



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale (*ordinamento ex
D.M. 270/2004*)
in Sviluppo interculturale dei sistemi turistici

Tesi di Laurea

—
Ca' Foscari
Dorsoduro 3246
30123 Venezia

Il ruolo del turismo in aree rurali Un esempio irlandese

Relatrice

Ch.ma Prof.ssa Giovanna Trevisan

Correlatrice

Ch.ma Prof.ssa Isabella Procidano

Laureanda

Cecilia Nardi

Matricola 832960

Anno Accademico

2014 / 2015

INDICE

Introduzione	pag. 1
1. La politica di sviluppo rurale	pag. 3
1.1 La ruralità	pag. 3
1.1.1 <i>La ruralità nel passato</i>	pag. 3
1.1.2 <i>La ruralità oggi</i>	pag. 4
1.1.3 <i>Il concetto di distretto rurale</i>	pag. 9
1.2 L'evoluzione della PAC	pag. 12
1.2.1 <i>La nascita della PAC</i>	pag. 13
1.2.2 <i>La Conferenza di Cork</i>	pag. 14
1.2.3 <i>Agenda 2000 e la Riforma Fischler</i>	pag. 15
1.3 La politica di sviluppo rurale nel periodo 2007-2013	pag. 17
1.3.1 <i>I livelli di programmazione</i>	pag. 17
1.3.2 <i>Gli assi di intervento e l'approccio LEADER</i>	pag. 18
1.3.3 <i>Il FEASR</i>	pag. 21
1.4 L'Health Check e la PAC dopo il 2013	pag. 23
2. Il ruolo del turismo nello sviluppo rurale	pag. 26
2.1 L'evoluzione del turismo e le nuove caratteristiche della domanda	pag. 26
2.1.1 <i>Sintesi storica</i>	pag. 26
2.1.2 <i>La nuova domanda turistica</i>	pag. 27
2.2 La sostenibilità del turismo	pag. 29
2.2.1 <i>Caratteri del turismo</i>	pag. 29
2.2.2 <i>L'impatto del turismo sul territorio e la sostenibilità turistica</i>	pag. 30
2.3 Il turismo rurale	pag. 31

2.3.1	<i>Il turismo rurale e la nuova domanda turistica</i>	pag. 31
2.3.2	<i>Definizione e caratteristiche del turismo rurale</i>	pag. 32
2.3.3	<i>L'offerta turistica rurale</i>	pag. 34
2.4	I benefici del turismo rurale	pag. 38
2.5	Opportunità e minacce nello sviluppo turistico	pag. 42
2.6	Gli itinerari e i festival rurali	pag. 47
2.6.1	<i>Gli itinerari tematici e i percorsi ricreativi</i>	pag. 47
2.6.2	<i>I festival e gli eventi locali</i>	pag. 49
3.	Il caso di Ballyhoura	pag. 53
3.1	Il contesto irlandese	pag. 53
3.1.1	<i>Lo sviluppo rurale in Irlanda</i>	pag. 54
3.1.2	<i>Il turismo rurale in Irlanda</i>	pag. 57
3.1.3	<i>Le principali iniziative per il turismo rurale</i>	pag. 64
3.2	La regione di Ballyhoura	pag. 73
3.2.1	<i>Le caratteristiche della regione</i>	pag. 73
3.2.2	<i>Lo sviluppo rurale a Ballyhoura</i>	pag. 75
3.3	Il turismo rurale a Ballyhoura	pag. 79
3.3.1	<i>Lo sviluppo del turismo rurale e le principali iniziative</i>	pag. 79
3.3.2	<i>I fattori di successo</i>	pag. 85
3.3.3	<i>L'attuale offerta turistica di Ballyhoura</i>	pag. 87
3.4	Il Ballyhoura International Walking Festival e la diffusione del modello in Irlanda	pag. 91
3.4.1	<i>L'International Walking Festival di Ballyhoura</i>	pag. 91
3.4.2	<i>La diffusione del modello in Irlanda</i>	pag. 95
4.	La trasferibilità del modello di Ballyhoura e l'area Berica	pag. 98
4.1	Il contesto italiano	pag. 98
4.1.1	<i>Lo sviluppo rurale in Italia</i>	pag. 101

4.1.2 <i>Il turismo rurale in Italia</i>	pag. 104
4.2 Il contesto veneto	pag. 108
4.2.1 <i>Lo sviluppo rurale in Veneto</i>	pag. 110
4.2.2 <i>Il turismo rurale in Veneto</i>	pag. 111
4.3 La provincia di Vicenza e l'area Berica	pag. 118
4.3.1 <i>L'area Berica e le principali risorse del territorio</i>	pag. 119
4.3.2 <i>Lo sviluppo e il turismo rurale in area Berica</i>	pag. 126
4.4 Un walking festival in area Berica: nuove opportunità	pag. 129
Considerazioni finali	pag. 137
Bibliografia	pag. 140
Altri riferimenti bibliografici	pag. 145
Sitografia	pag. 150

INTRODUZIONE

Il modello di sviluppo rurale affermatosi negli ultimi vent'anni attribuisce particolare importanza alla diversificazione produttiva di un contesto territoriale e riconosce le opportunità che il turismo rurale può offrire a quelle aree non più competitive a causa delle dinamiche dei mercati e dell'evoluzione delle politiche agricole. Esso può, infatti, apportare numerosi benefici dal punto di vista economico, sociale, culturale ed ambientale, a patto che sia caratterizzato da un processo di sviluppo intersettoriale, integrato, endogeno, sostenibile e di qualità.

L'obiettivo di questa tesi è analizzare il ruolo che il turismo può svolgere nello sviluppo di aree rurali nelle quali l'attività primaria non è più prevalente e che puntano a diversificare la propria economia, soffermandosi in particolar modo sulla regione irlandese di Ballyhoura, un caso di successo citato da numerosi saggi e documenti. Si tratta di un'area di dimensioni molto ridotte che, pur non essendo fornita di alcuna risorsa turistica di particolare richiamo, è riuscita progressivamente ad emergere come destinazione di turismo rurale conosciuta in tutta Europa e nel mondo grazie all'elaborazione di strategie ed iniziative efficaci e all'elevato coinvolgimento della popolazione locale.

Il primo capitolo della tesi offre una panoramica dell'evoluzione della Politica Agricola Comunitaria, nella quale lo sviluppo rurale è diventato una componente di importanza sempre maggiore e il cui nuovo orientamento non è più volto esclusivamente all'agricoltura ma coinvolge sempre più altri settori, tra cui il turismo.

Il secondo capitolo, dopo aver analizzato l'evoluzione del fenomeno turistico e aver introdotto il tema della sostenibilità, descrive le caratteristiche del turismo rurale, i benefici che esso può apportare alle aree rurali, le condizioni prioritarie affinché si verifichi uno sviluppo turistico di successo e

il ruolo svolto dalla creazione di itinerari e dall'organizzazione di festival ed eventi locali.

Il terzo capitolo presenta il contesto irlandese e il fenomeno del turismo rurale nel Paese per analizzare poi in maniera approfondita il caso della regione di Ballyhoura, elencandone le principali iniziative in ambito turistico e i motivi del loro successo e soffermandosi in particolare sul ruolo svolto dal *Ballyhoura International Walking Festival*, il primo organizzato in Irlanda, il cui modello è stato seguito da numerose altre aree rurali del Paese.

Il quarto ed ultimo capitolo, dopo aver offerto una panoramica dello sviluppo e del turismo rurale in Italia e in Veneto, si sofferma sulla provincia di Vicenza e, in particolare, sull'area Berica, riflettendo sulla possibilità di applicare in questa zona gli orientamenti ricavati dall'esperienza di Ballyhoura tramite la proposta di un walking festival che coinvolga la vasta rete di itinerari e l'elevato numero di risorse esistenti.

CAPITOLO 1

La politica di sviluppo rurale

1.1 La ruralità

A partire dal secondo dopoguerra, l'agricoltura e le aree rurali sono state interessate da profonde trasformazioni che ne hanno mutato le caratteristiche e la percezione da parte della società, come dimostrato dal crescente interesse della domanda turistica nei confronti del territorio rurale e dai cambiamenti nelle politiche che le riguardano (Belletti G. e Berti G., 2011).

Di conseguenza, mentre in passato il mondo rurale rappresentava per l'opinione pubblica un territorio arretrato socialmente ed economicamente, ora si è progressivamente affermato un nuovo concetto positivo di ruralità per il quale essa assume un ruolo di traino della comunità verso lo sviluppo economico (Lanfranchi M., 2008).

1.1.1 La ruralità nel passato

A partire dalla fine della seconda guerra mondiale le campagne vengono coinvolte in un processo di modernizzazione agricola orientata dal modello di sviluppo fordista: ciò determina una forte intensificazione produttiva e un'omologazione dell'agricoltura, oltre all'abbandono delle aree più svantaggiate con gravi conseguenze ambientali e sociali (Belletti G. e Berti G., 2011).

La campagna della fase fordista viene definita da Belletti G. *et al.* (2006) campagna "agricola", nella quale il settore agricolo viene sottoposto ad un processo di omologazione al modello industriale ed orientato all'incremento di prodotto e di produttività: l'obiettivo di questa modernizzazione agricola è l'eliminazione delle caratterizzazioni locali dell'agricoltura per realizzare quella che Lowe P. *et al.* (1993) definiscono *national farm*, ovvero uno spazio indifferenziato destinato soprattutto alla produzione di alimenti e

caratterizzato dalla prevalenza del settore agricolo, standardizzato in tutto il territorio.

Questa campagna “agricola” è rappresentata, secondo Belletti G. *et al.* (2006), da due tipi di agricoltura: da un lato si ha un’agricoltura “omologata”, che si è slegata dalle specificità del settore per integrarsi nel sistema di relazioni dell’economia capitalistica; dall’altro lato si ha, invece, un’agricoltura “marginalizzata”, che fatica ad adattarsi a questo nuovo modello di sviluppo ed è diffusa prevalentemente in aree montane e collinari. Riferendosi all’agricoltura “omologata”, Cecchi C. (2002) afferma che l’adeguamento dei comportamenti delle aziende agricole a quelli dell’industria (ovvero il processo di omologazione del settore agricolo) va attribuito alla necessità di produrre redditi per trattenere le risorse impiegate nel settore, che invece tenderebbero a trasferirsi verso le attività produttive in cui la remunerazione è più elevata, come dimostrato dallo spopolamento delle campagne e dal trasferimento verso le città.

La campagna della fase fordista è, quindi, caratterizzata da un’economia mono-settoriale basata sulla centralità dell’agricoltura: quest’associazione tra territorio e settore porta alla contrapposizione tra la campagna, caratterizzata dall’agricoltura, e la città, caratterizzata dall’industria e dai servizi (Belletti G. *et al.*, 2006). A causa del carattere periferico progressivamente assunto dalla campagna (Cecchi C., 1998), il termine “rurale” assume un’accezione negativa e viene associato ad un mondo arretrato, marginale e svantaggiato, residuale rispetto alla realtà urbana (Lanfranchi M., 2008).

1.1.2 *La ruralità oggi*

Negli anni Settanta e Ottanta il modello di sviluppo fordista entra in crisi a causa del progressivo emergere di (Belletti G. *et al.*, 2006):

- **un nuovo modello di consumo:** si passa al consumo di beni differenziati e diversificati, non più standardizzati;
- **un nuovo modello di produzione:** si passa da economie di scala in grandi impianti a economie di scopo¹ attraverso imprese di piccole e medie dimensioni, che permettono di diversificare la produzione e garantiscono una flessibilità organizzativa e del lavoro;
- **nuovi modelli di organizzazione:** si affermano modelli organizzativi reticolari che si collocano ad un livello intermedio tra il modello gerarchico e quello di mercato;
- **un nuovo sistema di regolazione sociale:** si ha una progressiva perdita della centralità dello Stato;
- **nuove modalità di intervento politico:** si assiste ad una crisi della pianificazione *top-down*, incapace di intervenire in un ambiente sempre più dinamico e caratterizzato da interdipendenze complesse.

Il periodo post-fordista è caratterizzato dall'espulsione di risorse dalle aree urbane (Cecchi C., 2002), che non costituiscono più gli unici poli di attrazione delle attività manifatturiere, e genera profondi cambiamenti nelle aree rurali, che ospitano ora una moltitudine di attività non agricole e sono caratterizzate da sistemi produttivi locali differenziati (Belletti G. e Marescotti A., 2007). In alcune zone, inoltre, si invertono i movimenti della popolazione, diretta ora dalla città verso le campagne per soddisfare i bisogni di aria aperta, alimenti "genuini", paesaggio e ospitalità (Cecchi C., 1998). L'economia delle aree rurali inizia a diversificarsi e i risultati ottenuti nei vari luoghi determinano la nascita di più campagne con organizzazioni economiche e sociali differenti (Cecchi C., 2002): le aree rurali diventano, in seguito a queste trasformazioni,

¹ Per economia di scala si intende la "diminuzione dei costi medi di produzione in relazione alla crescita della dimensione degli impianti", mentre per economia di scopo si intende "la possibilità di utilizzare le stesse componenti di una struttura produttiva per produrre beni o servizi diversi o, perlomeno, varianti funzionalmente differenti dello stesso bene fondamentale" (<http://www.treccani.it/enciclopedia/>).

luoghi dove si svolgono le attività agricole, luoghi di insediamenti produttivi di altri settori economici, luoghi di insediamenti abitativi o luoghi di “consumo” del tempo libero (Belletti G. e Marescotti A., 2007). Nell’analizzare i diversi territori rurali presenti in seguito a questo cambiamento, Cecchi C. (1998) individua due “estremi”, costituiti da un lato dalle aree che assumono la natura di “fabbrica” in cui l’agricoltura costituisce l’unica attività produttiva e dall’altro dalle aree periferiche delle città che svolgono un ruolo residenziale mantenendo l’aspetto paesaggistico della campagna: in mezzo a questi estremi vanno collocate tutte quelle aree caratterizzate dalla differenziazione produttiva, ovvero dall’uso delle risorse rurali da parte di una pluralità di attori (imprese agricole, industriali e dei servizi) e quelle situazioni in cui le risorse agricole, paesaggistiche, naturalistiche e culturali vengono valorizzate per finalità turistiche tramite l’offerta di beni e servizi etichettati come “rurali”, dando vita ad una sorta di museo.

La campagna post-fordista, o post-produttivista, viene così coinvolta in un processo che da “agricola” la trasforma in “rurale”: l’agricoltura viene affiancata da altre attività, favorendo una maggiore diversificazione del tessuto economico, e la campagna si distacca dal concetto di *national farm* diventando un insieme eterogeneo di territori, ognuno con le proprie specificità. Emergono, quindi, i due concetti fondamentali di *diversificazione* e *multifunzionalità* (Belletti G. e Berti G., 2011):

- la **diversificazione** si riferisce alla differenziazione produttiva della campagna che avviene tramite un processo di integrazione territoriale dei settori: i sistemi produttivi si differenziano progressivamente includendo anche attività industriali, artigianali, turistico-ricreative, residenziali, di servizi e di tutela dell’ambiente naturale;
- la **multifunzionalità** si riferisce al fatto che sia l’agricoltura sia il territorio rurale in generale non svolgono più esclusivamente la

tradizionale funzione produttiva o altre funzioni legate direttamente ad essa come, ad esempio, quelle relative alla sicurezza degli approvvigionamenti alimentari e al conseguimento di livelli ottimali di occupazione: si aggiungono ora altre funzioni a beneficio dell'intera società, come, ad esempio, quella ambientale, paesaggistica, storico-culturale, legate alla vitalità e allo sviluppo delle aree rurali svantaggiate e al mantenimento e riproduzione dell'ambiente fisico ed antropico.

Questo processo, che trasforma la campagna agricola in campagna rurale, viene definito da Belletti G. *et al.* (2006) una "territorializzazione della ruralità", per la quale si supera la tradizionale identificazione del rurale con l'agricoltura, ora affiancata da altre attività economiche, e si ha una differenziazione della campagna, non più rappresentabile come una singola entità: essa è, infatti, costituita da diversi territori rurali in competizione tra loro, i quali punteranno alla valorizzazione del proprio capitale territoriale dando vita a molteplici percorsi di sviluppo, non più univoci ed uniformi per tutte le aree rurali.

La ruralità, quindi, non risulta più associata esclusivamente all'agricoltura, né residuale rispetto alla realtà urbana, e assume nuove connotazioni positive: come osserva Lanfranchi M. (2008), ciò è anche dimostrato dal fatto che, nonostante sia difficile individuare una definizione univoca e universalmente condivisa del termine "rurale"², tutte le

² Per poter operare sulle aree rurali la Commissione Europea ha dovuto dare una definizione, non esaustiva, di ruralità: è stata adottata la metodologia OCSE (Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico) che si basa sulla densità di popolazione e considera rurali tutte quelle aree con una densità inferiore a 150 abitanti per kmq: le regioni sono state divise in prevalentemente rurali (in cui più del 50% della popolazione vive in unità locali rurali), intermedie (in cui dal 15% al 50% della popolazione vive in unità locali rurali) e prevalentemente urbane (in cui meno del 15% della popolazione vive in unità locali rurali) (Gaiani S. e Segrè A., 2008).

interpretazioni date a questo concetto nella letteratura degli ultimi anni rifiutano la vecchia concezione negativa di ruralità per assegnarle un nuovo ruolo positivo di motore di sviluppo economico. Lanfranchi indica come esempi le definizioni di Iacononi, Cecchi e Romagnoli:

- Iacononi L. (2002) individua come rurali quelle aree caratterizzate da una bassa densità demografica nelle quali l'agricoltura, il cui ruolo rimane centrale, è affiancata da una molteplicità di altre attività economiche: si tratta di attività diversificate ed ecocompatibili, per cui l'azione dell'uomo non altera eccessivamente il patrimonio ambientale;
- Cecchi C. (2002), definisce "moderna" la ruralità affermatasi in seguito al periodo post-fordista e, come Iacononi, individua come rurali quelle aree nelle quali l'agricoltura costituisce il settore prevalente ma non più unico, in quanto essa è ora affiancata da una serie di altre attività economiche;
- Romagnoli A. (2002) afferma la necessità di superare le classiche definizioni di ruralità che "presuppongono l'uniformità produttiva settoriale quale criterio discriminante e celano una concezione relazionale gerarchica sul piano spaziale (dalla quale nasce la dicotomia della ruralità come "periferia dominata" o "periferia integrata")" e la associa, invece, ad un processo evolutivo il cui successo è dovuto al contesto locale, per cui lo sviluppo rurale diventa una questione territoriale, non più settoriale.

1.1.3 Il concetto di distretto rurale

Questi profondi cambiamenti nelle caratteristiche e nella percezione delle aree rurali hanno portato ricercatori ed istituzioni ad analizzare il modello di “distretto rurale”³, nato dall’estensione del concetto di distretto al territorio rurale, e il ruolo che esso può rivestire nell’ambito dei processi di sviluppo rurale (Di Napoli R., 2007). E’ diventato ormai evidente, infatti, che qualsiasi interpretazione settoriale del mondo rurale risulterebbe riduttiva, in quanto si tratta di una realtà molto complessa; per questo motivo, è emerso il concetto di “sistema locale di sviluppo rurale”, ovvero “un sistema in cui l’ambiente socioeconomico è caratterizzato da un insieme di attività produttive e di valorizzazione delle risorse naturali che hanno una comune base territoriale e che costituiscono il nucleo fondante della conoscenza contestuale del sistema stesso” (Lanfranchi M., 2008). Il sistema locale genera una serie di risorse contestuali che vengono condivise dai soggetti che operano nel territorio e che consistono nella (Belletti G. e Marescotti A., 2007):

- specializzazione sulle varie fasi di un unico processo produttivo o su diversi processi produttivi complementari tra loro;
- disponibilità nel territorio di servizi specifici;
- presenza di reti di relazioni tra i vari soggetti;
- facile circolazione delle informazioni;
- presenza di capitale umano specializzato;
- costituzione di una certa reputazione del territorio.

³ L’articolo 13 del decreto legislativo numero 228 del 2001 (“di orientamento e modernizzazione in agricoltura”) definisce i distretti rurali come “sistemi produttivi locali caratterizzati da un’identità storica e territoriale omogenea derivante dall’integrazione fra attività agricole ed altre attività locali, nonché dalla produzione di beni o servizi di particolare specificità, coerenti con le tradizioni e le vocazioni naturali e territoriali”.

L'estensione del concetto di distretto al "rurale" implica, quindi, sia la presenza nel territorio di una molteplicità di attività economiche diversificate, ma integrate ed interdipendenti, sia una concezione del territorio non solo come luogo che ospita attività economiche ma anche come supporto ad un insieme di funzioni sociali ed ambientali. In questa prospettiva, il distretto diventa un modello di organizzazione economica particolarmente adatto per attuare un processo di sviluppo rurale che faccia uso di un approccio *bottom-up*, che valorizzi le peculiarità locali e che sia sostenibile (Di Napoli R., 2007).

