi del Mediterraneo: una nuova destinazione turistica?

Paolo Salsotto

Presidente Aree Protette Alpi Marittime

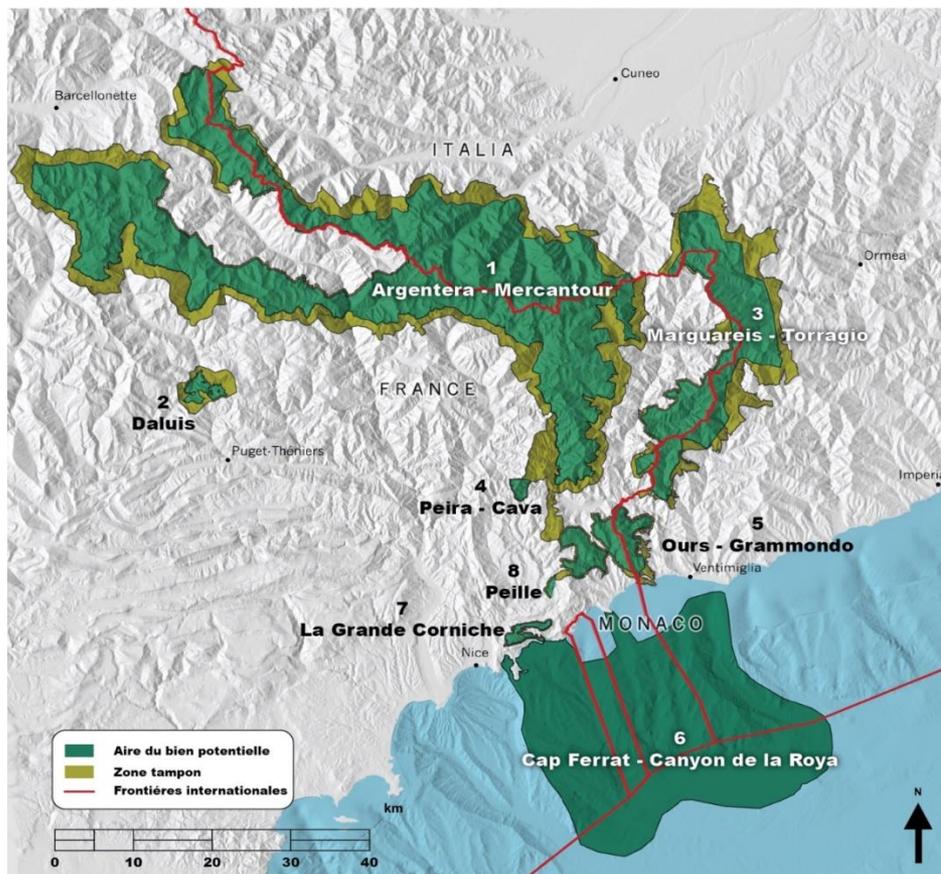
Nanni Villani

Responsabile Valorizzazione Territorio APAM

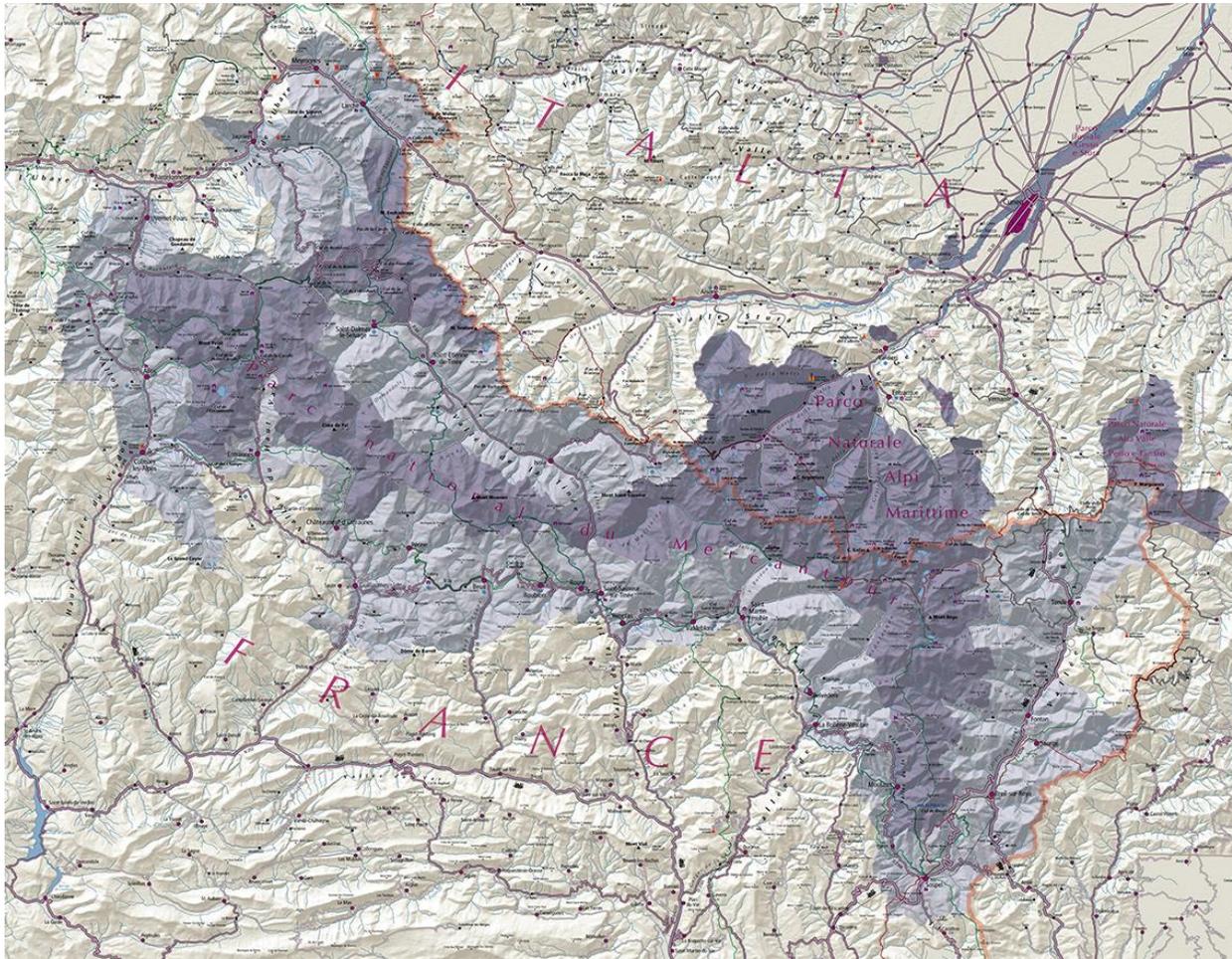
La candidatura a Patrimonio Unesco



Alpes de la Méditerranée / Alpi del Mediterraneo



Grand Tour Alpi Marittime Mercantour





- Strumento e non marchio qualità
- Tre passaggi successivi: area protetta, singolo operatore, tour operator
- Processo che prevede forte coinvolgimento degli operatori privati
- Sistema basato su definizione di Piano strategico e Piano d'Azione di validità quinquennale (Parte I) e di un Piano di miglioramento triennale (Parte II)



PRINCIPALI TAPPE

- 2001: Parco Alpi Marittime riceve la CETS (una tra le prime sette aree protette europee)
- 2006: primo rinnovo da parte del Parco Alpi Marittime e inserimento nel processo del Parc du Mercantour
- 2016: candidatura congiunta Aree Protette delle Alpi Marittime e Parc du Mercantour (con Strategia e Piano d'Azione comuni)

Carta Europea del Turismo Sostenibile



- Riferimento a livello europeo
- Riferimento a livello italiano
- Sistema di controllo per l'operatore
- Stimolo per l'area protetta



Carta Europea del Turismo Sostenibile



PIANO TURISTICO STRATEGICO

Strategia turistica per il territorio «Alpi del Mediterraneo»

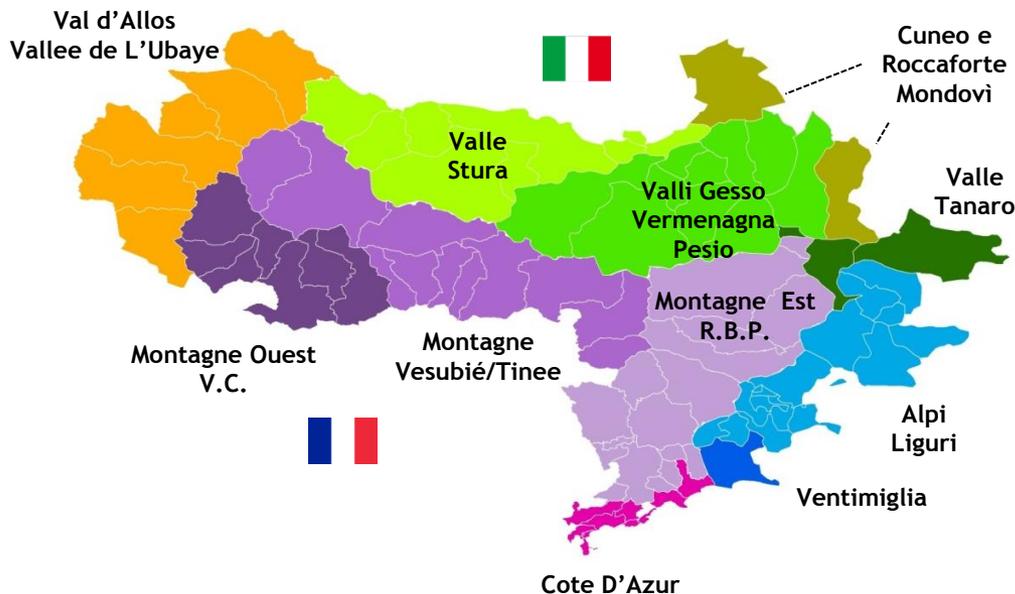


ANALISI AREA AMPIA DELLE ALPI DEL MEDITERRANEO

11 ambiti turistici omogenei

Confronto degli indicatori turistici di 11 ambiti turistici omogenei per delineare i principali elementi di convergenza e di diversità tra i diversi territori delle Alpi del Mediterraneo.

Analisi dei dati relativi all'anno 2015.



Valle Stura	Valle Tanaro	Valli Gesso, Vermenagna e Pesio	Cuneo e Roccaforte Mondovì	Alpi Liguri	Ventimiglia	Val d'Allos Vallee de L'Ubaye	Montagne Vesubié Tinee	Montagne Est Roya Bevera P.	Montagne Ouest Var Cians	Cote d'Azur
Aisone, Argenetra, Borgo San Dalmazzo, Demonte, Gaiola, Muiola, Pietraporzio, Sambuco, Vinadio	Briga Alta, Ormea	Boves, Chiusa di Pesio, Entraque, Limone Piemonte, Peveragno, Roaschia, Robilante, Roccavione, Valdieri, Vernante	Cuneo, Roccaforte Mondovì	Airole, Apricale, Cosio D'Arroscia, Dolceacqua, Isolabona, Mendatica, Molini di Triora, Montegrosso Pian Latte, Olivetta S. Michele, Pigna, rezzo, Rocchetta Nervina, Triora	Ventimiglia	Allos, Colmars Les Alpes, Enchastrayes, Uvernet Fours /Pra Loup, Jausiers, Val d'Oronaye	Belvedere, Isola, Le Bollene Vesubié, Rimplas, Roubion, Roure, St. Dalmas Le Selvage, St. Etienne de Tinee, St. Sauveur sur Tinee, St. Martin Vesubié, Valdeblore	Breil sur Roya, Castellar, Castillon, Fontan, Gorbio, La Brigue, L'Escarene, Luceram, Moulinet, Peille, Peillon, St. Agnes, Saorge, Sospel, Tende, Touet de l'Escarene	Beuil, Châteauneuf-d'Entraunes, Entraunes, Guillaumes, Peone, St. Martin d'Entraunes, Villeneuve d'Entraunes	Menton, La Turbie, Roquebrune Cap Martin, Beaulieu sur Mer, Cap d'Ail, Eze, St. Jean Cap Ferrat, La Trinite, Villefranche sur Mer, Monaco