Attualmente si riscontrano numerose interpretazioni sulle possibili funzioni svolte dal distretto nell'ambito dello sviluppo rurale e sono emerse, in particolare, tre potenziali sfere di azione (Belletti G. e Marescotti A., 2007):

- supporto all'organizzazione dell'economia rurale: il distretto svolge un ruolo di potenziamento e supporto della rete di relazioni tra le varie componenti dell'economia delle aree rurali e non è rivolto, quindi, ad una singola filiera;
- ambito di territorializzazione delle politiche: grazie all'intervento del distretto, le politiche di origine esterna vengono adattate alle specificità locali;
- strumento di *governance*⁴ locale forte: questo approccio integra anche i due precedenti in una prospettiva più ampia, in quanto il distretto rurale, da strumento di realizzazione di interventi di supporto alle imprese, diventa quello che Belletti G. e Marescotti A. (2007) definiscono "strumento di *governance* territoriale a tutto tondo",

⁴ Il termine *governance* indica il "processo di elaborazione, determinazione, realizzazione e implementazione di politiche condotto secondo criteri di concertazione e di partenariato tra soggetti pubblici e soggetti privati, all'interno di un determinato territorio" e si oppone, quindi, a modelli gerarchici di decisione indicati con il termine "governo" (Belletti G. e Marescotti A., 2007).

costituendo un luogo in cui i soggetti locali possano elaborare progetti di sviluppo rurale che interessino tutto il territorio.

Come osservano Belletti G. e Marescotti A. (2007), non si tratta di modelli alternativi tra loro, bensì di modelli concentrici, come rappresentato dalla seguente immagine:



Fig. 1 - Possibili sfere di azione per i distretti rurali

Fonte: Belletti G., Marescotti A. (2007), *Il Distretto come strumento di governance per lo sviluppo rurale*, in Rete Nazionale per lo Sviluppo Rurale, "LEADER e distretti rurali: sinergie e complementarità", Macerata, ATI INEA - Agriconsulting

Il terzo approccio sopra menzionato risulta particolarmente significativo, in quanto il distretto rurale permetterebbe la costituzione di un partenariato locale che identifichi un progetto di sviluppo per il territorio rurale e che coordini tutte le risorse e gli strumenti pubblici e privati. Esso sarebbe caratterizzato da un'alta concertazione e da un'elevata autonomia locale e, a differenza degli altri strumenti di programmazione e pianificazione già operanti, non si limiterebbe ad attuare provvedimenti concepiti da livelli superiori né a regolare solo alcune attività dell'economia rurale. Si riuscirebbe, così, ad attuare il passaggio da una logica settoriale ad una territoriale, che consideri il rurale come "economia plurisettoriale, diversificata ed integrata sul territorio" (Belletti G. e Marescotti A., 2007).

Tuttavia, il modello del distretto attualmente fatica ad affermarsi nelle aree rurali, a causa della difficoltà di tutti gli attori locali ad agire in una logica sistemica e a coordinare le proprie attività, e molte zone preferiscono l'uso di strumenti come, ad esempio, i piani elaborati nell'ambito dell'iniziativa comunitaria LEADER (di cui tratterò più avanti). Belletti G. e Marescotti A. (2007) propongono un'interessante riflessione secondo cui proprio i Gruppi di Azione Locale potrebbero essere fondamentali per l'avvio di un distretto rurale, grazie all'esperienza maturata in ambito LEADER nella realizzazione di strategie di sviluppo rurale integrato.

In definitiva, la nuova concezione positiva di ruralità come motore di sviluppo socio-economico ha richiesto il passaggio da un approccio settoriale ad un approccio territoriale allo sviluppo rurale e ha portato ad un cambiamento delle politiche per l'agricoltura e per le aree rurali: si è quindi assistito ad un'evoluzione della Politica Agricola Comunitaria (PAC) e all'affermazione di un nuovo modello di sviluppo rurale endogeno, integrato e sostenibile (Belletti G. *et al.*, 2006), che non punta esclusivamente ad incrementare indicatori di tipo economico, bensì a migliorare il livello qualitativo di vita della comunità rurale (Lanfranchi M., 2008).

1.2 L'evoluzione della PAC

L'Unione Europea⁵ è caratterizzata da aree rurali che costituiscono più del 91% del suo territorio e in cui vive il 56% della popolazione⁶; gli occupati nel settore primario sono circa 15 milioni e costituiscono una percentuale rilevante della popolazione di Paesi come Lituania, Polonia, Bulgaria e Romania (Gaiani S. e Segrè A., 2008). Anche per questi motivi, lo sviluppo rurale costituisce una priorità e si riferisce non al semplice sviluppo di un'attività produttiva quale l'agricoltura, bensì allo sviluppo sostenibile dal

⁵ I dati si riferiscono all'UE con 27 Stati membri.

⁶ http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index_it.htm

punto di vista economico, ambientale e sociale di un'area avente determinate caratteristiche, nella quale l'agricoltura ha un ruolo importante ma è allo stesso tempo affiancata da altre attività (Gaiani S. e Segrè A., 2008).

L'affermazione dei moderni concetti di ruralità e di sviluppo rurale è stata accompagnata da una progressiva evoluzione della Politica Agricola Comunitaria (PAC) per rafforzare il suo cosiddetto "secondo pilastro", ovvero la Politica di Sviluppo Rurale.

1.2.1 La nascita della PAC

La PAC viene istituita alla nascita della CEE nel marzo 1957 e ha inizialmente come obiettivo principale il conseguimento dell'autosufficienza alimentare da parte dei Paesi europei, danneggiati da anni di guerra. L'articolo 39 del Trattato di Roma, che istituisce la Comunità Economica Europea, enuncia le principali finalità della PAC: l'aumento della produttività dell'agricoltura, la garanzia di un tenore di vita equo delle comunità rurali, la stabilizzazione dei mercati e la disponibilità di approvvigionamenti per i consumatori europei a prezzi ragionevoli. Nel 1960 vengono, quindi, individuati i principi fondamentali della PAC, ovvero l'unicità dei prezzi, la presenza di un mercato unico caratterizzato dalla libera circolazione delle merci, la preferenza comunitaria, per la quale i Paesi membri vengono privilegiati negli scambi commerciali, e la solidarietà finanziaria tra i Paesi membri per sostenere i mercati agricoli⁷.

Nonostante sia stata riconosciuta la necessità dell'attuazione di una politica delle strutture, per molti anni prende il sopravvento la politica dei prezzi e dei mercati, il cosiddetto "primo pilastro" della PAC, alla quale viene destinato il 90% della spesa agricola comunitaria (Gaiani S. e Segrè A., 2008). Nel corso degli anni '80 diventano visibili le conseguenze negative di questa politica di mercato: lo squilibrio creatosi tra domanda e offerta ha portato alla formazione di eccedenze produttive, le quali vengono in parte

⁷ http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/early-years/index_en.htm

esportate con sussidi da parte della CEE, e in parte conservate o eliminate all'interno della Comunità Europea, causando una spesa eccessiva delle risorse comunitarie; inoltre, queste misure hanno portato ad una diminuzione della fiducia dei consumatori e, a causa dell'aumento di problemi ambientali, ad una crescente preoccupazione riguardo alla sostenibilità dell'agricoltura⁸.

Per questo motivo, a partire dagli anni '80 le riflessioni sul futuro del mondo rurale danno inizio ad un processo di riforma della PAC: le novità principali vengono introdotte con la Conferenza di Cork del 1996, con Agenda 2000, con la riforma Fischler, con l'Health Check e con le programmazioni dello sviluppo rurale per i periodi 2007-2013 e 2014-2020.

1.2.2 La Conferenza di Cork

Dal 7 al 9 novembre del 1996 si tiene a Cork (Irlanda) una Conferenza europea sullo sviluppo rurale che, tramite una dichiarazione finale conosciuta come "Dichiarazione di Cork", stabilisce i principi di una nuova politica europea di sviluppo rurale, multidisciplinare nella concezione e multisetoriale nell'attuazione (Gaiani S. e Segrè A., 2008).

Il programma annunciato è caratterizzato da dieci punti⁹:

1. Preferenza rurale
2. Approccio integrato
3. Diversificazione
4. Sostenibilità
5. Sussidiarietà
6. Semplificazione
7. Programmazione
8. Finanziamento

⁸ http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/crisis-years-1980s/index_en.htm

⁹ Conferenza europea sullo sviluppo rurale (1996), *Dichiarazione di Cork*

9. Gestione

10. Valutazione e ricerca

Vengono definiti, quindi, per la prima volta i principali caratteri del nuovo modello di sviluppo rurale, ovvero endogeneità, sostenibilità e integrazione: l'endogeneità fa riferimento alla necessità di basarsi sulle risorse locali per valorizzarle e al coinvolgimento delle comunità locali nella definizione degli obiettivi (sviluppo *bottom-up*); la sostenibilità si riferisce alla conservazione dell'ambiente naturale e di quello culturale, elementi fondamentali per garantire la competitività del territorio; l'integrazione delle varie attività socioeconomiche con il territorio riconosce e valorizza la multifunzionalità dell'agricoltura e sostiene la diversificazione delle aree rurali, rifiutando di considerare lo sviluppo rurale come sinonimo di sviluppo esclusivamente agricolo (Belletti G. e Berti G., 2011).

Una politica di sviluppo rurale che sia territoriale deve, quindi, cercare di integrare sia le varie istituzioni in maniera verticale sia le diverse politiche settoriali (come, ad esempio, quelle agricole e turistiche) in maniera orizzontale, al fine di coniugare in maniera coerente tutte le politiche che interessano lo stesso territorio (Sotte F., 2009).

1.2.3 Agenda 2000 e la Riforma Fischler

Agenda 2000, documento quadro che orienta e rafforza le politiche comunitarie, permette la nascita della Politica di sviluppo rurale e il suo riconoscimento come "secondo pilastro" della PAC: viene abbandonato l'obiettivo della produttività e ci si concentra sulla qualità e la sicurezza, realizzando un nuovo modello agricolo basato sulla multifunzionalità dell'agricoltura. Riunendo in un unico corpo gli strumenti giuridici dello sviluppo rurale esistenti, vengono proposte 22 misure tra le quali i vari Stati possono scegliere le più adatte per elaborare i propri programmi di sviluppo rurale (Gaiani S. e Segrè A., 2008).

Tra gli obiettivi di Agenda 2000 figurano: l'aumento della competitività del settore agricolo, la sicurezza nei metodi di produzione per garantire qualità, la compatibilità con le esigenze ambientali al fine di salvaguardare le risorse, lo sviluppo della vitalità delle aree rurali, il decentramento e la semplificazione delle strategie¹⁰.

Ulteriori novità importanti per lo sviluppo rurale vengono introdotte dalla riforma Fischler del 2003, il cui obiettivo è rafforzare la complementarità tra i due pilastri della PAC e i cui concetti principali sono il disaccoppiamento, la condizionalità e la modulazione: il sostegno pubblico non è più legato alla quantità prodotta, ma è condizionato al rispetto di determinati standard (ambientali, di sicurezza, di salute e benessere degli animali e delle piante); inoltre, gli aiuti diretti alle aziende vengono ridotti di una certa percentuale, con la quale viene finanziata la Politica di sviluppo rurale trasferendo fondi dal primo al secondo pilastro (Gaiani S. e Segrè A., 2008). Il primo pilastro della PAC avrà il compito di sostenere il reddito degli agricoltori, mentre il secondo pilastro sosterrà sia lo sviluppo delle aree rurali sia l'agricoltura nelle sue funzioni ambientale e territoriale in quanto fornitrice di beni pubblici (Commissione Europea, 2008).

Questa riforma cerca, quindi, di perseguire obiettivi quali l'aumento della competitività del settore agricolo, la promozione di un'agricoltura sostenibile orientata al mercato e il rafforzamento della Politica di sviluppo rurale¹¹.

Tuttavia, come osservano Gaiani S. e Segrè A. (2008), la politica di sviluppo rurale del periodo 2000-2006 risulta ancora eccessivamente settoriale: viene perseguito l'obiettivo della competitività ma non quello dello sviluppo del territorio rurale, in quanto ci si limita soprattutto ad interventi infrastrutturali invece di favorire la diversificazione delle attività e dei redditi e il miglioramento della vita delle popolazioni rurali.

¹⁰ http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/agenda-2000/index_en.htm

¹¹ http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/2003-reform/index_en.htm

Sulla base degli obiettivi individuati dalla Conferenza europea di Salisburgo del 2003, il 20 febbraio 2006 vengono definiti gli orientamenti strategici comunitari riguardanti lo sviluppo rurale per il periodo 2007-2013, che introdurranno ulteriori importanti novità rispetto alla programmazione per il periodo 2000-2006 (Gaiani S. e Segrè A., 2008).

1.3 La politica di sviluppo rurale nel periodo 2007-2013

Il programma di sviluppo rurale del periodo 2007-2013 cerca di rispondere alla necessità di semplificare le procedure di programmazione, gestione, controllo e valutazione e di rafforzare l'impostazione *bottom-up* al fine di adeguare maggiormente i programmi di sviluppo rurale alle esigenze locali. Le principali novità introdotte nel periodo 2007-2013 sono la presenza di tre livelli di programmazione, l'individuazione di tre obiettivi definiti come assi di intervento, l'inclusione dell'approccio LEADER come quarto asse e l'istituzione del FEASR (Commissione Europea, 2008).

1.3.1 I livelli di programmazione

La programmazione dello sviluppo rurale è articolata su tre livelli, ovvero comunitario, nazionale e locale: a livello comunitario l'UE detta le linee guida e definisce gli Orientamenti Strategici Comunitari (OSC); a livello nazionale ogni Stato membro redige il Piano Strategico Nazionale (PSN) sulla base delle linee guida comunitarie, scegliendo le proprie priorità specifiche tra quelle individuate dagli OSC; infine, a livello locale le singole regioni evidenziano le proprie necessità nel Piano di Sviluppo Rurale (PSR) e attuano le misure indicate dal PSN dando loro una dimensione regionale (Gaiani S. e Segrè A., 2008).

1.3.2 Gli assi di intervento e l'approccio LEADER

Le priorità della programmazione 2007-2013, ovvero la competitività, la tutela ambientale, la qualità di prodotti e servizi e la diversificazione del reddito, vengono implementate tramite 4 assi di intervento:

1. *Miglioramento della competitività dell'agricoltura e della selvicoltura*: le misure di questo asse vengono ripartite nei gruppi "risorse umane", "capitale fisico", "qualità degli alimenti" e "misure transitorie per i nuovi Stati membri" (Commissione Europea, 2008).
2. *Gestione del territorio e miglioramento dell'ambiente*: le misure di questo asse vengono ripartite nei gruppi "utilizzo sostenibile dei terreni agricoli" e "utilizzo sostenibile delle superfici forestali" (Commissione Europea, 2008).
3. *Diversificazione delle attività economiche e miglioramento della qualità della vita*: le misure di questo asse vengono ripartite nei gruppi "diversificazione dell'economia rurale" (al cui interno è inserita la misura riguardante l'incentivazione di attività turistiche), "miglioramento della qualità della vita nelle zone rurali" e "formazione, acquisizione di competenze ed animazione" (Commissione Europea, 2008).
4. *Costruire la capacità locale di occupazione e diversificazione (LEADER)*: questo asse, trasversale agli altri tre, punta ad un miglioramento della *governance* per creare competenze a livello locale e ottimizzare il potenziale di sviluppo (Gaiani S. e Segrè A., 2008).

Sono state stabilite delle percentuali di finanziamento minimo per ogni asse: 10% per l'asse 1, 25% per l'asse 2 e 10% per l'asse 3. All'asse LEADER è destinato, invece, almeno il 5% del finanziamento comunitario. Le percentuali sono state fissate ad un livello sufficientemente basso in modo che gli Stati e le regioni, godendo di un alto margine di flessibilità (55% del finanziamento comunitario), possano elevare la quantità di risorse destinate

all'asse che meglio risponde alle esigenze individuate (Gaiani S. e Segrè A., 2008).

Come dimostrato dal quarto asse di intervento, a partire dal periodo di programmazione 2007-2013 è stata integrata nella politica di sviluppo rurale dell'UE l'iniziativa LEADER¹², il cui obiettivo è fornire un metodo per coinvolgere le comunità rurali nello sviluppo della propria zona. Quest'approccio, incentivando nuove forme di partenariato ed integrando altri programmi nazionali o europei, permette di attivare le risorse locali e di avere accesso a varie fonti di finanziamento per i propri programmi: esso aiuta, quindi, le zone rurali a sfruttare al meglio le proprie potenzialità e a sperimentare nuovi metodi per soddisfare le proprie esigenze grazie anche alla collaborazione tra vari operatori socioeconomici (Commissione Europea, 2006).

La Commissione Europea (2006) ha individuato sette caratteristiche principali dell'iniziativa LEADER:

1. *Strategie di sviluppo basate sulle esigenze locali*: l'approccio deve avere un forte carattere locale nell'individuazione di punti di forza e di debolezza, di rischi e di opportunità.
2. *Attuazione delle strategie secondo un approccio bottom-up*: la comunità e gli operatori locali devono partecipare alla definizione degli obiettivi e delle strategie di sviluppo locale.
3. *Partenariati locali tra settore pubblico e privato*: i Gruppi di Azione Locale (GAL) sono partenariati che individuano ed attuano la strategia di sviluppo locale e gestiscono le risorse finanziarie.
4. *Facilitare l'innovazione*: l'iniziativa LEADER incentiva l'uso di approcci innovativi allo sviluppo rurale.

¹² "LEADER" è l'acronimo di "Liaison Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale" (in italiano "Collegamento tra le azioni di sviluppo dell'economia rurale") (Commissione Europea, 2006)

5. *Azioni integrate e multisettoriali*: la strategia di sviluppo rurale deve integrare in modo coerente attività di ambiti diversi, seguendo una logica multisettoriale.
6. *Creazione di reti*: al fine di rendere più efficienti le politiche di sviluppo rurale sono state istituite una rete europea per lo sviluppo rurale, gestita dalla Commissione Europea, e varie reti rurali nazionali (una per ogni Stato membro). Queste reti permettono di monitorare l'andamento dei programmi di sviluppo rurale, scambiare informazioni e conoscenze, diffondere le innovazioni e trasferire le buone pratiche.
7. *Cooperazione*: i GAL hanno la possibilità di partecipare a progetti congiunti con altri gruppi Leader, o gruppi che abbiano un'impostazione simile, sia dello stesso Stato (cooperazione interterritoriale) sia di altri Stati (cooperazione transnazionale).

L'iniziativa è stata lanciata nel 1991 per opporsi ai precedenti approcci allo sviluppo rurale di tipo *top-down* e sostenere un approccio di tipo *bottom-up* rispettoso delle risorse locali e in grado di coinvolgere le comunità: si trattava di un'iniziativa finanziata dai fondi strutturali dell'UE. A partire da questo momento, si sono succedute le tre generazioni Leader I (1991-1993), Leader II (1994-1999) e Leader + (2000-2006). Dal 2007 l'iniziativa Leader è stata inserita nella Politica di sviluppo rurale dell'UE, affiancandola ai tre assi di intervento, ed è stata integrata in tutti i programmi nazionali e locali affinché possa essere applicata ad un maggior numero di iniziative di sviluppo rurale: a partire da questo momento i suoi finanziamenti proverranno da quelli erogati agli Stati membri dall'UE nell'ambito del FEASR (Commissione Europea, 2006).

1.3.3 Il FEASR

Il FEASR (Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale) è un fondo strutturale¹³ dell'Unione Europea che sostituisce il vecchio FEOGA (Fondo europeo di orientamento e garanzia agricola) e costituisce uno strumento unico di finanziamento e programmazione a partire dal periodo 2007-2013: esso cerca di semplificare l'attuazione della politica di sviluppo rurale migliorandone la gestione e il controllo. In precedenza, infatti, la politica di sviluppo rurale prevedeva diversi programmi e diverse fonti per l'erogazione di finanziamenti (Gaiani S. e Segrè A., 2008).

Per quanto riguarda il periodo di programmazione 2007-2013, il FEASR fornisce assistenza alle azioni nazionali, regionali e locali che contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi della Politica di sviluppo rurale implementati attraverso gli assi di intervento: esso aiuta, quindi, a migliorare la competitività di agricoltura e selvicoltura, l'ambiente e il paesaggio, la qualità della vita nelle zone rurali e la diversificazione dell'economia rurale¹⁴.

Essendo dotato di un bilancio di 96,319 miliardi di euro¹⁵, ovvero il 20% dei fondi destinati alla PAC, esso "può finanziare azioni relative alla preparazione, alla gestione, alla sorveglianza, alla valutazione, all'informazione e al controllo dell'intervento dei programmi, entro il limite del 4 % dell'importo totale di ciascun programma"¹⁶.

Il FEASR fornisce assistenza tramite prefinanziamento, pagamento intermedio e saldo: i pagamenti intermedi sono effettuati a determinate

¹³ I fondi strutturali dell'Unione Europea sono strumenti finanziari il cui obiettivo è equiparare i vari livelli di sviluppo tra le regioni e gli Stati membri per raggiungere una coesione economica, sociale e territoriale

(http://europa.eu/legislation_summaries/glossary/structural_cohesion_fund_it.htm).

¹⁴ http://europa.eu/legislation_summaries/agriculture/general_framework/l60032_it.htm

¹⁵ I dati si riferiscono al periodo di programmazione 2007-2013

(http://europa.eu/legislation_summaries/agriculture/general_framework/l60032_it.htm).

¹⁶ http://europa.eu/legislation_summaries/agriculture/general_framework/l60032_it.htm

condizioni e, nel caso si verificassero irregolarità, il finanziamento comunitario sarà parzialmente o totalmente soppresso; per quanto riguarda il saldo, la Commissione procederà al suo versamento solo dopo aver ricevuto la relazione finale di esecuzione del programma di sviluppo rurale¹⁷.

La seguente figura rappresenta la struttura della Politica di sviluppo rurale del periodo 2007-2013:



Fig. 2 - Architettura della politica di sviluppo rurale nel periodo 2007-2013

Fonte: Commissione Europea (2008), *La politica di sviluppo rurale dell'UE 2007-2013*, Lussemburgo, Ufficio delle pubblicazioni ufficiali delle Comunità europee

¹⁷ http://europa.eu/legislation_summaries/agriculture/general_framework/111096_it.htm

1.4 L'Health Check e la PAC dopo il 2013

Il documento sull'Health Check, pubblicato nel 2008, valuta lo stato di salute della PAC e prosegue le modifiche introdotte dalla riforma Fischler del 2003. Le principali novità sono la modifica del regime di pagamento unico, la modulazione progressiva, il disaccoppiamento totale degli aiuti, la revisione del sistema delle quote latte, la soppressione del set aside (ovvero il ritiro dei seminativi dalla produzione per controllare l'offerta) e il rafforzamento della condizionalità. Inoltre, vengono introdotte quattro nuove priorità per lo sviluppo rurale¹⁸:

1. Cambiamenti climatici e rispetto del protocollo di Kyoto;
2. Energie rinnovabili;
3. Gestione delle risorse idriche;
4. Biodiversità.

L'obiettivo di questo documento è, quindi, modernizzare e semplificare la PAC ed aiutare il settore agricolo a rispondere meglio ai segnali del mercato e ad affrontare le sfide rappresentate dalle quattro nuove priorità¹⁹.

Il periodo di programmazione 2014-2020 introduce a sua volta alcune novità, pur riprendendo la stessa impostazione strategica del periodo 2007-2013 basata su tre livelli di programmazione. Abbandonando l'organizzazione per assi strategici, vengono individuati tre obiettivi generali in linea con la strategia Europa 2020 (incentrata su una crescita dell'UE che sia intelligente, sostenibile e inclusiva), ovvero il miglioramento della competitività dell'agricoltura, la gestione sostenibile delle risorse naturali unita all'azione per il clima e uno sviluppo territoriale equilibrato per le zone rurali: questi tre obiettivi vengono poi concretizzati in sei priorità specifiche, che danno maggiore enfasi a temi quali ambiente, cambiamento climatico ed

¹⁸ <http://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/271>

¹⁹ http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/health-check/index_en.htm

innovazione, e ad ogni priorità sono associate varie misure (in totale 27)²⁰. Le sei priorità individuate sono le seguenti:

1. Promuovere il trasferimento di conoscenze nel settore agricolo e forestale e nelle zone rurali;
2. Potenziare la competitività dell'agricoltura in tutte le sue forme e la redditività delle aziende agricole;
3. Incentivare l'organizzazione della filiera agroalimentare e la gestione dei rischi nel settore agricolo;
4. Preservare, ripristinare e valorizzare gli ecosistemi dipendenti dall'agricoltura e dalla silvicoltura;
5. Incoraggiare l'uso efficiente delle risorse e il passaggio a un'economia a basse emissioni di carbonio e resiliente al clima nel settore agroalimentare e forestale;
6. Promuovere l'inclusione sociale, la riduzione della povertà e lo sviluppo economico nelle zone rurali (nella quale sono comprese misure riguardanti il turismo rurale)²¹.

Altre importanti novità sono l'inserimento di strumenti di gestione del rischio (come le assicurazioni agevolate) all'interno dei PSR e il sostegno supplementare da parte di altri fondi strutturali oltre al FEASR, coordinati in un Quadro Strategico Comunitario (QSC) definito a livello europeo che si traduce in Contratti di Partenariato a livello nazionale, nei quali gli Stati membri definiscono come utilizzeranno i fondi²².

²⁰http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/policy-in-action/cap-towards-2020/rdp-programming-2014-2020/policy-overview/it/policy-overview_it.html

²¹http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/policy-in-action/cap-towards-2020/rdp-programming-2014-2020/policy-overview/it/policy-overview_it.html

²² <http://www.agricoltura24.com/pac-2014-2020-sviluppo-rurale-piu-innovazione/>

In conclusione, lo sviluppo rurale sta diventando una componente sempre più importante della PAC, il cui obiettivo attuale è favorire uno sviluppo delle zone rurali integrato e sostenibile dal punto di vista ambientale, economico e sociale: la PAC, quindi, nel suo nuovo orientamento non è più volta esclusivamente all'agricoltura e sta coinvolgendo sempre più anche settori come il turismo, al quale vengono riconosciute importanti funzioni nell'ambito dello sviluppo delle zone rurali (Belletti G. e Berti G., 2011).

CAPITOLO 2

Il ruolo del turismo nello sviluppo rurale

Il nuovo modello di sviluppo rurale affermatosi negli ultimi vent'anni attribuisce particolare importanza alla diversificazione produttiva e alla capacità di integrazione multisettoriale: è necessario riconoscere le opportunità che attività come l'artigianato, la valorizzazione dei beni culturali ed ambientali, le attività didattiche e ricreative e il turismo offrono alle aree rurali, in particolar modo a quelle in cui l'agricoltura non ha più un ruolo prevalente. Nell'ambito di una politica di sviluppo rurale basata sulla sostenibilità e sulla conservazione della vitalità delle comunità rurali, il turismo diventa, quindi, un importante motore di sviluppo locale, soprattutto se integrato in modo coerente a settori quali l'agricoltura, l'artigianato e i servizi (Coldiretti, 2003): ciò è dimostrato dalla sua centralità nella strategia Leader e negli innumerevoli progetti territoriali elaborati dai Gruppi di Azione Locale e dal crescente numero di iniziative finalizzate alla promozione del turismo da parte delle istituzioni locali (Belletti G. e Berti G., 2011).

2.1 L'evoluzione del turismo e le nuove caratteristiche della domanda

2.1.1 Sintesi storica

Il turismo nasce nell'antica Roma grazie alle pratiche del soggiorno in villa e, soprattutto, dei viaggi culturali, per i quali erano disponibili una vasta rete stradale, dei servizi di ristorazione e di alloggio, dei primi esempi di guide (gli *itineraria*) e perfino delle forme di pubblicità.

Con il declino di Roma gli spostamenti vengono limitati drasticamente e con l'affermazione del Cristianesimo intorno al IV secolo si diffonde la pratica dei viaggi per motivi spirituali, ai quali si affiancano progressivamente interessi culturali più ampi; nell'ambito delle strutture

ricettive, nel Medioevo si affermano varie forme di accoglienza tra cui l'ospitalità gratuita ecclesiastica (in particolare monastica).

Grazie all'espansione degli scambi commerciali e culturali si ha una forte ripresa dei viaggi, che determinano la nascita delle prime forme di vera e propria organizzazione turistica: all'ospitalità gratuita ecclesiastica subentra progressivamente un servizio ricettivo professionale a pagamento.

Tuttavia, la vera e propria nascita del turismo è associata al *Grand Tour* del XVI e XVII secolo, fenomeno di élite basato su una nuova concezione di viaggio ai fini di conoscenza e riposo; esso consiste in un itinerario²³ che, attraversando l'Europa e avendo solitamente come destinazione finale l'Italia, favorisce la formazione culturale e politica dei giovani aristocratici. Con la Rivoluzione Francese il fenomeno si interrompe e per l'affermazione di un turismo realmente moderno bisogna attendere la fine dell'Ottocento (con il termalismo) e la prima metà del Novecento (con le prime forme di turismo balneare e montano).

A partire dagli anni '60 si afferma il turismo di massa grazie al maggior potere d'acquisto individuale, alla maggiore mobilità (resa possibile dalla diffusione dell'automobile) e all'accresciuta disponibilità di tempo libero. Il turismo balneare estivo costituisce la formula di maggior successo, seguito da quello montano in periodo invernale (Ferrari F., 2009).

2.1.2 La nuova domanda turistica

A partire dagli anni'90 la domanda turistica inizia ad assumere nuove caratteristiche a causa di importanti cambiamenti economici e sociali quali l'aumento del livello medio di istruzione, la maggiore disponibilità di tempo libero, l'aumento del reddito, la propensione a vacanze brevi, lo sviluppo dei

²³ L'itinerario del *Grand Tour* consiste in un'espansione di quello indicato da Michel de Montaigne nel suo *Journal du voyage en Italie par la Suisse et l'Allemagne*, nel quale il celebre filosofo e scrittore descrive il viaggio compiuto tra il 1580 e il 1581 (<http://www.fondazionemontaigne.it/michel-de-montaigne>).

trasporti e la maggiore diffusione di informazioni grazie alle nuove tecnologie e a Internet. Oltre a ragioni di tipo socioeconomico, questo cambiamento è dovuto anche a ragioni di tipo motivazionale quali il desiderio di conoscere culture diverse dalla propria (purché siano percepite come “autentiche”) e la ricerca di destinazioni alternative ed esperienze nuove (Ferrari F., 2009).

Per questo motivo, si affermano progressivamente forme di fruizione alternative, meno massificate e più attente ai valori della natura e della cultura locale (Belletti G., 2010): come afferma Ferrari F. (2009), si ha una propensione sempre maggiore per un “turismo interessato a tradizioni popolari, enogastronomia, produzioni artigianali, manifestazioni fieristiche, eventi culturali, ovvero alla più ampia esperienza vissuta in diretto contatto con l’atmosfera dei luoghi e del paesaggio”. Inoltre, il turista moderno considera in misura sempre maggiore, oltre alle tradizioni e peculiarità della località visitata, anche la qualità del prodotto turistico secondario, ovvero delle strutture ricettive e di ristorazione (Trevisan G., 2002).

Si cerca, quindi, una *total leisure experience*, ovvero una fruizione del territorio unitaria che porti ad un appagamento personale profondo: ciò viene permesso dal nuovo turismo “delle 4 E” (*équipement, encadrement, événement, environnement*, ovvero qualità dei servizi, professionalità nell’accoglienza, attività/eventi e rispetto dell’ambiente) che si sta affermando in contrapposizione al turismo di massa “delle 4 S” (*sun, sea, sand, sex*) (Ferrari F., 2009).

Queste forme di turismo alternativo integrato con il territorio hanno come protagonista un turista “consapevole”, particolarmente attento a temi quali il rispetto dell’ambiente e la valorizzazione della cultura locale, e ciò ha portato alla necessità di “un turismo inteso come processo di interazione e non di sottrazione, di valorizzazione e non di consumo, al fine di pervenire a forme di sostenibilità turistica che facciano della qualità il filo conduttore dei diversi aspetti della programmazione” (Ferrari F., 2009).

2.2 La sostenibilità del turismo

2.2.1 Caratteri del turismo

Il turismo è un settore atipico e complesso, in quanto le sue attività produttive appartengono a settori economici diversi e il bene turistico è un prodotto non omogeneo, formato da un insieme di servizi:

- *Servizi delle risorse non riproducibili* (ad esempio quelle naturali, storiche ed artistiche);
- *Servizi delle risorse riproducibili* (ad esempio attrazioni culturali quali spettacoli o eventi);
- *Servizi complementari alle risorse riproducibili e non riproducibili* (ad esempio i servizi ricettivi e di ristorazione e le infrastrutture, che permettono la fruizione delle risorse) (Trevisan G., 2002).

Nella maggior parte dei casi, le risorse non riproducibili, che rappresentano il nucleo del prodotto turistico e il motivo principale del viaggio, si configurano come beni pubblici²⁴ e sono, quindi, utilizzate liberamente da una pluralità di attori all'interno del processo di creazione del prodotto turistico (Belletti G., 2010): esse vengono mantenute grazie al contributo di questi attori, i quali però non sempre vengono remunerati dal valore generato dall'attività turistica e ciò pregiudica sia la riproduzione delle risorse stesse sia la sostenibilità del processo di valorizzazione (Belletti G. e Berti G., 2011).

²⁴ I beni pubblici sono caratterizzati dalla non rivalità e dalla non escludibilità: la non rivalità si riferisce al fatto che il consumo del bene da parte di un agente non impedisce a terzi di goderne completamente; la non escludibilità si riferisce al fatto che non si possono escludere terzi dal consumo del bene. In definitiva, un bene pubblico è un bene non rivale che può essere utilizzato da tutti gli agenti e dal cui consumo non può essere escluso nessuno (http://www.treccani.it/enciclopedia/bene-pubblico_%28Dizionario-di-Economia-e-Finanza%29/).

2.2.2 *L'impatto del turismo sul territorio e la sostenibilità turistica*

Negli ultimi vent'anni è stato riconosciuto che il modello tradizionale di sviluppo del turismo, pur concorrendo alla valorizzazione economica e sociale di certe aree, è caratterizzato da una serie di esternalità negative che hanno avuto un forte impatto sull'ambiente e sul tessuto sociale delle località interessate: banalizzazione della cultura e delle tradizioni locali, aumento dei rifiuti e del consumo di risorse, degrado ambientale e distruzione di ecosistemi, perdita di biodiversità, inquinamento, ripartizione dei benefici non equa. Questa nuova consapevolezza ha portato ad una maggiore attenzione al tema della sostenibilità intesa come "soddisfazione dei bisogni del presente senza compromettere la possibilità di soddisfare quelli delle generazioni future" (Coldiretti, 2003) ed è stata riconosciuta la necessità di uno sviluppo del turismo che sia sostenibile dal punto di vista ambientale, socio-culturale ed economico.

Al fine di comprendere quanto una destinazione possa sopportare l'attività turistica senza incorrere in effetti negativi è stato introdotto il concetto di "capacità di carico", suddiviso in tre tipi:

1. *Capacità di carico fisica od ecologica*: limite (espresso in un numero massimo di visitatori) oltre il quale le risorse ambientali e culturali di un'area vengono danneggiate;
2. *Capacità di carico economica*: limite oltre il quale la qualità della visita si riduce notevolmente, provocando una contrazione della domanda e, di conseguenza, delle attività che dovrebbero soddisfarla;
3. *Capacità di carico sociale*: limite oltre il quale le funzioni non-turistiche della destinazione vengono danneggiate, portando ad un degrado della qualità della vita della popolazione, ad una minore attrattività di turisti e, in casi estremi, ad una monocultura turistica nella quale il turismo sostituisce tutte le attività concorrenti (Coldiretti, 2003).

Nel corso degli anni sono stati individuati definizioni e principi generali del turismo sostenibile in una serie di importanti documenti come, ad esempio, la “Carta europea del turismo sostenibile”²⁵ del 1995, la Carta “Turismo: principi base per uno sviluppo sostenibile” redatta dalla OMT (Organizzazione Mondiale del Turismo) nel 1996 e la Dichiarazione di Berlino sul “Turismo durevole e sviluppo sostenibile” del 1997, risultato della Conferenza internazionale dei Ministri dell’Ambiente sulla Biodiversità e il Turismo. Una definizione interessante è quella contenuta nel documento “Our Common Future”, redatto dalla WCED (World Commission on the Environment and Development) nel 1987 e conosciuto come “Rapporto Brundtland”, nel quale si afferma che le attività turistiche sostenibili sono quelle che “si sviluppano in modo tale da mantenersi vitali in un’area turistica per un tempo illimitato, non alterano l’ambiente (naturale, sociale, artistico) e non ostacolano o inibiscono lo sviluppo di altre attività sociali ed economiche” (Coldiretti, 2003).

L’integrazione tra ambiente e turismo e le riflessioni sulla sostenibilità diventano temi fondamentali nell’ambito dello sviluppo del turismo rurale, in quanto si tratta di un’attività strettamente legata a risorse naturali e a piccole comunità locali.

2.3 Il turismo rurale

2.3.1 Il turismo rurale e la nuova domanda turistica

L’affermazione di forme di turismo alternative in opposizione a quelle più massificate ha portato ad un ampliamento del segmento dell’ecoturismo, definito dall’OMT (Organizzazione Mondiale del Turismo) come “tutti i tipi di turismo nei quali la motivazione fondamentale del turista è l’osservare e il

²⁵ Conosciuta anche come “Carta di Lanzarote”, essa è stata elaborata nel corso della prima conferenza mondiale dedicata interamente al turismo sostenibile che si è tenuta alle Isole Canarie nel 1995 (<http://www.tures.it/sezione.asp?IdPagina=16&Id=12>).

godere della natura come delle tradizioni culturali proprie delle aree di interesse naturalistico”: esso è, quindi, caratterizzato da una particolare attenzione per il paesaggio e l’ambiente sia naturale sia culturale (arte, storia, tradizioni) del territorio visitato (Mauracher C., Trevisan G., 2006). In particolare, il segmento del turismo rurale, capace di rispondere alle tendenze emergenti nella domanda turistica, ha avuto un forte sviluppo grazie ad una serie di motivazioni:

- desiderio della popolazione urbana di fuggire dallo stress della vita in città per rilassarsi in località rurali;
- aumento della pubblicità di destinazioni alternative da parte dei media;
- aumento della consapevolezza riguardo ai problemi ambientali;
- rimozione di barriere alla mobilità e sviluppo dei trasporti;
- tendenza a vacanze più brevi e frequenti;
- aumento dell’educazione e rifiuto di forme massificate di turismo;
- aumento dell’interesse verso la storia e la cultura delle località rurali;
- percezione delle località rurali come luoghi ideali per il proprio benessere psico-fisico grazie ad attività all’aria aperta e a cibi sani;
- aumento del desiderio di vivere esperienze “autentiche” a contatto con la popolazione locale (Irshad H., 2010).

2.3.2 Definizione e caratteristiche del turismo rurale

Il turismo rurale può essere definito come “quella forma di turismo avente per destinazione delle località fortemente caratterizzate, nella storia e nel paesaggio, dall’attività agricola, e in cui la motivazione principale è il godere della natura intesa come ambiente in cui rilassarsi e praticare attività attinenti alle tradizioni locali” (Mauracher C., Trevisan G., 2006): esso comprende un’ampia gamma di attività ricreative e culturali svolte in aree

rurali e legate, ad esempio, all'ambiente, alle tradizioni, all'enogastronomia e alla vita attiva all'aria aperta (Belletti G. e Berti G., 2011).

Il turismo rurale si differenzia dall'ecoturismo per alcune peculiarità: l'importanza della componente paesaggistica in quanto evocativa e capace di rispondere al desiderio di evasione dalla città; la presenza di una tradizione locale che rende autentica l'esperienza turistica; la perfetta integrazione dell'offerta nel contesto rurale, in modo che i servizi diventino punto di collegamento tra il territorio ed il fruitore (Mauracher C., Trevisan G., 2006). Si può affermare che si tratta di una forma di turismo "locale" a cinque livelli: di iniziativa locale; a gestione locale; con profitti locali; caratterizzato da paesaggi locali; valorizzante per la cultura locale²⁶.

Dal momento che le aree rurali non costituiscono più un ambito geografico omogeneo, le forme di fruizione del territorio risulteranno molto diversificate, come dimostrato dall'ampia gamma di attività comprese nel turismo rurale che spaziano dalla pratica di attività sportive all'aria aperta alla degustazione di prodotti tipici locali e alla partecipazione a eventi o visite (Belletti G. e Berti G., 2011). Per questo motivo, il turismo rurale risulta composto da vari segmenti, i quali risultano accomunati dal fatto che la cultura rurale costituisce una componente importante dell'offerta ma si differenziano in base alle loro caratteristiche o attività specifiche²⁷:

- *agriturismo*: forma di turismo rurale nella quale l'attività turistica è strettamente connessa all'attività agricola, che deve rimanere prevalente (Belletti G., 2010);
- *turismo verde* (indicato talvolta con la formula "turismo-natura"): insieme di varie attività svolte a stretto contatto con la natura, nel quale il paesaggio, la flora e la fauna costituiscono l'interesse principale; il turista può o visitare l'area in maniera passiva limitandosi ad

²⁶ <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-it/biblio/touris/art01.htm>

²⁷ <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-it/biblio/touris/contents.htm>

ammirare il paesaggio oppure svolgere attività ricreative e sportive all'aria aperta (Irshad H., 2010);

- *turismo culturale*: turismo interessato alle tradizioni, alle produzioni artigianali, ai beni culturali (intesi come opere d'arte, monumenti, luoghi di interesse storico) ed alle manifestazioni ed eventi culturali della località visitata (Ferrari F., 2009);
- *turismo enogastronomico*: forma di turismo caratterizzata dalla degustazione di prodotti tipici locali nel contesto in cui vengono prodotti (Belletti G., 2010);
- *turismo educativo*: forma di fruizione del territorio nella quale l'esperienza turistica assume valore didattico (Coldiretti, 2003) e il cui obiettivo è avvicinare i turisti (soprattutto ragazzi e bambini) alle tradizioni di un territorio promuovendo un turismo responsabile²⁸.

Tutti questi termini, quindi, non possono essere usati come sinonimi di turismo rurale in quanto ne indicano particolari segmenti che, tuttavia, non sono sempre interamente ricompresi in esso, in quanto alcune di queste forme di turismo possono essere svolte anche in aree non rurali (Belletti G., 2010).

2.3.3 L'offerta turistica rurale

Il turismo rurale è caratterizzato da un legame particolarmente intenso tra l'offerta di servizi ed il territorio, in quanto, come affermato da Belletti G. e Berti G. (2011), le caratteristiche qualitative delle componenti ambientale, culturale e sociale del territorio "non rappresentano un aspetto di contorno ma sono essenziali alla qualificazione delle attività stesse".