ANALISI AREA CAMPIONE DELLE ALPI DEL MEDITERRANEO



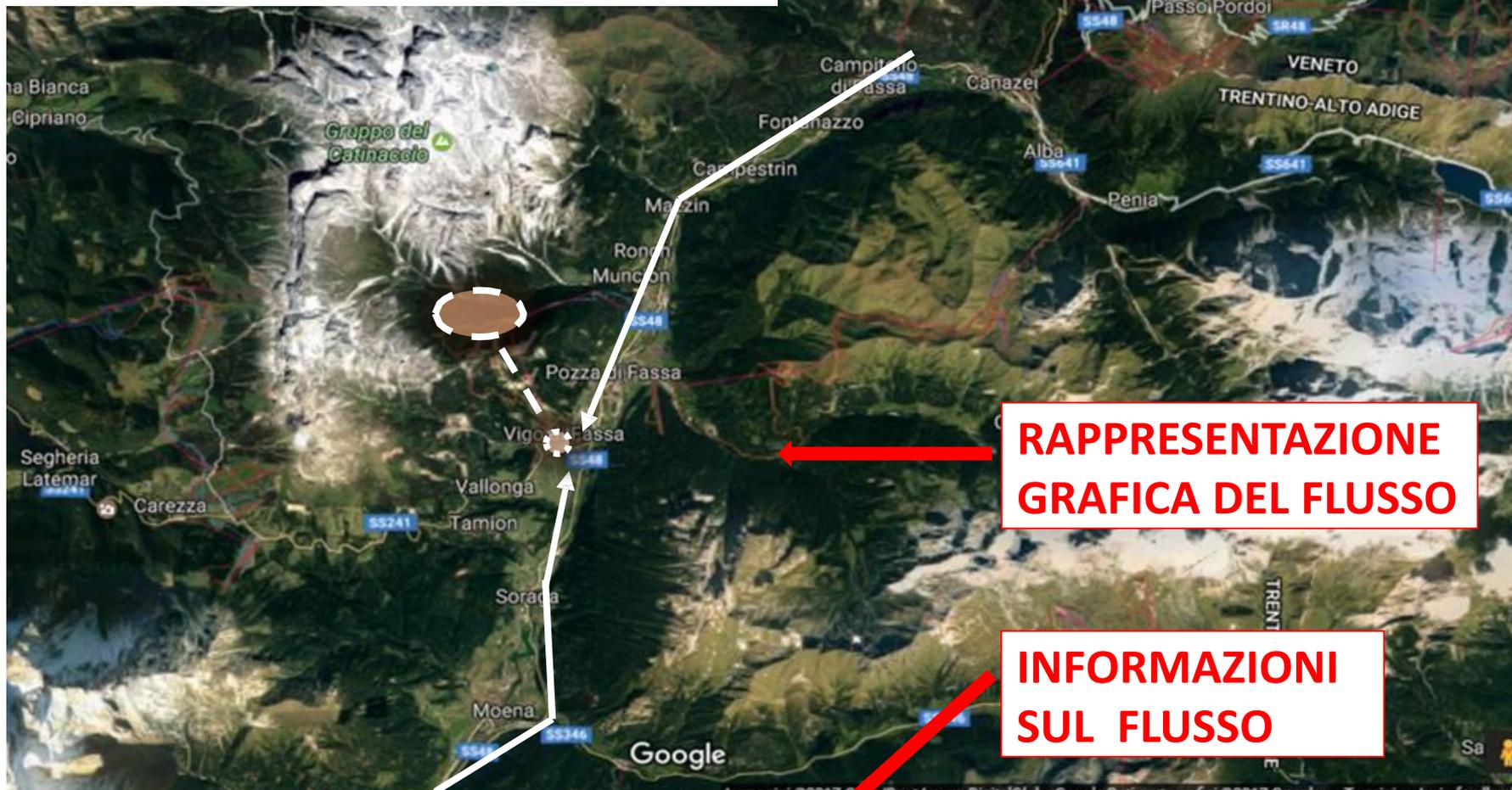
8 Comuni (5 italiani, 3 francesi)

Per ogni Comune sono stati indagati diversi indicatori per approfondire le dinamiche turistiche di un'area transfrontaliera omogenea in cui poter applicare la metodologia di analisi dei flussi turistici.