Il turismo rurale è, infatti, una forma direttamente collegata a quelle che vengono definite "risorse della ruralità": secondo la definizione più diffusa, si tratta di un insieme di risorse che, oltre a quelle dell'agricoltura e della

²⁸ <http://www.legambientescuolaformazione.it/turismo-educativo>

trasformazione dei suoi prodotti, arriva a ricomprendere anche quelle culturali ed artistiche delle aree rurali (Belletti G. e Berti G., 2011). Queste risorse vengono classificate in termini di “capitale territoriale rurale”, un insieme intersettoriale, dinamico ed in continua evoluzione che comprende il capitale ambientale, culturale, umano, economico, sociale, istituzionale e simbolico di una determinata area rurale (Ara A. *et al.*, 2011):

- il *capitale ambientale* comprende sia elementi naturali come, ad esempio, suolo, flora, fauna e biodiversità, sia i risultati dell’interazione tra uomo e natura, quali paesaggio e superficie agricola;
- il *capitale culturale* è costituito da storia, tradizioni e patrimonio artistico locale;
- il *capitale umano* comprende le conoscenze, le abilità ed i valori locali;
- il *capitale economico* indica le attività, le imprese, le infrastrutture, la rete per l’erogazione di servizi e le risorse finanziarie;
- il *capitale sociale* indica l’insieme delle relazioni sociali che permettono l’azione collettiva dei soggetti;
- il *capitale istituzionale* indica la presenza e l’importanza delle istituzioni ed organizzazioni locali, le quali interagiscono e creano sinergie;
- il *capitale simbolico*, trasversale a tutte le tipologie precedenti, indica “l’insieme dei simboli prodotti dalla società locale, da intendere come rappresentazione dei diversi capitali sia in termini di concezione interna sia in termini di percezione esterna” (Belletti G. e Berti G., 2011), ovvero, in altre parole, “la capacità di essere riconosciuti ed apprezzati all’esterno” (Ara A. *et al.*, 2011).

La seguente figura rappresenta la composizione del capitale territoriale:

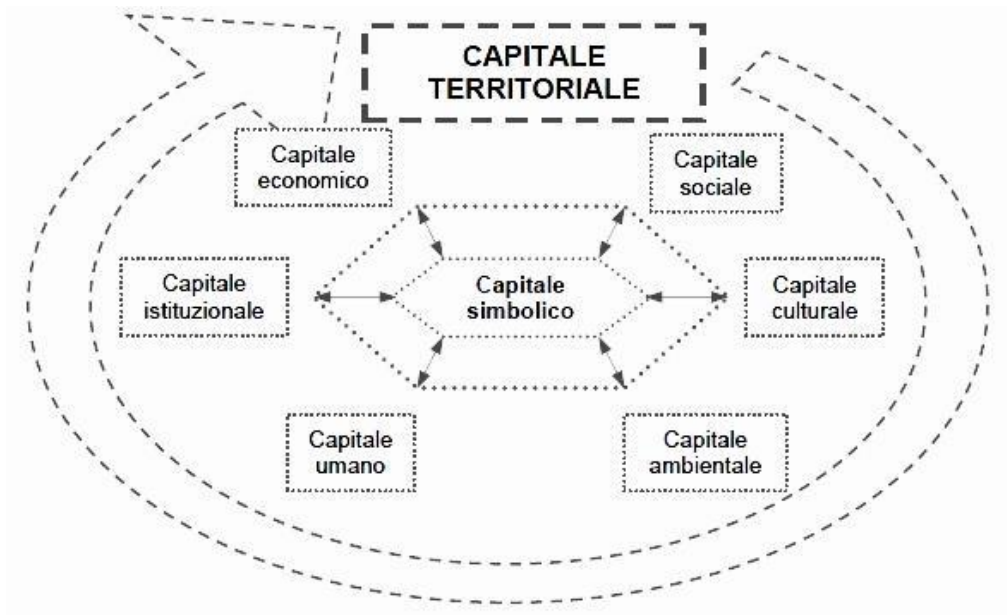


Fig. 3 - Il capitale territoriale

Fonte: Belletti G., Berti G. (2011), *Turismo, ruralità e sostenibilità attraverso l'analisi delle configurazioni turistiche*, in Pacciani A. (a cura di), "Aree rurali e configurazioni turistiche. Differenziazione e sentieri di sviluppo in Toscana", Milano, Franco Angeli Edizioni

Tramite un'analisi più specifica del capitale territoriale rurale, che Ara A. *et al.* (2011) definiscono "diagnosi territoriale", si possono identificare quelle risorse che possono costituire l'offerta turistica rurale e contribuire ad incrementare la competitività del territorio.

L'offerta del turismo rurale è, quindi, costituita dalla "combinazione, operata [...] da una pluralità di attori, di un insieme di risorse, alcune delle quali generiche e altre invece specifiche del patrimonio locale rurale, attraverso l'esercizio di attività volte alla produzione e alla vendita di uno o più servizi di tipo turistico e ricreativo" (Belletti G., 2010). Essa risulta caratterizzata da una serie di componenti:

- le *strutture ricettive, pararicettive e complementari*: per strutture ricettive si intendono, ad esempio, alberghi, B&B, campeggi e seconde case; per strutture pararicettive si intendono, ad esempio, ristoranti e trattorie;

per strutture complementari si intendono, ad esempio, centri di informazione turistica, agenzie, strutture per convegni o attività sportive e negozi;

- le *attività turistiche*, che includono cultura, sport, enogastronomia, benessere, visite naturalistiche o ad aziende, attività didattiche;
- gli *eventi*, che includono, ad esempio, mostre, fiere, rievocazioni, festival ed esibizioni;
- le *attrazioni*, che includono i luoghi storici, naturalistici, culturali e i luoghi e prodotti della ruralità (in particolare il paesaggio rurale, che costituisce lo scenario di fondo del processo turistico, ed i prodotti tipici);
- le *infrastrutture*, che permettono i movimenti turistici e costituiscono un elemento di supporto (Belletti G. e Berti G., 2011).

La seguente figura rappresenta la struttura dell'offerta turistica rurale:

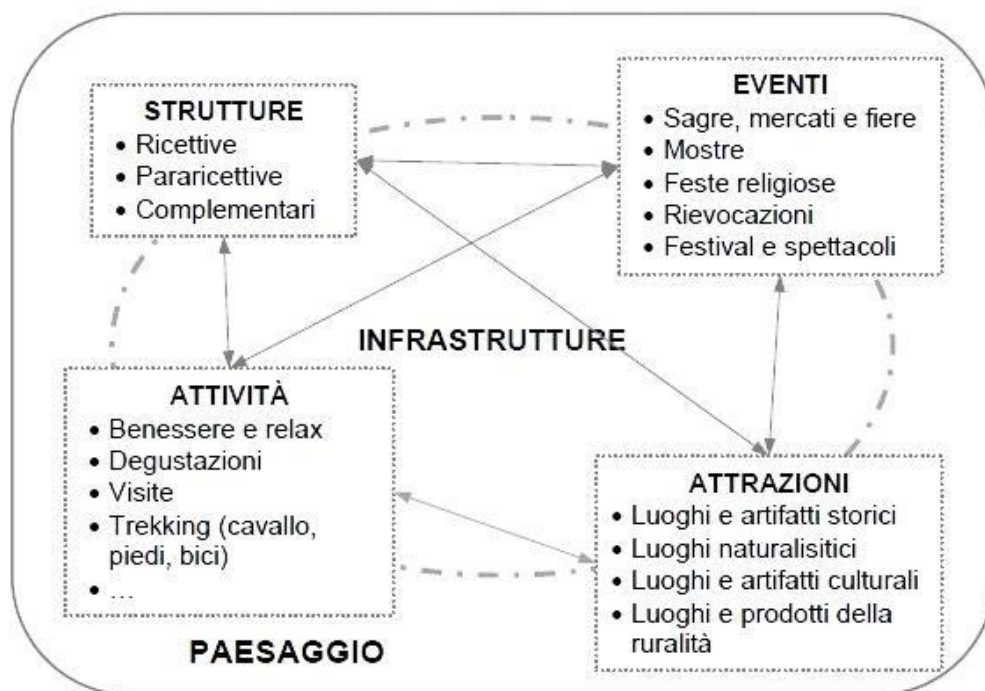


Fig. 4 - L'offerta turistica rurale

Fonte: Belletti G., Berti G. (2011), *Turismo, ruralità e sostenibilità attraverso l'analisi delle configurazioni turistiche*, in Pacciani A. (a cura di), "Aree rurali e configurazioni turistiche. Differenziazione e sentieri di sviluppo in Toscana", Milano, Franco Angeli Edizioni

Inoltre, nell'individuare gli elementi fondamentali per aumentare l'*appeal* di una località nell'ambito del turismo rurale, Mauracher C. e Trevisan G. (2006) distinguono tra risorse primarie e risorse secondarie di una destinazione:

- le *risorse primarie* comprendono il patrimonio ambientale (ovvero siti di interesse naturalistico e paesaggistico), la tradizione enogastronomica e i siti di interesse culturale;
- le *risorse secondarie* comprendono, ad esempio, le aree per attività sportive, le strutture per mostre e manifestazioni di vario tipo, i musei, gli itinerari enogastronomici e strutture che permettono una migliore fruizione della destinazione quali, ad esempio, agriturismi, ristoranti tipici ed aziende agricole.

Dall'analisi dell'offerta turistica rurale emerge chiaramente la dimensione territoriale del prodotto turistico tanto che si è progressivamente diffuso l'uso del termine "prodotto-territorio", ovvero un insieme intersettoriale e dinamico di componenti: il prodotto turistico è costituito dal territorio nel suo insieme, quindi dalle sue attrazioni naturali e artificiali la cui organizzazione e fruibilità è gestita da una pluralità di soggetti spesso locali (Belletti G. e Berti G., 2011). Nel contesto attuale, infatti, a competere tra loro non sono più solo le imprese bensì anche i territori, i quali mirano ad attrarre residenti con alta capacità di spesa, investimenti e turisti (Ara A. *et al.*, 2011). Risulta fondamentale, quindi, che il processo di sviluppo turistico nelle località rurali sia strettamente collegato alle caratteristiche territoriali locali in modo che valorizzi adeguatamente le risorse del contesto rurale e ne favorisca la riproduzione, mantenendo così nel tempo la vitalità economica e sociale locale (Belletti G. e Berti G., 2011).

2.4 I benefici del turismo rurale

Numerose aree rurali non più competitive a causa delle dinamiche dei mercati e dell'evoluzione delle politiche agricole hanno riconosciuto la

necessità di diversificare la propria economia (Belletti G. e Berti G., 2011) assumendo progressivamente il ruolo di “custodi” della campagna e del suo paesaggio e cercando fonti alternative di guadagno con l’adattamento delle proprie risorse a nuovi usi come, ad esempio, il turismo (Cawley M., 2009). Per questi territori solitamente esclusi dai grandi flussi turistici l’offerta di un turismo rurale di qualità costituisce, infatti, un’opportunità di sviluppo grazie ai numerosi benefici che esso può apportare dal punto di vista economico, sociale, culturale ed ambientale (Coldiretti, 2003):

1. Mantenimento dei posti di lavoro e dei servizi

Il turismo rurale può contribuire al mantenimento dei posti di lavoro nell’ambito, ad esempio, dei trasporti, della vendita al dettaglio, dell’ospitalità e dell’assistenza medica e può diventare fonte di guadagni aggiuntivi per agricoltori, silvicoltori e pescatori. Inoltre, numerosi negozi già esistenti possono fornire servizi di informazione al turista, aumentando così il numero di clienti e i propri guadagni (Irshad H., 2010).

2. Creazione di posti di lavoro

Il turismo rurale aiuta la creazione di nuovi posti di lavoro in diversi ambiti quali, ad esempio, l’ospitalità, la ristorazione ed i trasporti e permette in questo modo di porre un freno all’esodo agricolo (Irshad H., 2010).

3. Nuove opportunità di business

Il turismo permette, oltre alla nascita di nuove professionalità, la diffusione di nuovi modelli imprenditoriali e di gestione delle aziende, in particolar modo agricole (Coldiretti, 2003). Esso può, inoltre, apportare benefici anche ad attività non direttamente coinvolte nel turismo e facilitare l’espansione di servizi complementari (Irshad H., 2010).

4. Opportunità per i giovani

L'elevato fabbisogno di lavoro con facilità di acquisizione della preparazione garantisce il coinvolgimento della popolazione locale e, soprattutto, delle fasce giovanili (Belletti G. e Berti G., 2011) in quanto il turismo è promosso spesso come un'attività in crescita particolarmente adatta all'entusiasmo dei giovani: le prospettive di carriera vengono rafforzate grazie alle opportunità di formazione e di coinvolgimento diretto nella gestione di attività turistiche (Irshad H., 2010).

5. Rivitalizzazione dell'orgoglio della comunità e tutela della cultura e del patrimonio rurale

Incoraggiando la popolazione locale a conformarsi ad un'immagine ideale di comunità rurale, il turismo può aumentare il senso di appartenenza ad una comunità, rafforzando così i legami e la solidarietà tra le persone (Irshad H., 2010): tutto ciò ha implicazioni positive sul recupero delle tradizioni locali e sulla valorizzazione delle risorse artistiche e culturali del territorio, considerate deposito della cultura rurale locale e rappresentazione dell'identità della comunità (Zanovello P. *et al.*, 2013).

6. Mantenimento e sviluppo del commercio e dell'artigianato locale

Alle spese per l'alloggio spesso si accompagnano in loco anche ulteriori acquisti da parte dei turisti e ciò porta benefici in particolar modo all'artigianato locale, ritenuto elemento importante del patrimonio culturale di una località (Irshad H., 2010).

7. Tutela del paesaggio e del patrimonio ambientale

L'ambiente ed il paesaggio sono fondamentali per l'attrattività di una località e influiscono notevolmente sulla qualità dell'esperienza turistica: per questo motivo, la loro tutela è di fondamentale importanza per il turismo rurale e può essere sostenuta sia grazie alle entrate dell'attività turistica sia grazie alle

pressioni politiche da parte delle autorità preposte al turismo. Inoltre, essa può anche contribuire ad attirare nuove imprese e famiglie e trattenere la popolazione (Irshad H., 2010).

8. Tutela e riutilizzo dell'ambiente costruito storico

L'ambiente costruito²⁹ storico può trarre diversi benefici dal turismo rurale: molte proprietà hanno istituito l'ingresso a pagamento al fine di conservare la struttura e le aree verdi circostanti; inoltre, molti edifici abbandonati come, ad esempio, chiese, castelli, fattorie e stazioni ferroviarie sono stati riutilizzati in maniera creativa adattandoli a fini turistici e trasformandoli in vere e proprie attrazioni (Irshad H., 2010).

9. Miglioramento della qualità della vita

Tutti gli interventi che mirano a rendere più attrattiva l'area a fini turistici, come la creazione di infrastrutture e il generale ammodernamento della località, generano vantaggi anche per i residenti e portano ad un miglioramento generale della qualità della vita: ciò avviene anche grazie all'aumento del reddito e della capacità di spesa della popolazione che apporta ulteriori benefici all'economia locale (Zanovello P. *et al.*, 2013).

10. Maggiore apertura culturale

Favorendo il contatto tra culture diverse, il turismo rurale può generare una maggiore apertura culturale nelle popolazioni interessate (Zanovello P. *et al.*, 2013). Tuttavia, affinché ciò avvenga, è necessario che lo sviluppo del turismo sia sostenibile anche dal punto di vista sociale e non provochi un degrado della qualità della vita della popolazione ospitante, in quanto ciò

²⁹ Il termine "ambiente costruito" indica tutte quelle realizzazioni umane che trasformano l'ambiente naturale e comprende non solo gli edifici veri e propri ma anche lavorazioni agricole o forestali: si può parlare, quindi, di una fusione della natura con le opere dell'uomo (<http://www.marilenabeltramini.it/schoolwork0910/UserFiles/Innovadidattica/VLepre/ecologia.doc>).

potrebbe generare una forte ostilità dei residenti nei confronti dei turisti (Coldiretti, 2003).

E' possibile affermare, quindi, che il turismo può svolgere un'importante ruolo nello sviluppo delle aree rurali grazie alla sua elevata capacità espansiva, per la quale i benefici apportati non saranno limitati all'ambito economico ma interesseranno anche la tutela dell'ambiente e della cultura e la qualità della vita della popolazione ospitante, attivando un circolo virtuoso di valorizzazione sia delle risorse sia delle attività locali (Zanovello P. *et al.*, 2013).

2.5 Opportunità e minacce nello sviluppo turistico

Pur apportando numerosi benefici alle aree rurali, lo sviluppo del turismo presenta anche una serie di rischi ed aspetti negativi che hanno messo in evidenza la necessità di un'attenta pianificazione dell'offerta turistica:

1. Sopravalutazione della dimensione turistica del processo di sviluppo locale

In numerose località, questa sopravalutazione ha comportato un eccesso delle capacità di accoglienza, un degrado dell'ambiente ed una perdita dell'elemento umano nell'esperienza turistica: ciò ha portato ad una forte diminuzione non solo della redditività economica ma anche dell'autenticità dell'offerta locale, elemento fondamentale per gli appassionati di turismo rurale³⁰.

2. Sviluppo sganciato dalle caratteristiche territoriali locali

Spesso lo sviluppo turistico delle aree rurali è orientato alla ricerca di rapidi profitti e alla soddisfazione dei desideri del turista e non considera l'impatto di questo processo sulla qualità della vita dei residenti (Zanovello P. *et al.*,

³⁰ <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-it/biblio/touris/art03.htm>

2013). Questa forma di sviluppo è legata ad un'immagine delle aree rurali che Belletti G. e Berti G. (2011) definiscono "campagna idilliaca", idea generica che non considera in alcun modo le caratteristiche territoriali locali e che provocherebbe una sorta di conquista del territorio rurale per la quale lo sviluppo del turismo non sarebbe legato a dinamiche interne ma alle forze del consumo: questo processo comporterebbe, quindi, la creazione di una monocultura del turismo, con conseguente semplificazione della complessità del territorio, in quanto le caratteristiche locali verrebbero omologate a modelli non appartenenti al loro contesto, e degrado della qualità dell'offerta turistica (Belletti G. e Berti G., 2011).

3. Mancanza di istituzioni, infrastrutture e figure professionali appropriate

Un altro problema che ha interessato molte aree rurali è la mancanza di istituzioni locali appropriate e di figure professionali adatte alla tutela dell'ambiente e alla pianificazione del territorio; a ciò si sono aggiunte anche una formazione professionale, un'organizzazione e infrastrutture non adeguate a garantire la qualità dell'offerta turistica (Coldiretti, 2003), oltre alla mancanza di una pianificazione attenta e di obiettivi concreti³¹.

4. Mancanza di una promozione adeguata

La mancanza di una promozione adeguata e della creazione di un "brand name" adatto ha impedito a molte aree rurali di acquisire una determinata identità e di trasformarsi, così, in mete di interesse turistico (Coldiretti, 2003).

5. "Frammentazione" del territorio

Un ulteriore ostacolo al corretto sviluppo del turismo rurale è costituito dalla diffusa situazione di "frammentazione" del territorio di vario tipo (Ara A. *et al.*, 2011):

- *istituzionale*: mancanza di connessione tra pubblico e privato;

³¹ <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-it/biblio/touris/art03.htm>

- *settoriale*: disconnessione tra le diverse attività economiche a causa della presenza di una logica settoriale chiusa, che impedisce la creazione di reti dei vari stakeholder³² con prospettiva territoriale;
- *degli operatori e degli interventi sul territorio*: mancanza di integrazione tra i vari attori dovuta a disaccordi su strategie e programmi;
- *dell'offerta*: insufficiente valorizzazione di alcuni prodotti e presenza di molteplici offerte sul territorio anche difformi tra loro che impediscono una proposta omogenea e corretta della ricchezza e delle peculiarità del territorio ai turisti.

Tutti questi aspetti negativi costituiscono fattori di instabilità del modello di sviluppo rurale mediante il turismo e possono divenire cause di fallimento anche in aree con una quantità elevata di risorse naturali e culturali³³.

Affinché il turismo apporti reali benefici alle aree rurali è necessario che si verifichi un processo di sviluppo intersettoriale, integrato, endogeno, sostenibile e di qualità basato su una serie di condizioni prioritarie:

- promuovere un'**integrazione territoriale** dei vari settori economici, dando vita ad una forma di pianificazione e programmazione che integri diverse conoscenze e competenze per giungere ad una modalità operativa comune (Coldiretti, 2003);
- instaurare una **collaborazione** tra enti pubblici e attori pubblici e privati del territorio nella definizione dell'offerta (Zanovello P. *et al.*, 2013);

³² Con il termine "stakeholder" vengono indicati "tutti i soggetti, individui od organizzazioni, attivamente coinvolti in un'iniziativa economica [...] il cui interesse è negativamente o positivamente influenzato dal risultato dell'esecuzione, o dall'andamento, dell'iniziativa e la cui azione o reazione a sua volta influenza le fasi o il completamento di un progetto o il destino di un'organizzazione" (<http://www.treccani.it/enciclopedia/stakeholder/>).

³³ <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-it/biblio/touris/art03.htm>

- definire un'**offerta integrata e diversificata** per rispondere ai diversi bisogni del turista e ampliare l'offerta di servizi e di prodotti locali, i quali favoriscono un maggiore richiamo turistico (Zanovello P. *et al.*, 2013);
- mantenere il connubio tra **sostenibilità** (economica, ambientale, culturale) e competitività turistica (Zanovello P. *et al.*, 2013) e promuovere un uso sostenibile delle risorse rurali che le valorizzi adeguatamente e che legghi lo sviluppo del turismo alle specificità delle aree rurali (Coldiretti, 2003);
- instaurare un meccanismo di **governance territoriale**³⁴ nella quale "il territorio è concepito come soggetto e progetto collettivo che emerge da una visione condivisa ed è costruito a partire dalla definizione di un'agenda strategica collettiva" (Ara A. *et al.*, 2011) e che permette la partecipazione della comunità locale sia alle scelte strategiche sia ai benefici generati dall'attività turistica (Belletti G., 2010);
- istituire una **rete (o network)** che colleghi l'insieme di attori eterogenei presenti sul territorio e che permetta loro di "ricercare, ottenere e condividere risorse, essere coinvolti in azioni cooperative per il reciproco beneficio e sviluppare visioni collettive, diffondere idee e mobilitare risorse nella prospettiva di attrarre visitatori" (Ara A. *et al.*, 2011);
- porre una particolare attenzione alla **qualità** dell'offerta: quanto maggiore è il livello qualitativo dei prodotti e dei servizi tanto più

³⁴ Ara A. *et al.* (2011) individuano nel distretto turistico un ottimo esempio di meccanismo di *governance* territoriale in quanto, configurandosi come partenariato pubblico-privato, da un lato costituisce uno strumento di territorializzazione di politiche esterne adattandole alle specificità locali e dall'altro "definisce un'agenda strategica di sviluppo del territorio condivisa" (Ara A. *et al.*, 2011).

incisivo sarà il ruolo del turismo nello sviluppo delle zone più svantaggiate³⁵;

- valorizzare il territorio tramite una **comunicazione non “dissonante”** (Ara A. *et al.*, 2011) che ne descriva correttamente e coerentemente le caratteristiche affinché l'immagine percepita all'esterno rispecchi la reale identità della destinazione (Zanovello P. *et al.*, 2013);
- effettuare un **monitoraggio continuo** degli impatti del turismo sull'area ed identificare le soglie di capacità di carico (Zanovello P. *et al.*, 2013).

Tutte le condizioni precedenti costituiscono le componenti essenziali per l'individuazione di un sistema turistico locale³⁶ e danno vita ad una competitività non tra imprese di varie destinazioni ma tra distretti turistici (Lanfranchi M., 2008).

La centralità dell'integrazione nello sviluppo del turismo rurale è ribadita anche dal concetto, diffuso in letteratura, di “turismo rurale integrato”, il quale sostiene un modello di sviluppo alternativo basato sulla sostenibilità e sull'uso di un approccio *bottom-up* ed individua sette caratteristiche tipiche dell'integrazione nell'ambito del turismo rurale (Cawley M. e Gillmor D.A., 2008):

1. Promozione di una sostenibilità multidimensionale;
2. Coinvolgimento della popolazione locale;
3. Proprietà ed uso endogeni delle risorse;

³⁵ <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-it/biblio/touris/art04.htm>

³⁶ Il concetto di sistema turistico locale è stato introdotto nella normativa nazionale dalla Legge 29 marzo 2001 n. 135, che ne individua una definizione all'articolo 5: “Si definiscono sistemi turistici locali i contesti turistici omogenei o integrati, comprendenti ambiti territoriali appartenenti anche a regioni diverse, caratterizzati dall'offerta integrata di beni culturali, ambientali e di attrazioni turistiche, compresi i prodotti tipici dell'agricoltura e dell'artigianato locale, o dalla presenza diffusa di imprese turistiche singole o associate”.

4. Complementarietà con altri settori ed attività;
5. Uso di una scala appropriata di sviluppo;
6. Creazione di reti tra stakeholder;
7. Inserimento in sistemi locali.

In definitiva, come afferma Belletti G. (2010), risulta essenziale “la capacità di promuovere meccanismi di concertazione a livello locale che consentano non solo di aggregare gli attori locali impegnati nelle attività turistiche intorno a progetti condivisi in modo da costruire una coerenza dell’offerta territoriale e garantire una visibilità rispetto alla domanda, ma anche di sostenere percorsi intersettoriali rivolti al mantenimento e potenziamento delle risorse rurali”.

2.6 Gli itinerari e i festival rurali

Alcuni tipi di iniziative che hanno dimostrato di poter attrarre un maggior numero di turisti ed apportare importanti benefici alle aree rurali sono la creazione di itinerari e l’organizzazione di festival ed eventi locali.

2.6.1 Gli itinerari tematici e i percorsi ricreativi

La creazione di itinerari culturali o enogastronomici e di percorsi ricreativi costituisce un metodo efficace per permettere ai turisti di fruire in maniera ecosostenibile del territorio rurale e di conoscerlo in tutti i suoi aspetti grazie all’integrazione del turismo con diversi settori.

Gli itinerari culturali collegano tra loro siti ed eventi culturali sia in maniera concettuale sia tramite la creazione di veri e propri percorsi (Commissione europea, 2000) e permettono così di valorizzare adeguatamente il patrimonio locale e di ampliare l’offerta turistica. Alcuni esempi di itinerari di questo tipo sono quelli incentrati sulle tradizioni locali, quelli che collegano i vari siti storici e culturali della zona e quelli che

ripercorrono le diverse civiltà e lingue che si sono succedute in una determinata area³⁷.

Gli itinerari enogastronomici³⁸ rappresentano l'integrazione del turismo con il settore agricolo e contribuiscono alla promozione delle produzioni agroalimentari tipiche (Trevisan G., 2002), soddisfacendo il crescente interesse per i prodotti ottenuti con metodi tradizionali in opposizione alla crescente standardizzazione del gusto (Ferrari F., 2009). I prodotti alimentari tipici, infatti, sono considerati sinonimo di bontà, freschezza e qualità elevata (Trevisan G., 2002) e sono caratterizzati da un legame profondo con il territorio di origine, in quanto ne riflettono la cultura e l'identità essendo determinati dalle caratteristiche geografiche e dai metodi di lavorazione della terra distintivi del luogo (Ferrari F., 2009). Per questo motivo, l'interesse della domanda si sposta progressivamente verso il territorio da cui derivano i prodotti poi degustati; come affermano Mauracher C. e Trevisan G. (2006), il paesaggio agricolo, determinato dall'interazione dell'uomo con la natura, "da "coltura" diventa espressione di "cultura": si inserisce cioè a pieno titolo nella storia locale divenendone autorevole espressione". Le produzioni agroalimentari tipiche, quindi, diventano veri e propri elementi di attrattiva di una località e la loro promozione tramite gli itinerari enogastronomici costituisce una notevole opportunità di sviluppo per le comunità rurali oltre a contribuire alla salvaguardia dei territori e dei loro prodotti (Ferrari F., 2009).

³⁷ <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-it/biblio/culture/art05.htm>

³⁸ In particolare, le "Strade del vino" sono state regolamentate in Italia dalla Legge 27 luglio 1999 n. 268, nella quale vengono definite come "percorsi segnalati e pubblicizzati con appositi cartelli, lungo i quali insistono valori naturali, culturali e ambientali, vigneti e cantine di aziende agricole singole o associate aperte al pubblico; esse costituiscono strumento attraverso il quale i territori vinicoli e le relative produzioni possono essere divulgati, commercializzati e fruiti in forma di offerta turistica".

I percorsi ricreativi sono legati alla pratica di diversi sport ed attività all'aria aperta, quali, ad esempio, trekking, ciclismo/cicloturismo ed equitazione. Essi possono apportare notevoli benefici sia alla popolazione locale, costituendo un'occasione per mantenere uno stile di vita sano e contribuendo allo sviluppo dell'economia locale (Irish Sports Council, 2007), sia ai turisti, fornendo loro la possibilità di vivere un'esperienza autentica ed esplorare il territorio in maniera ecosostenibile (Commissione europea, 2000). Questo tipo di percorsi promuove il connubio tra turismo e sport e spesso coinvolge anche i diversi siti storici e culturali della zona oltre agli agriturismi che forniscono ospitalità ai turisti (Zanovello P. *et al.*, 2013).

In conclusione, la creazione di itinerari e percorsi caratterizzati dall'integrazione del turismo con la cultura, lo sport e il settore agroalimentare ha dimostrato una particolare efficacia nel promuovere una fruizione del territorio sostenibile e nell'apportare benefici sia dal punto di vista ambientale e culturale, proteggendo e conservando il patrimonio rurale, sia economico, creando posti di lavoro e aumentando le entrate dovute al turismo grazie anche all'integrazione con attività quali, ad esempio, i festival e gli eventi rurali.

2.6.2 I festival e gli eventi locali

L'uso di festival ed eventi³⁹ locali come strumento per lo sviluppo del turismo in aree rurali è aumentato progressivamente negli ultimi anni:

³⁹ Il termine "festival" indica una "festa popolare, spesso all'aperto, con musiche, balli, luminarie" o anche una "serie di manifestazioni e spettacoli, cinematografici, musicali, teatrali che hanno luogo periodicamente in determinate località, con rappresentazioni di particolare rilievo e con programmi aventi di solito un loro carattere costante" (<http://www.treccani.it/enciclopedia/festival/>). Il termine "evento", invece, è usato per indicare un'ampia gamma di attività con caratteristiche diverse e prive di un carattere costante (Irshad H., 2011) e indica "una manifestazione (più o meno ripetibile) capace di attrarre un potenziale pubblico [...] concentrandolo su una determinata località o area, generalmente ristretta" (Ferrari F., 2009).

mentre in alcuni casi sono stati rivitalizzati a questo scopo eventi già esistenti, in altri casi ne sono stati inventati di nuovi al fine di attrarre ulteriori visitatori nella zona (Felsenstein D., Fleischer A., 2003).

Gli eventi vengono normalmente classificati in eventi globali (*mega-events*), internazionali (*special events*), nazionali (*hallmark events*) e locali (*community events*): quest'ultimo tipo di eventi è fortemente legato al contesto territoriale, quindi alle sue risorse naturali o culturali, ed è in molti casi connesso alle tradizioni locali (Ferrari F., 2009). Tra i vari tipi di festival ed eventi locali rientrano, ad esempio, quelli legati alla musica o ad altre forme artistiche, quelli che prevedono la pratica di sport o altre attività all'aria aperta e quelli dedicati ai prodotti agroalimentari tipici e all'artigianato locale (Irshad H., 2011).

Queste manifestazioni possono generare numerosi effetti positivi per la località rurale che li ospita come, ad esempio:

- Benefici economici⁴⁰ derivanti all'aumento del numero dei turisti (Irshad H., 2011);
- Estensione della stagione turistica della destinazione, incentivando il turismo fuori stagione per coprire con un tipo diverso di offerta turistica i periodi di minore afflusso (Ferrari F., 2009);
- Attrazione di turisti che altrimenti non avrebbero visitato quella particolare località, la quale diventa un punto di riferimento nella loro mappa mentale, e possibile aumento della durata del soggiorno di turisti già presenti per poter partecipare all'evento (Ferrari F., 2009);
- Coinvolgimento della popolazione locale e rivitalizzazione del senso di appartenenza alla comunità (Janeczko B. *et al.*, 2002);

⁴⁰ Janeczko B. *et al.* (2002) distinguono tra impatti economici primari e secondari: quelli primari sono costituiti dall'impatto diretto dell'evento calcolato tramite indagine tra i partecipanti o tramite la misurazione dell'aumento delle vendite, mentre quelli secondari sono quelli derivanti dall'immissione di nuovo denaro nell'economia locale.

- Miglioramento dell'immagine e della qualità della vita della destinazione grazie al miglioramento dei servizi e delle infrastrutture (Irshad H., 2011);
- Aumento delle opportunità lavorative e maggiore diversificazione economica (Janeczko B. *et al.*, 2002);
- Promozione dei prodotti tipici, dell'artigianato e degli artisti locali⁴¹;
- Incontro tra culture diverse ed offerta di un'esperienza realmente autentica grazie alla partecipazione sia di residenti sia di turisti (Irshad H., 2011);
- Conservazione del patrimonio naturale e culturale rurale e recupero di edifici in disuso come, ad esempio, vecchie fattorie per ospitare eventi (Irshad H., 2011).

Il tema della sostenibilità rimane fondamentale per il successo di queste iniziative, in quanto, se la comunità locale non venisse coinvolta adeguatamente e se le caratteristiche del territorio non venissero analizzate attentamente, si rischierebbe di generare impatti negativi sull'ambiente naturale o di banalizzare la cultura locale (Felsenstein D., Fleischer A., 2003). Come afferma Ferrari F. (2009), "appare questione fondamentale [...] per la località che gestisce l'evento, entrare nello spirito dell'evento stesso, farlo proprio e inglobarlo nelle proprie tradizioni" affinché esso non venga percepito come "una sorta di forzatura" estranea all'organismo territoriale.

Per sfruttare al meglio le possibilità offerte dai festival e dagli eventi locali risulta fondamentale, quindi, che il processo di pianificazione e gestione sia consapevole, includa la comunità interessata e presti particolare attenzione a preservare e valorizzare l'ambiente naturale e culturale ed i valori locali (Clarke A. e Jepson A.S., 2013).

⁴¹ <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-it/biblio/culture/art05.htm>

Un esempio particolarmente interessante di successo nello sviluppo del turismo rurale è costituito dalla regione irlandese di Ballyhoura, caso citato da numerosi saggi e documenti: pur non essendo fornita di alcuna risorsa turistica di particolare richiamo, quest'area è riuscita ad emergere come destinazione di turismo rurale grazie, in particolar modo, alla creazione di un'ampia rete di itinerari dedicati alla pratica di attività all'aria aperta e all'organizzazione di numerosi festival ed eventi locali caratterizzati da un elevato livello di coinvolgimento della popolazione locale.

CAPITOLO 3

Il caso di Ballyhoura

3.1 Il contesto irlandese

La superficie dell'Irlanda è di 69.798 km², il 99% dei quali è costituito da aree rurali⁴² (vedi immagine in basso). Il 36,8% della sua popolazione (di circa 4.600.000 persone) vive in zone rurali⁴³, percentuale nettamente inferiore a quella degli anni '60 (quando circa il 50% della popolazione viveva in aree rurali⁴⁴) ma comunque significativa.

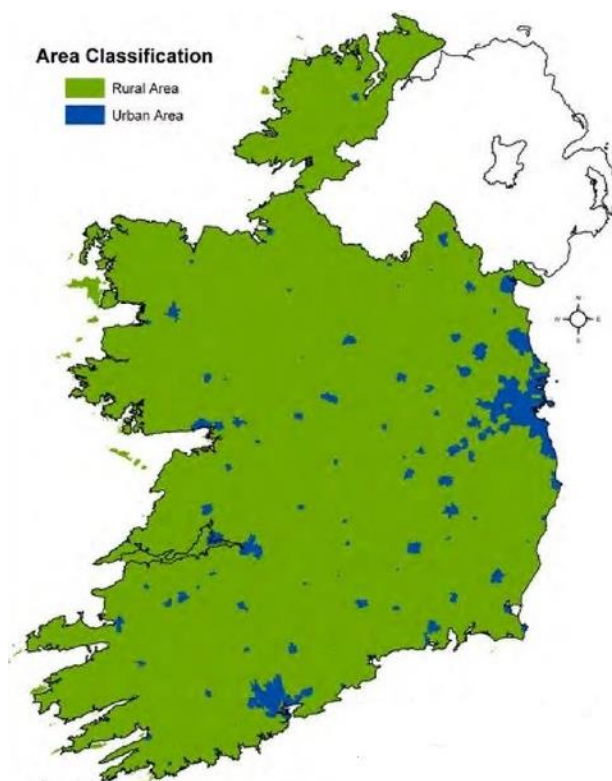


Fig. 5 - Aree rurali ed aree urbane in Irlanda

Fonte: <http://www.nrn.ie/wp-content/uploads/2009/10/rurallandurbanareas2006.png>

⁴² Commissione Europea, *Factsheet on 2014-2020 Rural Development Programme for Ireland*.

Disponibile all'indirizzo: <http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/country-files/ie/factsheet_en.pdf>.

⁴³ http://www.geohive.com/earth/pop_urban.aspx

⁴⁴ <http://www.tradingeconomics.com/ireland/rural-population-percent-of-total-population-wb-data.html>

A partire dagli anni '90, grazie al boom economico irlandese, gli standard di vita regionali si sono livellati, ma è stata rilevata ugualmente una situazione di povertà rurale, in particolar modo tra le famiglie non coinvolte nel settore agricolo: per questo motivo, è sempre maggiore la necessità di uno sviluppo rurale non inteso come semplice sviluppo agricolo ma volto ad una più ampia gamma di attività e al turismo (Gorman M. *et al.*, 2004).

3.1.1 Lo sviluppo rurale in Irlanda

Lo sviluppo rurale in Irlanda è gestito dal Dipartimento dell'agricoltura, della pesca e dell'alimentazione (*Department of Agriculture, Food and the Marine*), che rappresenta l'autorità di gestione che controlla l'attuazione del Programma di Sviluppo Rurale irlandese. Esso era inizialmente affiancato dal Dipartimento per gli affari rurali, comunitari e gaeltacht⁴⁵ (*Department of Community, Equality and Gaeltacht Affairs*), responsabile delle misure che rientravano nell'asse 3 (diversificazione e qualità della vita) e nell'asse 4 (Leader) del Piano di sviluppo rurale: l'Irlanda, infatti, ha deciso di adottare un approccio innovativo con il quale questi due assi vengono uniti. Con l'abolizione del Dipartimento per gli affari rurali, comunitari e gaeltacht nel 2011, le sue funzioni sono state trasferite ad una serie di altri dipartimenti governativi. E' stato anche istituito un organismo pagatore, che afferisce al Dipartimento dell'agricoltura, della pesca e dell'alimentazione, il quale si occupa dell'attuazione dei programmi di sviluppo rurale per quanto riguarda le misure dei primi due assi; per quanto concerne le misure degli assi 3 e 4, il ruolo dell'organismo pagatore viene svolto dai dipartimenti che sostituiscono quello per gli affari rurali, comunitari e gaeltacht e dai Gruppi

⁴⁵ Il termine "gaeltacht" è una parola gaelica usata per indicare tutte quelle aree in Irlanda nelle quali gran parte della popolazione utilizza ancora la lingua irlandese al posto di quella inglese. Il Governo irlandese ha riconosciuto la necessità di misure, strutture e fondi specifici per mantenere queste comunità, che nel 2011 comprendevano circa 100.000 persone (<http://www.udaras.ie/en/an-ghaeilge-an-ghaeltacht/an-ghaeltacht/>).

di azione locale. Esistono sia un Piano Strategico Nazionale che integra le strategie per lo sviluppo delle comunità rurali (O' Connor N. e Robinson J., 2013), sia un Programma di Sviluppo Rurale unico che si occupa dell'attuazione di queste strategie⁴⁶.

Nel 2008, inoltre, è stata istituita la Rete rurale nazionale irlandese, il cui ruolo è permettere di attuare il Programma di sviluppo rurale nazionale in maniera più efficace ed efficiente: in particolare, essa contribuisce a "promuovere sinergie tra assi e provvedimenti del PSR, fornire informazioni accurate, dettagliate, accessibili e tempestive sulla performance del programma e, infine, sostenere i Gruppi di azione locale (GAL) e gli altri soggetti interessati dallo sviluppo rurale"⁴⁷.

L'Irlanda nel corso degli anni ha dimostrato di poter fornire un buon esempio di corretta pianificazione della politica di sviluppo rurale: ha riconosciuto la necessità non solo di stimolare la competitività del settore agricolo, ma anche di facilitare la nascita di imprese alternative per la diversificazione delle aree rurali; ha organizzato in maniera efficace strutture a livello nazionale, regionale e locale che permettessero una gestione coerente dello sviluppo rurale; ha riconosciuto l'importanza delle partnership a livello locale, fondamentali per garantire la sostenibilità dello sviluppo rurale e la partecipazione della comunità locale⁴⁸.

Per quanto riguarda il periodo 2007-2013, il programma di sviluppo rurale irlandese alla fine del 2013 aveva utilizzato circa il 93% della spesa pubblica totale pianificata: l'asse 1 aveva usato l'84% del budget assegnato, l'asse 2 ne aveva usato il 97% e l'asse 4 ne aveva usato circa il 76%, implementando anche le misure dell'asse 3. Le misure alle quali è stato allocato il budget maggiore sono state quelle relative ai Pagamenti

⁴⁶ <http://enrd.ec.europa.eu/it/country/ireland>

⁴⁷ <http://enrd.ec.europa.eu/it/networks-and-networking/nrn-information/ireland>

⁴⁸ http://siteresources.worldbank.org/INTRUSSIANFEDERATION/Resources/curtin_eng.pdf

agroambientali (M214) alle Indennità a favore degli agricoltori delle zone caratterizzate da svantaggi naturali diverse dalle zone montane (M212) e alle Indennità Natura 2000 e quelle connesse alla direttiva 2000/60/CE (M213) ⁴⁹. Se si considera la percentuale della spesa pubblica totale realizzata fino al 2013 rispetto a quella pianificata per il periodo 2007-2013, l'Irlanda risulta al primo posto rispetto a tutti gli altri Stati membri (vedi il grafico seguente).