Analisi di serie storiche di dati dal 2010 al 2015/16.

ITALIA	FRANCIA
Entraque, Limone Piemonte, Roaschia, Valdieri, Vernante	Belvedere, Saint Martin Vesubié, Tende

Studio dei flussi



**RAPPRESENTAZIONE
GRAFICA DEL FLUSSO**

**INFORMAZIONI
SUL FLUSSO**

nome/ acronimo: Famiglia con bambini; attività in quota;	chi/ da dove/ profilo? Famiglie italiane con bambini; turisti presenti in valle	cosa/ quanto \$? Kinderpark inverno + escursione Gardeccia Costo funivia A/R, ingresso Kinderpark gestito dalla scuola di sci Vigo Passo Costalunga	quando? quanti? gen dic	fase di sviluppo ↑		
visitatori di giornata/ pernottanti (G/N):						
testa/e di sistema Kinderpark Ciampedie; sentiero tematico per	influenzatori di domanda Passaparola; Internet; sito ufficiale; Apt e	cosa va bene? Servizio nursery (proposta valida anche in caso di	sfide? Unico Kinderpark ben attrezzata in quota	soluzioni? Migliore comunicazione; card	cos'altro dobbiamo sapere? Problema dei parcheggi	badante(?) Scuola sci;

La fase di analisi ha evidenziato che:

Al momento non ci sono le condizioni per proporre le «Alpi del Mediterraneo» come un'unica destinazione turistica.

Le Alpi del Mediterraneo possono invece essere considerate e promosse come un sistema di destinazioni integrate tra loro.

È necessario porre le basi per attrarre nuovi flussi internazionali, che siano interessati, fin dalla prima scelta del viaggio, ad un'esperienza integrata tra le eccellenze delle Alpi del Mediterraneo e dei territori limitrofi (Costa Azzurra, Langhe e Monferrato, ecc.).

Una destinazione turistica unitaria può realizzarsi nelle aree montuose transfrontaliere che fanno riferimento alle Aree Protette delle Alpi Marittime e al Parco del Mercantour.

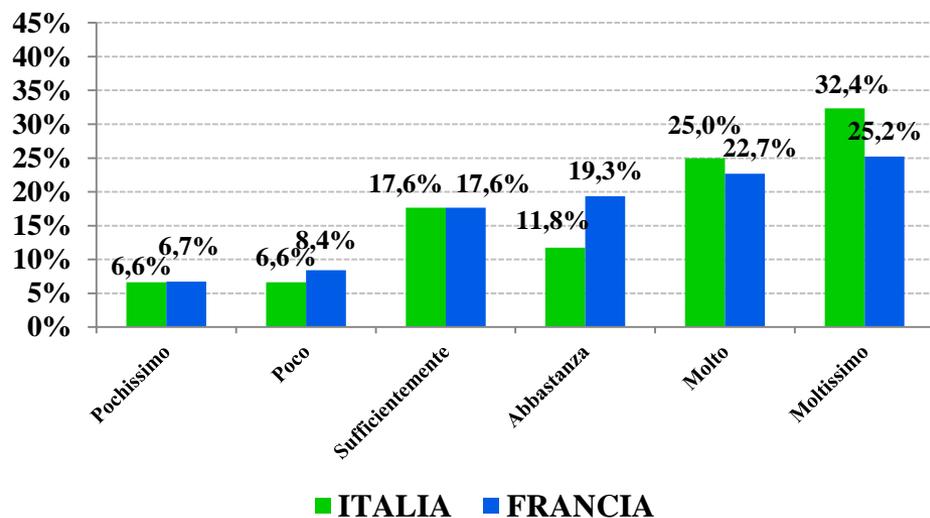
Avendo caratteristiche omogenee potrebbero beneficiare di una strategia comune di marketing territoriale.

UN'UNICA DESTINAZIONE TURISTICA?

SITUAZIONE PERCEPITA

Ritieni che il tuo territorio faccia pienamente parte del «sistema turistico Alpi del Mediterraneo» con cui condivide obiettivi e strategie?