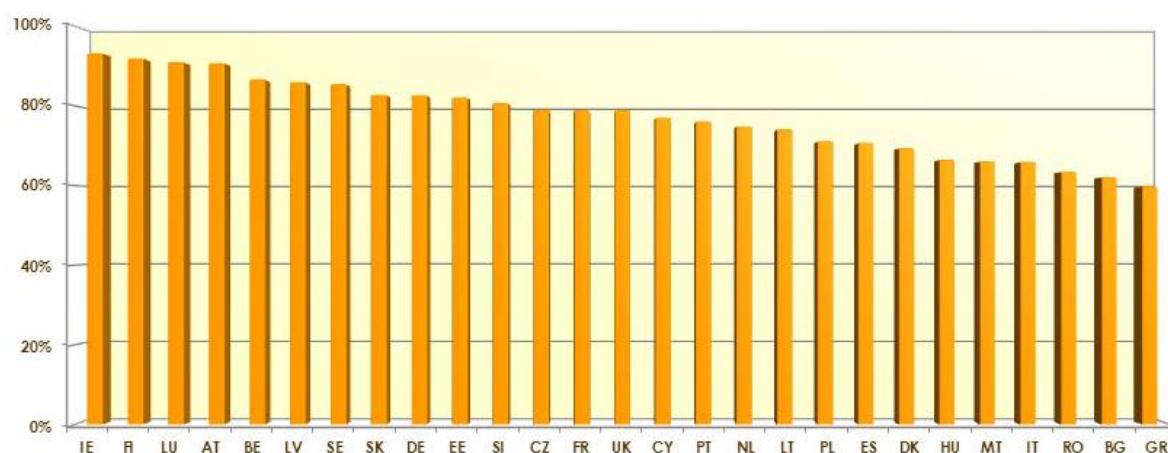


Grafico 1 - Percentuale della spesa pubblica totale realizzata rispetto a quella pianificata per ogni Stato membro

Fonte: <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-in-figures/rdp-figures>

Il 26 maggio 2015 è stato formalmente adottato dalla Commissione Europea il Programma di sviluppo rurale irlandese per il periodo 2014-2020, nel quale vengono descritte le priorità dell'Irlanda riguardo l'uso dei 3,92 miliardi di euro ad esso destinati: la priorità centrale di questo programma sarà quella di "Preservare, ripristinare e valorizzare gli ecosistemi dipendenti dall'agricoltura e dalla silvicoltura" e le quattro misure alle quali sarà destinata una maggiore quantità di fondi sono quelle sui Pagamenti agro-climatico-ambientali (M10), sulle Indennità a favore di zone soggette a

⁴⁹ http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/app_templates/enrd_assets/pdf/RDP-information-sheets/D_Infosheet_IE.pdf

vincoli naturali (M13), sugli Investimenti in immobilizzazioni materiali (M04) e sul Sostegno allo sviluppo locale LEADER (M19)⁵⁰.

I fondi strutturali europei hanno contribuito in maniera rilevante a rendere più competitive le aree rurali e a migliorare la qualità della vita in queste zone e l'Irlanda è stata considerata un caso esemplare di come, integrando l'assistenza fornita dai fondi strutturali in una politica coerente, si possano raggiungere importanti risultati nell'ambito dello sviluppo socioeconomico⁵¹: per quanto riguarda il periodo 2007-2013, i programmi di sviluppo rurale legati alla PAC, supportati da 2,339 miliardi del FEASR, hanno aiutato ad apportare 5,778 miliardi alle aree rurali svantaggiate; l'attuale programma 2014-2020 ha un budget di 3,92 miliardi di euro, 2,19 miliardi dei quali provengono dal FEASR⁵².

3.1.2 Il turismo rurale in Irlanda

Il turismo è un settore che rappresenta una risorsa strategica per l'Irlanda e che è cresciuto in maniera sostenuta negli ultimi vent'anni: nel 2013, il reddito totale derivante dal turismo è stato di circa 6 miliardi di euro, quasi un miliardo in più rispetto agli anni precedenti⁵³.

Il grafico seguente rappresenta il contributo diretto del turismo al PIL irlandese dal 2004 al 2014 (si considera la percentuale del PIL del sistema economico complessivo):

⁵⁰ http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/country-files/ie/factsheet_en.pdf

⁵¹ <http://www.iro.ie/EU-structural-funds.html>

⁵² http://ec.europa.eu/ireland/ireland_in_the_eu/impact_of_membership_on_ireland/index2_en.htm

⁵³ Failte Ireland (2015), *Tourism Facts 2014 Preliminary*. Disponibile all'indirizzo: <http://www.failteireland.ie/FailteIreland/media/WebsiteStructure/Documents/3_Research_Insights/3_General_SurveysReports/Tourism-Facts-2014-Preliminary-2015.pdf?ext=.pdf>

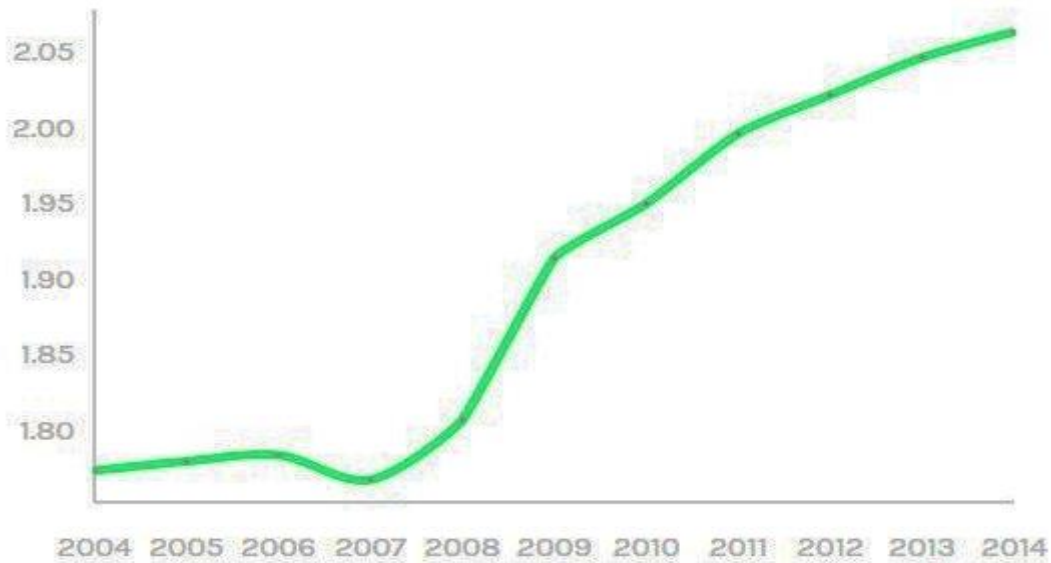


Grafico 2 - Contributo diretto del turismo al PIL irlandese dal 2004 al 2014

Fonte: <http://www.wttc.org/datagateway/>

Il settore turistico irlandese supporta 137.000 posti di lavoro nei settori della ricettività e della ristorazione e si calcola che il numero totale di posti di lavoro legati al turismo sia di circa 200.000. Considerando i dati disponibili per il 2013, il numero complessivo di turisti in Irlanda è aumentato del 7,2% e la spesa di quelli incoming⁵⁴ è aumentata del 9,4%⁵⁵ rispetto al 2012. Per quanto riguarda i primi sei mesi del 2015, è stato rilevato che il numero dei turisti incoming è stato maggiore dell'11,5% rispetto a quello dello stesso periodo nell'anno precedente⁵⁶.

Questa performance positiva è stata supportata da un gran numero di iniziative del Governo Irlandese, il quale considera il turismo un settore centrale nel proprio programma di ripresa economica e ne ha riconosciuto il

⁵⁴ I turisti all'interno di un Paese sono suddivisi in "incoming" o "inbound" (coloro che arrivano da un Paese diverso) e "domestici" (coloro che sono residenti in quel Paese e che si spostano al suo interno) (<http://www.orientarsi.org/aagenerale/TERMINOLOGIA%20TURISTICA.pdf>).

⁵⁵ <http://www.dttas.ie/tourism>

⁵⁶ http://www.merrionstreet.ie/en/News-Room/News/Visitor_numbers_up_over_11_for_first_6_months_of_2015.html

contributo alla crescita, all'occupazione e allo sviluppo di lungo termine: per questo motivo, ha deciso di integrarlo all'interno di un ampio quadro strategico economico e di inserirlo in programmi quali, ad esempio, la *Jobs Initiative* lanciata nel 2011, nella quale sono previsti anche una riduzione dell'IVA dal 13,5% al 9% per un gran numero di servizi turistici e un programma per l'esenzione dal visto di turisti che rispondono a determinati requisiti (Commissione Europea, 2014). Il 23 marzo 2015 è stato approvato dal Dipartimento dei Trasporti, del Turismo e dello Sport (*Department of Transport, Tourism and Sport*) un documento finale riguardante l'attuale politica turistica irlandese chiamato "People, Place and Policy - Growing Tourism to 2025": i principali obiettivi enunciati al suo interno, da raggiungere entro il 2025, sono un aumento di 5 miliardi di euro del reddito generato dalla spesa dei turisti incoming, un aumento dei posti di lavoro nel settore da 200.000 a 250.000 e il raggiungimento di 10 milioni di visite annuali in Irlanda⁵⁷.

Le principali agenzie responsabili dell'attuazione della politica turistica nazionale indicata dal Dipartimento dei Trasporti, del Turismo e dello Sport sono *Fáilte Ireland* e *Tourism Ireland*: *Fáilte Ireland* è responsabile dello sviluppo turistico irlandese ed effettua azioni di marketing rivolte al mercato interno (i turisti domestici); *Tourism Ireland* invece si occupa della promozione all'estero dell'Irlanda come destinazione turistica rivolgendosi, quindi, a potenziali turisti incoming. Queste due agenzie principali sono affiancate da un gran numero di istituzioni minori, alcune delle quali con un ruolo diretto nello sviluppo turistico e altre che, pur non essendo incentrate sul turismo, influiscono sulla qualità dell'esperienza turistica in Irlanda⁵⁸.

Il motivo principale di successo dell'Irlanda come destinazione turistica è costituito dalla forte componente rurale del Paese: alcune delle motivazioni principali dei turisti che hanno deciso di visitare l'Irlanda sono

⁵⁷ <http://www.dttas.ie/tourism/english/tourism-policy>

⁵⁸ <http://www.dttas.ie/tourism>

state, infatti, la presenza di bellissimi paesaggi incontaminati, di aree rurali caratterizzate da uno stile di vita tranquillo opposto a quello frenetico tipico delle aree urbane e di località nelle quali sopravvivono l'uso della lingua irlandese e la musica tradizionale (Commins P. *et al.*, 2004).

Il turismo rurale costituisce un'importante opportunità per lo sviluppo di molte aree rurali irlandesi che necessitano di compensare l'assenza di una base industriale o manifatturiera. Molte di esse hanno puntato sull'offerta di un prodotto turistico diverso che risponda alle tendenze emergenti della domanda in cerca di esperienze a contatto con la natura e con la cultura e le tradizioni locali: per quanto riguarda l'alloggio, sono rese disponibili in aree rurali strutture quali bed & breakfast, cottage tradizionali, piccole case vacanze e ostelli o campeggi nei pressi di fattorie, con la possibilità di consumare prodotti tipici locali⁵⁹; per quanto riguarda le attività da svolgere, le aree rurali irlandesi offrono un'ampia gamma di possibilità nella quale rientrano l'escursionismo, il cicloturismo o l'equitazione in una serie di percorsi, le attività didattiche presso fattorie e quelle legate alla cultura e alla storia locale come, ad esempio, la partecipazione a festival e ad eventi⁶⁰. L'attuale priorità del Piano di Azione per il turismo, infatti, prevede il superamento delle attrazioni "tradizionali" irlandesi (il paesaggio e la gentilezza della popolazione) e sta puntando a sviluppare nuovi prodotti turistici legati al cibo, alla cultura, alle attività all'aria aperta (sport e avventura in particolare) e ai festival ed eventi culturali (Commissione Europea, 2014).

Oltre alle agenzie *Fáilte Ireland* e *Tourism Ireland* esistono anche altre istituzioni coinvolte nella promozione del turismo rurale in Irlanda: la seguente tabella riporta quelle che attualmente supportano lo sviluppo del turismo rurale nel Paese.

⁵⁹ http://www.teagasc.ie/ruraldev/rural_tourism/accommodation.asp

⁶⁰ http://www.teagasc.ie/ruraldev/rural_tourism/activities.asp

Livello	Nome	Ruolo
Internazionale	Tourism Ireland	Promozione all'estero dell'Irlanda come destinazione turistica
	Programma LEADER	Fonte principale di fondi per progetti locali e promozione di turismo rurale
Nazionale	FÁS - Irish National Training and Employment Authority	Agenzie di formazione e di lavoro in tutti i settori
	Dipartimenti governativi: Department of Transport, Tourism and Sport Department of the Environment, Community and Local Government Department of Communications, Energy and Natural Resources Department of Arts, Heritage and the Gaeltacht Department of Agriculture, Food and the Marine	Definizione della politica turistica nazionale, definizione della politica rurale nazionale (e quindi della politica per il turismo rurale), attuazione del programma LEADER, tutela ambientale e sviluppo delle infrastrutture turistiche
	Fáilte Ireland	Fondi e azioni di marketing rivolte al mercato turistico interno
	Teagasc	Ricerca e consulenza per le attività e le comunità rurali
Regionale	Commissioni per lo sviluppo	Coordinamento e fondi per il turismo rurale
	Assemblee regionali NUTS II⁶¹	Monitoraggio degli investimenti UE
	Autorità per il turismo	Coordinamento e promozione delle attività turistiche su scala regionale

⁶¹ La classificazione NUTS (Nomenclatura delle Unità Territoriali per Statistiche) viene usata per suddividere il territorio dell'Unione Europea in regioni allo scopo di raccogliere ed analizzare statistiche e definire in maniera più precisa le politiche regionali. Esistono tre livelli NUTS: il primo indica le maggiori regioni socio-economiche, il secondo quelle per le quali si applicano le varie politiche regionali e il terzo quelle più piccole alle quali servono diagnosi più specifiche (<http://ec.europa.eu/eurostat/web/nuts/overview>).

	Údarás Na Gaeltachta	Attuazione dello sviluppo delle aree Gaeltacht
Contee	Autorità locali (Consigli comunali e delle contee)	Regolamentazione dello sviluppo
	Comitati per il turismo	Riferiscono alle autorità regionali per il turismo

Tab. 1 - Istituzioni coinvolte nella promozione del turismo rurale in Irlanda

Fonte: Farrell H., Russel S. (2011), *Rural Tourism*, in Dieke P.U.C., Heitmann S., Robinson P. (a cura di), "Research Themes for Tourism", Wallingford, CABI Publishing

Un ruolo importante è svolto dai Gruppi di Azione Locale del Paese, i quali sono responsabili dell'attuazione del Programma di sviluppo rurale per quanto riguarda l'asse LEADER: essi selezionano ed approvano i progetti relativi alla loro area in accordo con i piani concordati con il Dipartimento dell'Ambiente, della Comunità e del Governo Locale (*Department of the Environment, Community and Local Government*)⁶².

Attualmente in Irlanda non esiste una politica specifica per il turismo rurale: esso ha iniziato ad acquisire un ruolo rilevante all'interno delle politiche di sviluppo rurale a partire dagli anni '80, quando si cercavano alternative in seguito alla riforma della PAC che aveva portato ad un calo dell'occupazione e del reddito nel settore agricolo; esso è stato poi privilegiato dagli investimenti per lo sviluppo rurale nell'ambito del programma LEADER durante gli anni '90 (Cawley M., 2009).

Nel 1999 il governo irlandese ha pubblicato un documento chiamato "Ensuring the Future - A Strategy for Rural Development in Ireland", una dichiarazione di intenti che prevede un nuovo approccio inclusivo allo sviluppo rurale sostenibile, un'integrazione delle politiche in materia, una dimensione regionale e un partenariato con le comunità locali (Gorman M. *et*

⁶² <http://www.environ.ie/en/Community/RuralDevelopment/EURuralDevelopment/LocalActionGroups>

al., 2004): al suo interno, nella sezione dedicata al turismo, il governo dichiara di impegnarsi nello sviluppo del settore del turismo rurale per assicurarne il massimo contributo allo sviluppo socio-economico delle aree rurali preservando allo stesso tempo le caratteristiche naturali e culturali che costituiscono il fattore di attrattiva di queste località (Department of Agriculture, Food and Rural Development, 1999).

Per quanto riguarda il PSR 2007-2013, la misura 313 (Incentivazione delle attività turistiche) aveva come obiettivo la massimizzazione del potenziale turistico delle aree rurali in modo da rendere più bilanciato il mercato turistico in Irlanda, che favoriva nettamente la capitale Dublino e i suoi dintorni (Indecon, 2010). Questa misura, alla quale erano stati inizialmente assegnati 45,4 milioni di euro, poteva sostenere una serie di progetti relativi a: valorizzare le risorse locali, sviluppare il turismo di nicchia, realizzare e migliorare le infrastrutture a favore del settore turistico, sviluppare l'uso delle aree forestali per attività ricreative all'aria aperta, supportare iniziative promozionali, sviluppare l'uso delle tecnologie dell'informazione e delle telecomunicazioni a fini turistici, sviluppare strutture ed attrazioni turistiche. Inoltre, i Gruppi di Azione Locale, in totale 36, erano autorizzati a fornire fondi anche per l'organizzazione di festival ed eventi culturali, ma esclusivamente nel caso in cui non fossero disponibili altre fonti di finanziamento (Department of Community, Equality and Gaeltacht Affairs, 2010).

Attualmente non sono disponibili dati precisi sulla spesa effettuata per le misure dell'asse 3 a causa della decisione dell'Irlanda di implementarle tramite l'approccio Leader del quarto asse⁶³: gli unici dati disponibili indicano che nel 2010 era stato raggiunto un totale di soli 1,37 milioni di spesa a causa di ritardi nell'avviamento dei progetti, ma anche che verso la fine dell'anno la spesa aveva ricominciato ad aumentare. E' stato inoltre

⁶³ http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/app_templates/enrd_assets/pdf/RDP-information-sheets/D_Infosheet_IE.pdf

rilevato che i progetti legati alla misura 313 hanno portato a 104 nuove azioni turistiche e a 10.000 pernottamenti in più già nel 2009, senza considerare l'effetto moltiplicatore generato dal turismo nelle economie rurali (Indecon, 2010).

Il turismo rurale irlandese ha visto una forte crescita nel periodo 2007-2013 grazie alla sua centralità in un gran numero di progetti di sviluppo locale: l'Irlanda è progressivamente emersa come destinazione in grado di offrire prodotti alternativi come, ad esempio, numerose reti di sentieri destinati alle escursioni o al cicloturismo (Department of Agriculture, Food and Rural Development e Department of the Environment, Community and Local Government, 2014).

Per quanto riguarda il periodo 2014-2020, il turismo rurale rientra nei temi inclusi nella priorità 6, che si occupa della programmazione LEADER e promuove l'inclusione sociale, la riduzione della povertà e lo sviluppo economico nelle zone rurali⁶⁴: in Irlanda per attuare l'approccio Leader sono disponibili 250 milioni di euro (totale che comprende sia fondi europei sia nazionali⁶⁵), 220 dei quali sono suddivisi tra 28 aree sub-regionali⁶⁶.

3.1.3 Le principali iniziative per il turismo rurale

Negli ultimi anni in Irlanda sono state sviluppate numerose strategie ed iniziative per supportare il turismo rurale, la maggior parte delle quali legata alla creazione di sentieri o itinerari dedicati ad attività come il trekking e il cicloturismo che attraversano villaggi, fattorie, siti storici o culturali rilevanti: secondo ricerche svolte da *Fáilte Ireland*, infatti, questi percorsi rappresentano attualmente la migliore opportunità per aumentare il numero

⁶⁴ <http://enrd.ec.europa.eu/en/policy-in-action/cap-towards-2020/rdp-programming-2014-2020/rural-development-priorities/social-inclusion>

⁶⁵ <http://www.viron.ie/en/media/Media,40932,en.pdf>

⁶⁶ <http://www.viron.ie/en/Publications/Community/RuralDevelopment/FileDownload,40800,en.pdf>

di turisti nel Paese, in quanto è stato stimato che nel 2009 circa 830.000 turisti incoming, il 10% del totale, hanno partecipato ad escursioni e che per 366.000 di loro (il 44%) esse costituivano la motivazione principale della loro vacanza, portandoli a spendere circa 587 euro a viaggio (numero maggiore della spesa media dei turisti in Irlanda che è di 537 euro) e generando 215 milioni di euro per l'economia irlandese (West Cork Development Partnership, 2012); inoltre, la creazione di itinerari apporta benefici anche agli abitanti delle aree attraversate in quanto il trekking è un'attività svolta a scopi ricreativi o sportivi da circa il 55% della popolazione adulta irlandese, che potrebbe quindi usufruire di questi percorsi (National Trails Office, 2010).

Oltre all'importanza dei sentieri e degli itinerari, molte iniziative hanno anche riconosciuto le opportunità fornite dall'organizzazione di eventi e festival culturali, storici, musicali, sportivi o di altro tipo con elevato coinvolgimento delle comunità locali (CEDRA, 2014).

In seguito sono elencate e brevemente descritte alcune delle principali iniziative e strategie riguardanti il turismo rurale in Irlanda.

1. The Irish Trails Strategy

L'*Irish Trails Strategy*, lanciata nel gennaio del 2007, ha come obiettivo lo sviluppo in Irlanda di una rete di percorsi ricreativi di fama internazionale che rispettino e proteggano le aree rurali, che apportino benefici alle comunità locali e dei quali possano usufruire sia i turisti sia la popolazione irlandese⁶⁷. Questa strategia ha portato alla creazione di un *National Trails Advisory Committee* (NTAC, un comitato consultivo) e di un *National Trails Office* (NTO) all'interno dell' *Irish Sports Council* e all'introduzione di uno standard di gestione (*Management Standard for Recreational Trails in Ireland*) basato su requisiti specifici per quanto riguarda l'accesso, l'uso dei percorsi, la sicurezza, le azioni di informazione, la qualità dei sentieri, la segnaletica e

⁶⁷ http://www.irishtrails.ie/National_Trails_Office/Irish_Trails_Strategy/

la tutela della vegetazione. L'NTAC e l'NTO stanno collaborando con vari dipartimenti governativi ed organizzazioni per elencare tutti i sentieri sviluppati in Irlanda in un *National Trails Register* e hanno riconosciuto come potenziale struttura di partenza per la creazione di una rete nazionale di percorsi l'insieme delle *National Waymarked Ways*: si tratta di un esteso sistema di sentieri, creato in Irlanda tra il 1980 e il 2007, che costituisce un risultato significativo per il Paese e che ha dimostrato di poter offrire importanti opportunità dal punto di vista turistico, ricreativo e del benessere (National Trails Office, 2010). La strategia riconosce, inoltre, l'importanza dei numerosi percorsi creati da una serie di altre iniziative da parte del Dipartimento dell'Ambiente, della Comunità e del Governo Locale, dell'*Irish Sports Council*, di *Fáilte Ireland* e delle varie partnership LEADER, quali (West Cork Development Partnership, 2012):

- *Fáilte Ireland National Looped Walks*;
- *Coillte Recreation Infrastructure Development Programme*;
- *Pilgrim Path Project, Heritage Council*;
- *Irish Heart Foundation Sli Na Slainte Programme*;
- *Ballyhoura Failte*.

Un importante contributo a quest'iniziativa è costituito dal *Walks Scheme*, progetto lanciato nel 2008 che punta ad una corretta manutenzione ed accessibilità dei percorsi che attraversano aree sia pubbliche sia private: sono coinvolti i proprietari di terreni attraversati da tutti i percorsi di vario genere approvati dall'NTO, i quali si impegnano nella valorizzazione e nella manutenzione dei sentieri⁶⁸.

⁶⁸ <http://www.environ.ie/en/Community/RuralDevelopment/NationalRuralDevelopment/TheWalksScheme/>

2. *Trail Kilkenny*

Trail Kilkenny è una società senza scopo di lucro nata nel 2007 nella contea di Kilkenny (nel sud-est dell'Irlanda) nell'ambito del programma di sviluppo rurale Leader + e attualmente supportata dalla *Kilkenny Leader Partnership* (KLP). Il suo obiettivo è quello di sviluppare e promuovere un'ampia gamma di percorsi di qualità elevata a beneficio di turisti e residenti: essi spaziano da sentieri dedicati ad attività quali escursioni e ciclismo ad itinerari basati su temi come, ad esempio, il cibo, l'artigianato e le tradizioni locali. A partire dal 2012 la società organizza un walking festival, ad aprile di ogni anno, basato su questa rete di percorsi.

Sono, quindi, nati 11 percorsi dedicati alle escursioni a piedi, 2 al ciclismo, l'itinerario "Made in Kilkenny" basato sull'artigianato locale e l'itinerario enogastronomico "Taste of Kilkenny"; sono in via di sviluppo ulteriori percorsi tematici ed è stata anche creata un'efficace app per Android e Iphone che permette agli utenti di scaricare mappe, descrizioni e foto. Attualmente 26 attività hanno aderito all'itinerario "Made in Kilkenny" e 34 all'itinerario "Taste of Kilkenny"; i proprietari delle terre attraversate dai percorsi vengono pagati tramite il *Walks Scheme* affinché si occupino della loro manutenzione e assicurino così un'esperienza di qualità elevata⁶⁹. Il successo di questo progetto, costato 254.606 euro di cui 109.831 provenienti dal FEASR, ha portato ad una maggiore consapevolezza dell'ambiente naturale distintivo e del brand di Kilkenny⁷⁰.

3. *The National Countryside Recreation Strategy*

La *National Countryside Recreation Strategy* è stata lanciata nel 2006 con lo scopo di sostenere e promuovere un uso ricreativo delle aree rurali che sia

⁶⁹ <http://ildn.ie/local-development-companies-action/rural-development/trail-kilkenny/>

⁷⁰ http://enrd.ec.europa.eu/en/policy-in-action/rdp_view/exploring-kilkenny-through-creative-walking-tours

consapevole e sostenibile⁷¹. Il suo sviluppo è stato affidato a *Comhairle na Tuaithe*, consiglio che riferisce al Dipartimento dell'Ambiente, della Comunità e del Governo Locale e che comprende rappresentanti delle organizzazioni di agricoltori, della popolazione che frequenta le aree rurali per scopi ricreativi e degli organismi statali che hanno responsabilità o interesse nelle aree rurali.

Con l'aiuto del *Walks Scheme* è stato possibile permettere un migliore accesso alle aree rurali sia alla popolazione locale sia ai turisti, i quali sono stati sensibilizzati tramite l'iniziativa *Leave No Trace* che promuove una fruizione responsabile dell'ambiente naturale⁷².

4. *The Great Western Greenway*

La *Great Western Greenway* è un percorso dedicato al ciclismo e al trekking nella contea di Mayo lungo 42 chilometri che unisce vari villaggi della zona: grazie al suo successo, è stato citato come esempio di modello sostenibile di turismo rurale che crea lavoro e migliora l'economia locale oltre alla qualità della vita della popolazione (Commissione Europea, 2014).

E' stato rilevato che i maggiori benefici apportati da quest'iniziativa sono stati il mantenimento e la creazione di posti di lavoro grazie all'aumento della domanda di servizi quali, ad esempio, l'alloggio, la ristorazione e l'affitto di biciclette: la *Great Western Greenway* ha infatti contribuito a creare 37 nuovi posti di lavoro e a mantenerne altri 50 (CEDRA, 2014). Questo percorso, che punta a preservare l'ambiente naturale e a promuovere un'offerta integrata di paesaggio, tradizioni e patrimonio

⁷¹ <http://www.environ.ie/en/Community/RuralDevelopment/NationalRuralDevelopment/ComhairlenaTuaithe/TheNationalCountrysideRecreationStrategy/>

⁷² <http://www.environ.ie/en/Community/RuralDevelopment/NationalRuralDevelopment/ComhairlenaTuaithe/>

culturale, è stato nominato Destinazione Europea d'Eccellenza⁷³ nel 2011 (Commissione Europea, 2014). Il fattore chiave di successo di quest'iniziativa è stata la cooperazione nel suo sviluppo della comunità locale, che usufruisce a sua volta del prodotto turistico creato e lo mantiene e supporta (O' Connor N. e Robinson J., 2013).

5. *The Wild Atlantic Way*

La *Wild Atlantic Way* è uno dei più lunghi itinerari costieri al mondo: partendo da Kinsale nella contea di Cork e concludendosi a Inishowen nella contea di Donegal, esso percorre 2500 chilometri lungo la costa ovest dell'Irlanda e offre ai turisti la possibilità di vivere un'esperienza autentica che permette loro di conoscere i paesaggi, i piccoli villaggi, i monumenti e le tradizioni delle zone che attraversa⁷⁴.

Si tratta della più recente e maggiore iniziativa di *Fáilte Ireland*, che ha investito 10 milioni di euro per la sua realizzazione: grazie al suo enorme successo e al suo contributo alla rigenerazione delle aree rurali irlandesi, *Fáilte Ireland* ha vinto il premio "National Impact Award 2015", assegnato ogni anno al progetto che più ha avuto un impatto positivo sul Paese dal punto di vista della tutela ambientale, della valorizzazione della cultura, della crescita economica e dello sviluppo delle comunità locali⁷⁵. Ad

⁷³ Il progetto Destinazioni Europee d'Eccellenza (EDEN) riconosce e promuove quelle destinazioni nell'Unione Europea che sviluppano un turismo rurale sostenibile valorizzando il proprio patrimonio culturale ed ambientale e offrendo nuovi prodotti. In questo modo, EDEN "raggiunge in modo efficace l'obiettivo di attirare l'attenzione sui valori della diversità e sulle caratteristiche comuni delle destinazioni turistiche europee. Migliora la visibilità delle destinazioni europee emergenti, crea una piattaforma per lo scambio di buone pratiche in tutta l'Europa promuovendo il collegamento tra le destinazioni premiate" (http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/eden/what-is-eden/index_it.htm).

⁷⁴ <http://www.thewildatlanticway.com>

⁷⁵ <http://www.failteireland.ie/Footer/Media-Centre/Wild-Atlantic-Way-Wins-Big-At-Local-Authority-Awar.aspx>

esempio, oltre ad aver determinato un incremento del numero dei turisti in Irlanda del 12%, la *Wild Atlantic Way* ha avuto un forte impatto positivo sulla contea di Donegal, generando un aumento delle entrate nel settore ricettivo, procurando fondi per la manutenzione dei siti storici e culturali attraversati e coinvolgendo le comunità locali nella creazione di ulteriori percorsi che partono da essa⁷⁶.

6. *Fuchsia Brands*

Fuchsia Brands è un'iniziativa della *West Cork Development Partnership* (un gruppo di azione locale Leader) lanciata nel 1994 e finanziata in parte dal governo irlandese e in parte dall'Unione Europea nell'ambito dello sviluppo rurale: si tratta della creazione di un marchio, un fiore di Fucsia, usato per indicare le imprese che forniscono servizi turistici o prodotti artigianali o gastronomici di qualità della regione di West Cork⁷⁷.

E' stata creata la società *Fuchsia Brands Ltd.* alla quale è stata assegnata la direzione strategica dell'iniziativa: assistendo le nuove imprese e sostenendo lo sviluppo di quelle già esistenti, essa ha contribuito allo sviluppo locale e ha generato effetti positivi nella regione quali l'elevato coinvolgimento della popolazione e la coesione sociale, l'affermazione dell'identità della zona, l'aumento della competitività dei servizi e dei prodotti locali e il miglioramento nell'uso delle risorse naturali⁷⁸; inoltre, ha anche investito in maniera considerevole in un'ampia gamma di progetti culturali locali accomunati dal fatto di trasmettere i valori rappresentati dal marchio Fucsia⁷⁹.

⁷⁶ <http://www.donegalnow.com/news/wild-atlantic-way-a-phenomenally-positive-impact-for-donegal/35151>

⁷⁷ <http://www.westcorkaplaceapart.com/about-fuchsia-brands/>

⁷⁸ <http://ec.europa.eu/ourcoast/download.cfm?fileID=871>

⁷⁹ <http://www.regional-products.eu/en/brands/detail/362/west-cork-fuchsia>

7. *Regional Festivals and Participative Events Programme*

Il *Regional Festivals and Participative Events Programme* è un'iniziativa di *Fáilte Ireland* per l'assistenza finanziaria di eventi e festival locali, ai quali viene riconosciuta la capacità di migliorare l'esperienza dei turisti presentando loro i luoghi, la popolazione e le tradizioni locali e permettendo loro di esplorare l'Irlanda rurale. Il programma aiuta a finanziare eventi o festival riguardanti, ad esempio, la storia, la cultura, le tradizioni, la letteratura, l'arte, la musica, l'enogastronomia o lo sport⁸⁰. Oltre al *Regional Festivals and Participative Events Programme*, *Fáilte Ireland* offre anche un *National Festivals and Participative Events Programme* destinato agli eventi maggiori: ai festival e agli eventi locali, infatti, possono essere destinati finanziamenti di non oltre 20.000 euro (Morrison A.M., 2013).

E' stato annunciato che per il 2015 sono stati approvati investimenti per un totale di 564.000 euro che andranno a finanziare 187 eventi locali per una media di 3000 euro ciascuno: 105 di questi festival ed eventi si terranno in località lungo il percorso della *Wild Atlantic Way*⁸¹.

8. *The Gathering Ireland 2013*

The Gathering 2013 è un'iniziativa finanziata dal Dipartimento dei Trasporti, del Turismo e dello Sport⁸² e promossa da *Tourism Ireland* che ha previsto l'organizzazione di un ampio calendario di eventi e festival di vario genere e di varie dimensioni durante tutto il 2013 per celebrare la storia, la cultura e la popolazione irlandese: questo evento, il più grande del genere mai

⁸⁰ http://www.failteireland.ie/FailteIreland/media/WebsiteStructure/Documents/2_Develop_Your_Business/2015-Regional-Festivals-Application-Guidelines.pdf

⁸¹ http://www.merrionstreet.ie/en/News-Room/Releases/Minister_Ring_Announces_%E2%82%AC564_000_for_187_local_festivals_and_events_across_Ireland.html

⁸² Il Dipartimento ha fornito 12 milioni, ma sono stati anche raccolti 1 milione da *Fáilte Ireland* e 8 milioni circa da altri partner (https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/downloads.thegatheringireland.com/TheGathering_FinalReport_December2013.pdf).

organizzato in Irlanda, mirava sia a riportare nel Paese persone di origine irlandese per l'occasione sia ad attirare turisti⁸³.

Studi condotti in seguito all'iniziativa hanno rilevato che tra i 250.000 e i 275.000 turisti hanno scelto come destinazione l'Irlanda proprio grazie a *The Gathering*, generando circa 170 milioni di euro; il progetto, inoltre, è riuscito a coinvolgere notevolmente la popolazione, che si è impegnata ad invitare amici e parenti lontani per l'occasione, ed ha avuto un forte impatto positivo sulle piccole comunità locali apportando benefici dal punto di vista economico e rafforzando il senso di appartenenza ad una comunità⁸⁴.

Il report finale sull'iniziativa, infatti, ha evidenziato un impegno delle comunità in ambito rurale che ha superato ampiamente le aspettative iniziali e ciò ha costituito il fattore chiave di successo: si è così riusciti nell'intento di far percepire *The Gathering* non come un progetto controllato esclusivamente dal governo irlandese ma come un'occasione per coinvolgere attivamente la popolazione nell'organizzazione e nella gestione degli eventi. I piccoli festival ed eventi locali organizzati in quest'occasione sono stati circa 1.150 e sono stati finanziati tramite un fondo specifico chiamato "Gathering Community Fund"⁸⁵: il loro impatto positivo sulle comunità locali si è concretizzato in un forte ritorno sugli investimenti, in un miglioramento delle capacità e delle strutture organizzative locali, in una maggiore consapevolezza da parte delle comunità delle opportunità offerte loro dal turismo, in una generale percezione della creazione di benefici a lungo termine e in un aumento del senso di appartenenza alla comunità (Mottiar Z. *et al.*, 2014).

⁸³ <http://media.ireland.com/index.php?p=n&mr=5&id=1632>

⁸⁴ <http://www.thegatheringireland.com/Media-Room.aspx>

⁸⁵ https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/downloads.thegatheringireland.com/The_Gathering_FinalReport_December2013.pdf

3.2 La regione di Ballyhoura

3.2.1 Le caratteristiche della regione

Ballyhoura è una piccola area rurale della Mid-West Region⁸⁶ nel sud ovest dell' Irlanda che prende il nome da una catena montuosa della zona e che comprende il nord della contea di Cork e l'est della contea di Limerick (OCSE, 2001). Si tratta di un' area di 1.879 km² con una popolazione di circa 78.000 persone distribuite in 13 piccole città e 54 comunità locali: la densità della popolazione risulta bassa, con 41 persone per km², e nelle zone più remote si arriva ad una densità di meno di 10 persone per km²; i due centri abitati maggiori, Charleville e Mitchelstown, contano circa 3.500 abitanti (Ballyhoura Development Ltd., 2008).



Fig. 6 - La regione di Ballyhoura in Irlanda

Fonte: Ballyhoura Development Ltd. (2003), *Ballyhoura Attractions Cluster Development Strategy*

⁸⁶ L'Irlanda è composta da 32 contee raggruppate in quattro grandi province (Connacht, Munster, Leinster, Ulster). Inoltre, per quanto riguarda la classificazione NUTS, l'isola è stata suddivisa in due regioni NUTS II e in otto regioni NUTS III (West, Border, Midlands, Dublin, Mid-East, South-East, Mid-West, South-West) (http://www.iro.ie/irish_regions.html).



Fig. 7 - Mappa del territorio di Ballyhoura

Fonte: <http://www.ballyhouradevelopment.com/wp-content/uploads/2012/11/MQ-BDL-Map.jpg>

La maggior parte del territorio è costituita da una pianura calcarea ricoperta dai prati lussureggianti ai quali è dovuta la prosperità del settore agricolo delle contee di Limerick e Cork; la pianura è interrotta da colline e dai monti Ballyhoura, Galty e Slieve Felim. Il paesaggio è caratterizzato da campi, da una vegetazione rigogliosa e da foreste conifere nelle zone più alte (Ballyhoura Development Ltd., 2008).

3.2.2 Lo sviluppo rurale a Ballyhoura

L'impulso maggiore allo sviluppo rurale della regione è stato dato dall'attività di *Ballyhoura Development Ltd.*, il gruppo di azione locale incaricato di promuovere e facilitare lo sviluppo socio-economico di Ballyhoura e i cui principali obiettivi sono la diversificazione dell'economia locale e il miglioramento della qualità della vita della popolazione. Esso comprende gruppi di volontariato e della comunità locale, imprese locali, fornitori di servizi, partner sociali e rappresentanti delle istituzioni (Gorman M. *et al.*, 2004).

Il settore prevalente a Ballyhoura è costituito dall'agricoltura, in particolar modo dalla produzione lattiero-casearia, e fino agli anni '80 quasi il 70% della popolazione dipendeva da esso. Tuttavia, l'introduzione delle quote latte e le riforme della PAC degli anni '90 hanno portato ad un declino della tradizionale base economica della regione, non sufficientemente diversificata, generando così un calo della popolazione, un deterioramento delle infrastrutture e un declino della qualità della vita nella zona. Fortunatamente Ballyhoura, a differenza di altre aree rurali remote irlandesi, è caratterizzata dalla presenza di vari organismi a livello nazionale e locale impegnati nello sviluppo rurale che cooperano tra loro: essi, riuscendo a superare le difficoltà poste dal fatto che la regione si colloca nell'intersezione tra due contee ed è quindi interessata da diverse agenzie regionali, hanno riconosciuto la necessità di diversificare la base economica di Ballyhoura puntando in particolar modo allo sviluppo del turismo rurale tramite un approccio *bottom-up* (OCSE, 2001).

I primi esempi di applicazione di questo approccio risalgono già al 1964, quando un piccolo gruppo di persone del villaggio di Kilfinane decide di riunirsi in una *Development Association* (un'associazione per lo sviluppo). Aiutata dal consiglio comunale di Limerick e da *Shannon Development* (l'agenzia regionale per lo sviluppo del Mid-West), quest'associazione dà

vita alla prima iniziativa per diversificare la base economica di Ballyhoura: si tratta di un progetto riguardante il turismo rurale caratterizzato purtroppo da una scarsa partecipazione della comunità locale e da una limitata sensibilità nei confronti dell'ambiente naturale. Nonostante lo scarso successo, quest'iniziativa ha il merito di porre in evidenza la necessità di una collaborazione delle autorità locali con agenzie maggiori (come *Shannon Development*): questa cooperazione costituirà uno dei caratteri fondamentali dell'approccio usato da Ballyhoura nello sviluppo rurale (OCSE, 2001).

Nei vent'anni successivi alla creazione della *Development Association* il processo di sviluppo di Ballyhoura avanza ad un ritmo molto lento a causa del mancato appoggio di organismi regionali e statali sufficienti e soprattutto dell'assenza di un'istituzione incaricata dello sviluppo locale. Per questo motivo, nel 1986 viene istituita *Ballyhoura Fáilte*, una società incaricata di promuovere la crescita turistica della zona per aumentare l'occupazione e migliorare la qualità della vita tramite una serie di iniziative settoriali: tuttavia, le difficoltà incontrate dimostrano la necessità di allargare e diversificare l'area di azione investendo maggiormente nelle infrastrutture e usando un approccio integrato. Nel 1988 viene, quindi, creato un sottocomitato della società incaricato della realizzazione di un progetto di sviluppo integrato di Ballyhoura (Gorman M. *et al.*, 2004) nel quale il turismo rurale costituisca la strategia principale e nel 1990 viene istituito un comitato consultivo della comunità, il Community Consultative Committee (CCC) per coinvolgere maggiormente i rappresentanti delle comunità locali: nei due anni successivi *Ballyhoura Fáilte* acquisisce una notevole esperienza per quanto riguarda gli aspetti strategici dello sviluppo rurale (OCSE, 2001).

Tuttavia, la capacità della società di raggiungere gli obiettivi prefissati viene ampiamente limitata dalla mancanza di adeguate risorse finanziarie. Il problema viene risolto grazie all'aiuto del programma LEADER dell'Unione Europea lanciato nel 1991: per gestire i fondi ora disponibili viene istituita nel 1992 la società *Ballyhoura Development Ltd.*, la quale svolgerà un ruolo da

protagonista anche nei programmi LEADER successivi e fornirà assistenza alle comunità tramite una serie di progetti. La partecipazione nel programma LEADER costituisce un elemento fondamentale per l'evoluzione dell'approccio usato da Ballyhoura per lo sviluppo rurale e la strategia seguita, nonostante il suo carattere multi-settoriale, è fortemente incentrata sul turismo rurale. Grazie all'esperienza LEADER I sono stati creati 229 nuovi posti di lavoro, sono stati supportati 77 progetti della comunità e ne sono stati preparati altri 28, è stata creata una fonte di reddito supplementare per 244 famiglie e Ballyhoura è emersa come una destinazione di turismo rurale riconosciuta a livello internazionale; nell'ambito di LEADER II sono state avviate 23 nuove imprese (con 81 posti di lavoro associati ad esse), sono stati creati 140 posti di lavoro ed è stata stimolata la nascita di 60 azioni autofinanziate, ovvero che non richiedono fondi LEADER, grazie all'organizzazione frequente di attività di animazione socio-economica per coinvolgere e rendere consapevoli gli attori economici e la popolazione (OCSE, 2001). I progetti LEADER a Ballyhoura nel corso degli anni hanno interessato principalmente lo sviluppo del turismo rurale, la riqualificazione professionale, l'innovazione e la diversificazione dell'agricoltura, lo sviluppo del settore informatico, la protezione ambientale, lo sviluppo delle piccole e medie imprese e la condivisione internazionale delle conoscenze (Goldman A.P., 2001).