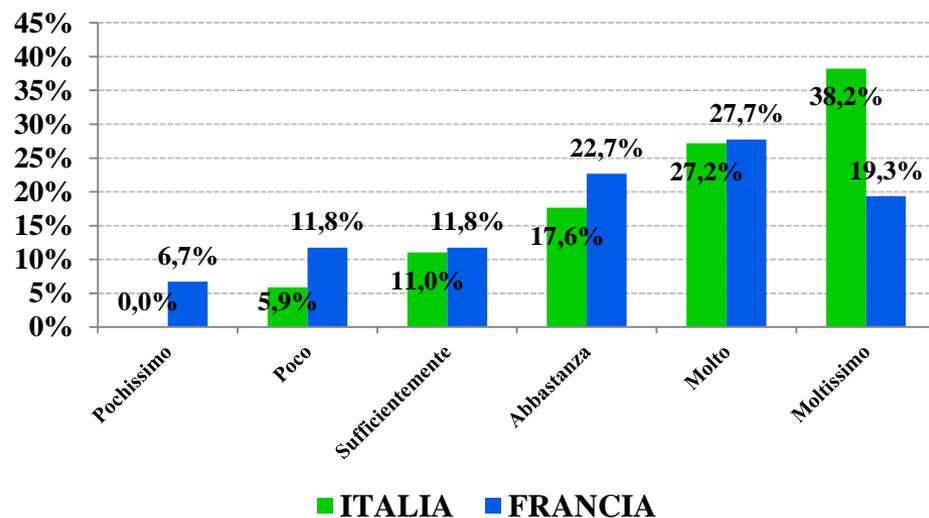
(255 risposte: 136 in Italia; 119 in Francia)



SITUAZIONE AUSPICATA

Ritieni che le Alpi del Mediterraneo possano essere un sistema territoriale integrato, una destinazione turistica unica e identificabile sotto il brand «Alpi del Mediterraneo»?

(255 risposte: 136 in Italia; 119 in Francia)



Attualmente, **circa un terzo di tutti gli operatori non si sente pienamente parte del sistema turistico «Alpi del Mediterraneo».**

La stessa percentuale di operatori francesi non ritiene che le «Alpi del Mediterraneo» possano divenire una destinazione turistica unica, mentre gli operatori italiani sono decisamente più possibilisti in tal senso.



Alpi del Mediterraneo

Piattaforme di prodotto

Outdoor

Alpino

Bike&trek tour,
Alpinismo/scialpinismo

Active&Family

Bici/MTB, Acqua, Trail running,
parchi avventura, Motori

Natura

Eco turismo

Osservazione naturalistica,
fauna, mobilità dolce

Benessere naturale

Dalle terme allo star bene
nella natura

Patrimonio

Ruralità

Produzioni tipiche,
tradizione/identità, turismo rurale

Storia e cultura

Patrimonio storico,
archeologico, artistico



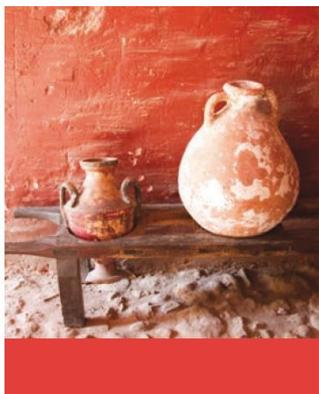
**VERSO LA CREAZIONE DI UNA STRATEGIA
ESCURSIONISTICA NEL CUORE DELLA
DESTINAZIONE TURISTICA DELLE
ALPI DEL MEDITERRANEO**

Studio preliminare

Grande Traversata Alpi Mediterraneo



Piano Strategico Turistico 2017-2022



OBIETTIVO A

Il territorio al centro

Innovare,
specializzare
e integrare l'offerta
nazionale

Il Piano mira ad ampliare l'offerta turistica nazionale per renderla più sostenibile e più competitiva. A tal fine promuove un incremento dei flussi di turisti, a partire dai grandi attrattori attraverso:

- la riqualificazione dei grandi "landmark" italiani del turismo balneare e delle grandi città d'arte come "porte di accesso" ad altri territori emergenti.
- la creazione di forme di percorrenza alternative (ad esempio vie e cammini) quali strumenti di conoscenza capillare e ramificata della storia e del patrimonio diffuso dell'Italia
- la crescita di attrattività dei Siti Unesco e delle città della cultura, in modo da qualificare il nostro Paese come leader dell'Europa delle città
- la fruizione responsabile di contesti paesaggistici diffusi, come i parchi naturali e marini, la montagna, e le aree rurali.

Il Piano punta inoltre ad attivare un'offerta complementare, integrata e ampliata, rispetto alle grandi destinazioni e ai principali prodotti turistici italiani

(balneare, montano, congressuale, all'aria aperta, termale, enogastronomico).

Pertanto sono previsti interventi volti ad arricchire l'offerta esistente e a far sì che il richiamo esercitato dalle località maggiori diventi un'opportunità per la diffusione turistica verso i territori meno noti.

L'obiettivo generale si declina in tre obiettivi specifici corrispondenti ai tre livelli evolutivi delle destinazioni - mature, emergenti e nuove - che offrono l'opportunità di una loro valorizzazione e promozione integrata.

Obiettivi specifici

A.1 - DESTINAZIONI MATURE Valorizzare in modo integrato le aree strategiche di attrazione turistica e i relativi prodotti

Nelle aree a forte attrazione turistica (destinazioni mature), il PST punta ad accrescere la qualità della governance, la cooperazione interistituzionale e il partenariato pubblico-privato, per rendere più durevole, innovativa e diversificata l'offerta turistica.

PST 2017
2022
Italia Paese per Viaggiatori

Piano Strategico Turistico 2017-2022



Il Piano intende anche contribuire alla riqualificazione delle destinazioni territoriali nelle quali, a seguito di un'eccessiva fruizione, si è registrato un grande impatto sull'ambiente, sul paesaggio e sul patrimonio culturale.

Il PST ha promosso, in collaborazione con le Regioni, una ricognizione sulle destinazioni territoriali riconoscibili come aggregazioni di risorse attrattive in cui sono presenti prodotti turistici definiti. Questo lavoro permetterà – in linea con il metodo aperto e iterativo del Piano – di ricavare indicazioni per le policy nazionali sulle destinazioni e sui prodotti e di sviluppare azioni di promozione mirate anche sulla base dell'analisi della domanda.

A.2 – DESTINAZIONI EMERGENTI
Valorizzare in modo integrato le destinazioni turistiche emergenti

Le destinazioni con un alto potenziale ma ancora non pienamente riconosciute come "mete turistiche" possono beneficiare di un'azione volta a generare una migliore distribuzione dei flussi di visitatori attraverso l'allargamento dell'offerta e un'esperienza turistica più 'nuova'.

Il PST punta dunque al sostegno e al rafforzamento delle destinazioni emergenti - città d'arte, borghi, parchi, aree montane e protette, aree rurali - in cui possono essere costruiti o rafforzati prodotti turistici basati sulla fruizione responsabile e sull'innovazione, promuovendo e valorizzando la qualità delle altre risorse del territorio.

Nella realizzazione di questo obiettivo, una particolare attenzione è rivolta alle città coinvolte nell'iniziativa "Capitale Europea della Cultura" e "Capitale

Italiana della Cultura" del Programma Italia 2019 del MiBACT. L'attrattività di queste città è legata al loro essere luoghi di produzione di cultura, di espressione dello stile italiano e del made in Italy, di diffusione dell'industria culturale e creativa.

Un ruolo rilevante sarà inoltre sostenuto dalle aree minori, in cui la valorizzazione culturale e turistica costituisce (in particolare nelle politiche di coesione territoriale 2014-2020) una delle linee strategiche per riattivare processi di sviluppo locale, combattere lo spopolamento e assicurare servizi adeguati alla popolazione.

Va sottolineato che il PST incoraggia un approccio mirato all'identificazione delle destinazioni emergenti secondo un principio di sviluppo fondato su percorsi solidi e basati sulle risorse peculiari di ciascun territorio.

Nell'ambito di questo Obiettivo specifico, un'importante declinazione del principio trasversale della sostenibilità riguarda l'applicazione delle metodologie e dei processi della Carta Europea per il Turismo Sostenibile nelle Aree Protette (CETS).

PST 2017
2022
Italia Paese per Viaggiatori