Per quanto riguarda il periodo 2007-2013, a Ballyhoura sono stati assegnati fondi nell'ambito del Programma di Sviluppo Rurale per un totale di 11.673.519 euro (Ballyhoura Development Ltd., 2011) per attuare vari progetti caratterizzati da un elevato coinvolgimento della comunità locale e i cui obiettivi sono il miglioramento della qualità della vita e la diversificazione dell'economia: *Ballyhoura Development Ltd.* ha finanziato 549

progetti locali che riguardano le misure comprese in questi due ambiti utilizzando 15 milioni di euro⁸⁷.

Oltre alla gestione dei fondi LEADER, *Ballyhoura Development Ltd.* si occupa anche dell'attuazione di una serie di ulteriori programmi e progetti in maniera integrata, al fine di facilitarne ed assicurarne la complementarietà: alcuni esempi sono il *Social Inclusion and Community Activation Programme* (SICAP), che sostituisce il precedente *Local Community Development Programme* (LCDP) e che si occupa della povertà e dell'esclusione sociale, e il *Rural Social Scheme* (RSS), nato per supportare le comunità rurali svantaggiate (*Ballyhoura Development Ltd.*, 2011).

Tutti questi programmi ed iniziative hanno portato allo sviluppo di vari progetti, alcuni dei quali costituiscono delle *best practices* a livello internazionale, che hanno contribuito ad un aumento dell'occupazione, alla nascita di attività economiche supplementari (che apportano all'area benefici di lungo termine) e ad un miglioramento delle infrastrutture⁸⁸.

L'esperienza di *Ballyhoura Development Ltd.* ha dimostrato nel corso degli anni di aver utilizzato metodi ed azioni di successo dai quali trarre esempio. Ciò è stato possibile grazie ad alcuni fattori principali, quali:

- l'uso di una prospettiva e di una strategia definite a livello locale grazie al coinvolgimento dei vari operatori (Goldman A.P., 2001);
- il forte accento posto sulla sostenibilità economica, sociale ed ambientale (Gorman M. *et al.*, 2004);
- la solida struttura organizzativa che svolge un ruolo fondamentale di collegamento tra stakeholder *top-down* e *bottom-up* (OCSE, 2001);

⁸⁷ <http://www.ballyhouradevelopment.com/what-we-do/programmes/rural-development-programme-rdp>

⁸⁸ http://www.lccvf.ie/rural_development.asp

- il riconoscimento della necessità di effettuare veri e propri cambiamenti strutturali piuttosto di semplici modifiche alle attività già esistenti (Goldman A.P., 2001);
- l'impegno della comunità nell'acquisire le idee, le abilità, le tecnologie e le conoscenze necessarie per il proprio sviluppo (Goldman A.P., 2001);
- l'evoluzione graduale e non eccessivamente rapida del modello operativo che ha permesso di imparare dalle proprie esperienze, sia positive sia negative, e di favorire la creazione di un forte senso di identità locale tra la popolazione (OCSE, 2001).

3.3 Il turismo rurale a Ballyhoura

3.3.1 Lo sviluppo del turismo rurale e le principali iniziative

Lo sviluppo del turismo rurale a Ballyhoura è stato effettuato creando varie attività ed attrazioni praticamente dal nulla, in quanto l'area non comprende alcuna risorsa di particolare richiamo turistico o sufficientemente conosciuta (Commissione Europea, 2000): alcuni elementi di interesse della regione oltre al paesaggio sono, ad esempio, vari siti naturali o archeologici, quali il lago di Lough Gur, la collina di Tory, parte delle montagne Galtee e Ballyhoura e le grotte di Mitchelstown, e alcuni edifici, chiese o castelli medievali situati in parte dei villaggi e delle città; ulteriori opportunità per il turismo rurale sono costituite dalla forte tradizione agricola di Ballyhoura, dove le varie dimore rurali costituiscono una parte fondamentale del paesaggio, e dal legame con personaggi importanti della storia e della letteratura come, ad esempio, Elizabeth Bowen ed Edmund Spenser (Ballyhoura Development Ltd., 2003).

L'affermazione di Ballyhoura come destinazione di turismo rurale è avvenuta grazie all'impegno di *Ballyhoura Fáilte*, un'organizzazione turistica di marketing costituita nel 1986 che ha rappresentato la prima cooperativa

per il turismo a livello locale in Irlanda: lavorando congiuntamente a *Ballyhoura Development Ltd.*, essa si occupa della promozione e dello sviluppo delle opportunità turistiche della zona (Commissione Europea, 2000).

Nel momento della nascita di *Ballyhoura Fáilte*, la regione non ha ancora sviluppato alcuna attrazione particolare e l'attività turistica principale è costituita da visite di studio organizzate nelle fattorie della zona (Commissione Europea, 2000): nel 1986 è *Ballyhoura Fáilte*, con esperienza e risorse ancora limitate, ad occuparsi del primo gruppo di visitatori dall'estero. Nel 1989 diventa evidente la necessità di diversificare ed ampliare la gamma di attività offerte: il turismo a Ballyhoura ora comprende visite di studio nelle fattorie, visite guidate della zona, tour in bicicletta, attività all'aria aperta come il trekking e il canottaggio e corsi di lingua inglese (OCSE, 2001).

Il turismo rurale a Ballyhoura si sviluppa notevolmente grazie ai numerosi progetti in ambito LEADER: i dati disponibili riguardanti l'esperienza LEADER I indicano un aumento del reddito derivante dal turismo del 100%, arrivando a 1,8 milioni di sterline irlandesi (circa 2 milioni di euro); inoltre, Ballyhoura si afferma come destinazione di turismo rurale riconosciuta a livello internazionale e viene intrapreso lo sviluppo di infrastrutture turistiche legate alle risorse naturali locali come, ad esempio, il Ballyhoura Mountain Park e più di 1000 km di cammini (OCSE, 2001).

Negli anni successivi vengono lanciate due iniziative, *Taste of Ballyhoura* e *QUEST* (Quality, Uniqueness, Enhancement, Strategic planning e Training), che contribuiscono ad un aumento della qualità del prodotto turistico. *Taste of Ballyhoura*, lanciata nel 1993, è un'iniziativa di marketing e di sviluppo del prodotto che incoraggia l'investimento nei servizi di ristorazione, fornisce supporto tecnico e di formazione, produce materiale informativo e organizza una competizione per pubblicizzare i prodotti di qualità: essa aiuta sia il miglioramento della qualità di vita della popolazione locale, in quanto nei cinque anni successivi nascono 25 nuove attività e vengono creati 120 posti di

lavoro, sia l'aumento della qualità dell'esperienza turistica (Commissione Europea, 2000). L'iniziativa *QUEST*, lanciata nel 1996, si rivolge alle attività turistiche della zona e punta a migliorarne la performance e la qualità organizzando corsi di formazione per gli imprenditori, che migliorano così le proprie competenze gestionali (OCSE, 2001): prendono parte all'iniziativa 20 attività, ognuna delle quali presenta il proprio *business plan*⁸⁹ e riceve dei piccoli contributi per implementarlo (Commissione Europea, 2000).

Alla fine degli anni '90 i risultati dei vari progetti LEADER e delle diverse iniziative dimostrano il successo dell'esperienza di Ballyhoura:

- il reddito derivante dal turismo è aumentato dell'88% rispetto al 1995, arrivando a quasi 5 milioni di sterline (circa 6.400.000 euro) (Goldman A.P., 2001), e il contributo del turismo all'economia locale è aumentato da 0,2% nell'86 a 5% nel 1998 (Commissione Europea, 2000);
- l'esperienza LEADER II ha aiutato la creazione di 120 nuovi posti di lavoro e ne ha sostenuti 180 (OCSE, 2001);
- sono nate numerose nuove attività e sono seguiti investimenti considerevoli nella zona (Commissione Europea, 2000);
- la qualità del prodotto turistico è aumentata, come dimostrato dalle 60 attività ricettive e 25 attività di ristorazione che hanno migliorato il loro livello qualitativo (Commissione Europea, 2000);
- sono state sviluppate azioni di marketing più efficaci, la forza lavoro locale è più qualificata, è stato creato un centro per la gestione delle prenotazioni ed è stato migliorato il sistema di produzione di materiale informativo per i turisti (OCSE, 2001).

⁸⁹ Il *business plan*, o piano industriale, è "il documento che illustra in termini qualitativi e quantitativi le intenzioni del management relative alle strategie competitive dell'azienda, le azioni che saranno realizzate per il raggiungimento degli obiettivi strategici e soprattutto diffonde la stima dei risultati attesi" (<http://www.borsaitaliana.it/notizie/sotto-lalente/pianoindustriale.htm>).

I dati disponibili per l'anno 2000 indicano che l'area di Ballyhoura ha accolto circa 28.300 turisti e che il turismo ha contribuito all'economia locale con 5,45 milioni di sterline irlandesi (6,9 milioni di euro) (Ballyhoura Development Ltd., 2003). Tuttavia, nel periodo successivo si registra una diminuzione dell'impatto economico del turismo a causa dell'assenza di sufficienti posti letto per ospitare il numero crescente di visitatori: per questo motivo, *Ballyhoura Development Ltd.* dà vita ad un programma di investimenti nel settore ricettivo, il *Tourism Accommodation Investment Programme*, puntando a fornire un servizio di alta qualità. Nel periodo tra il 2000 e il 2006 vengono investiti nel progetto circa 3 milioni di euro, con un contributo da parte di LEADER + di 282.000 euro⁹⁰, e vengono creati 240 nuovi posti letto (Ballyhoura Development Ltd., 2008). Quest'iniziativa ha il merito di incoraggiare ulteriormente l'imprenditorialità nel settore privato e sviluppare una gamma più ampia di servizi nell'area, grazie anche agli investimenti effettuati nello stesso periodo nella creazione di attrazioni turistiche e nell'organizzazione di festival ed eventi.

Nel 2003, infatti, la pubblicazione di una ricerca chiamata *Ballyhoura Tourism Cluster Study* mette in evidenza la necessità di adattarsi alle nuove esigenze della domanda turistica sviluppando sia nuove attrazioni riguardanti lo sport e le attività all'aria aperta sia festival o eventi legati al patrimonio culturale locale (Ballyhoura Development Ltd., 2003): questo studio porta alla definizione di due strategie, ovvero la *Ballyhoura Forest Recreation Initiative* e la *Ballyhoura Heritage Initiative*, che vengono lanciate nel 2004.

La *Ballyhoura Forest Recreation Initiative* individua le opportunità offerte dalla mountain bike per attrarre visitatori nelle Ballyhoura Mountains e generare allo stesso tempo benefici ambientali e sociali: con il supporto di LEADER +, una partnership composta da *Ballyhoura Development Ltd.*,

⁹⁰ <http://www.independent.ie/regionals/corkman/news/case-studies-of-previous-initiatives-27067634.html>

Ballyhoura Fáilte, i consigli comunali di Limerick e Cork, *Coillte*⁹¹, *Shannon Development* e *Fáilte Ireland* investe nel progetto 1,3 milioni di euro e crea una rete di sentieri da percorrere in mountain bike lunga 98 km e provvista di tutti i servizi necessari, che porta alla definitiva affermazione di Ballyhoura come una delle destinazioni principali per i turisti interessati a svolgere delle attività all'aria aperta⁹².

La *Ballyhoura Heritage Initiative* si pone come obiettivo la creazione di esperienze per i turisti che siano autentiche e di qualità elevata e che valorizzino il patrimonio culturale locale. Il progetto porta alla creazione di 3 *Heritage Trails*, ovvero una serie di itinerari che collegano i siti storici, archeologici e culturali rilevanti di Ballyhoura attraversando 36 comunità rurali, e di 6 nuovi festival ed eventi utilizzando un approccio coordinato per il loro sviluppo e la loro promozione. Valorizzando il patrimonio culturale della zona, questi progetti contribuiscono a migliorare sia l'immagine di Ballyhoura sia la qualità della vita dei residenti, i quali vengono coinvolti nelle varie iniziative (Ballyhoura Development Ltd., 2008).

Nel 2006 il turismo contribuisce all'economia locale con 6.318.942 euro e sostiene 199 posti di lavoro a tempo pieno (Ballyhoura Development Ltd., 2008). L'anno successivo viene pubblicata una ricerca chiamata *Ballyhoura Countryside Recreation Strategy*, la quale analizza le diverse opportunità offerte dalla regione per il turismo rurale ed evidenzia la necessità di promuovere un uso maggiore delle fattorie a scopi turistici, strategia che permetterebbe un aumento della gamma di attività offerte da Ballyhoura, un miglioramento della qualità delle strutture, un riutilizzo di edifici

⁹¹ *Coillte* è una società irlandese sponsorizzata dallo Stato che si occupa della gestione delle foreste, delle imprese rurali e delle energie rinnovabili (http://www.coillte.ie/aboutcoillte/about_coillte/).

⁹² <http://www.independent.ie/regionals/corkman/news/case-studies-of-previous-initiatives-27067634.html>

abbandonati e una promozione dei cibi tipici locali (Ballyhoura Development Ltd., 2007).

Per raggiungere questi risultati viene definita una *Farm Tourism Initiative* inserita tra gli altri progetti nell'ambito del Piano di Sviluppo Rurale 2007-2013, i quali puntano ad aumentare il contributo sociale ed economico del turismo a Ballyhoura sviluppando il prodotto turistico assieme alla comunità locale e concentrandosi soprattutto sull'offerta di attività all'aria aperta, di esperienze educative riguardanti il patrimonio locale e di un ampio calendario di festival ed eventi. Le principali azioni definite per implementare il Piano 2007-2013 riguardano il turismo nelle fattorie, lo sviluppo delle strutture ricettive, la formazione degli imprenditori, lo sviluppo delle tecnologie informatiche, la creazione di nuovi itinerari, la cooperazione interterritoriale e transnazionale, l'ideazione di un brand efficace e lo sviluppo e la promozione di nuovi festival (Ballyhoura Development Ltd., 2008): tra il 2007 ed il 2013 vengono finanziati 97 festival tramite la misura 313 (Incentivazione delle attività turistiche), i quali attraggono numerosi visitatori a Ballyhoura generando un impatto economico rilevante; inoltre, nel 2013, l'anno di The Gathering, la regione di Ballyhoura ospita in totale ben 150 festival ed eventi⁹³.

Tra il 2010 e il 2011 vengono inoltre svolti degli studi per definire delle strategie che sviluppino le potenzialità turistiche anche delle Galtee Mountains e delle Slieve Felim Mountains, zone finora poco considerate nell'ambito dello sviluppo turistico della regione (O' Connor N. e Robinson J., 2013).

I dati disponibili per il 2012 confermano il successo delle iniziative di Ballyhoura nell'ambito del turismo rurale: in quest'anno l'area è stata visitata da 550.000 turisti, contribuendo all'economia locale con 60 milioni di euro e supportando 2.123 posti di lavoro (Ballyhoura Development Ltd., 2013).

⁹³ <http://www.ballyhouradevelopment.com/what-we-do/tourism/festivals-events>

Attualmente l'importanza del settore turistico a Ballyhoura sta continuando a crescere: nel 2009 è stata perfino inserita da *Fáilte Ireland* tra le cinque località irlandesi che concorrevano per il titolo di Destinazione Europea d'Eccellenza, riconoscimento che poi è stato assegnato alla Sheep's Head Peninsula nel sud-ovest⁹⁴. Ballyhoura si sta impegnando a sviluppare ulteriormente la rete di itinerari e cammini nella regione dal momento che diversi studi hanno riconosciuto le potenzialità di Ballyhoura nell'ambito dell'offerta di vacanze escursionistiche (Lenehan T., 2010) ed è sullo sviluppo di questo prodotto che si stanno effettuando gli investimenti maggiori.

3.3.2 I fattori di successo

Lo sviluppo del turismo rurale a Ballyhoura deve il suo successo ad una serie di fattori chiave, quali:

- il coinvolgimento della comunità locale nella definizione delle strategie e delle azioni da intraprendere, al fine di assicurare la sostenibilità dello sviluppo turistico (O' Connor N. e Robinson J., 2013);
- la capacità di individuare le tendenze emergenti della domanda e di adattare ad esse la propria offerta, concentrandosi quindi sulle attività ricreative, sportive e culturali all'aria aperta (Ballyhoura Development Ltd., 2008);
- l'attenzione posta sulla tutela e sulla valorizzazione dell'ambiente naturale, in particolar modo per aumentare l'appeal dei vari itinerari e cammini creati; inoltre, Ballyhoura partecipa all'iniziativa irlandese *Tidy Towns*, che premia le città e i villaggi che hanno effettuato il maggior numero di miglioramenti dal punto di vista ambientale (Commissione Europea, 2000);

⁹⁴ <http://www.wcdp.ie/sheeps-head-announced-as-european-destination-of-excellence-2009/>

- l'attenzione posta sulla qualità: Ballyhoura partecipa alla campagna *Irish Country Holidays*, la quale fissa degli standard per le destinazioni rurali irlandesi che ne fanno parte, e *Ballyhoura Development Ltd.* eroga contributi per aiutare le diverse attività ad aumentare il proprio livello (Commissione Europea, 2000);
- l'enfasi posta sullo sviluppo del prodotto con l'aiuto di fondi e programmi di formazione che ha portato ad un miglioramento generale dell'offerta e dei servizi (Commissione Europea, 2000);
- l'attenzione posta nella definizione di un brand efficace: lo slogan iniziale era legato all'idea di un'esperienza rurale autentica e di una calorosa accoglienza ("Ballyhoura: truly rurally yours") (Commissione Europea, 2000), mentre quello attuale ("Ballyhoura Country: simply different", rappresentato nell'immagine in basso) ha l'obiettivo di costruire una reputazione di Ballyhoura come destinazione di turismo rurale di qualità elevata (Ballyhoura Development Ltd., 2008);



Fig. 8 - Il marchio di Ballyhoura

Fonte: <http://www.birdwatchireland.ie/Portals/0/logos/Simply-Different-Ballyhoura.jpg>

- lo svolgimento di numerosi studi e ricerche che analizzino attentamente la situazione del turismo nella regione e le tendenze future prima di definire i piani e le strategie da seguire (O' Connor N. e Robinson J., 2013);
- l'ottima gestione della relazione con i tour operator, grazie alla presenza di un sistema centrale di prenotazione e di un gruppo di

agenti commerciali qualificati che si occupa della distribuzione di opuscoli ai tour operator ed alle agenzie di viaggio su vasta scala, che partecipa ad un gran numero di fiere, seminari e workshop e che organizza visite di presentazione dell'area⁹⁵;

- l'uso efficace di Internet per la promozione della destinazione (Commissione Europea, 2000);

Nonostante il successo dell'esperienza di Ballyhoura, sono stati individuati anche alcuni aspetti che la regione dovrebbe migliorare tramite una serie di azioni, quali:

- coinvolgere maggiormente le fattorie locali aumentando, ad esempio, l'offerta di turismo gastronomico o educativo;
- sviluppare prodotti anche per i visitatori giornalieri provenienti dalle vicine città di Limerick e Cork;
- aumentare l'investimento nelle tecnologie, in quanto la copertura a banda larga nella zona risulta ancora insufficiente (Lenehan T., 2010).

3.3.3 L'attuale offerta turistica di Ballyhoura

L'attuale offerta turistica di Ballyhoura comprende percorsi per la pratica di escursioni, di ciclismo, o di equitazione, itinerari legati ai siti storici, naturali e culturali, musei, attività educative o d'avventura, visite alle fattorie locali e festival o eventi di vario genere.

1. Il Mountain Bike Park

Il Mountain Bike Park di Ballyhoura è costituito da 98 km di percorsi per mountain bike nelle Ballyhoura Mountains: si tratta della più ampia rete di questo tipo in Irlanda, provvista di tutti i servizi necessari per i turisti. Una partnership composta da *Ballyhoura Development Ltd.*, *Ballyhoura Fáilte*, i consigli comunali di Limerick e Cork, *Coillte*, *Shannon Development* e *Fáilte*

⁹⁵ <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-it/biblio/touris/art10.htm>

Ireland ha inizialmente investito nel progetto 1,3 milioni di euro⁹⁶. Il Mountain Bike Park ha dimostrato di poter contribuire notevolmente all'economia locale: oltre ad aver generato circa 2,5 milioni di euro nel 2012 (Comhchoiste Ghaeltacht Uíbh Ráthaigh, 2012), esso sta favorendo la nascita di nuove attività nell'area e sta supportando quelle già esistenti. Un ulteriore contributo all'economia locale è dato dal fatto che questo luogo è stato scelto per ospitare numerosi eventi sportivi internazionali, come il *Blue Grass World Enduro Tour*, i *National Marathon Championships* e gli *European Elite Marathon Championships*, che hanno attirato migliaia di ciclisti e di turisti nella zona e generato milioni per l'economia di Ballyhoura⁹⁷.



Fig. 9 – Il Mountain Bike Park di Ballyhoura

Fonte: <http://visitballyhoura.com/index.php/mountain-biking/>

2. I cammini e la Ballyhoura Way

Nel corso degli anni è stata realizzata un'estesa rete di itinerari e cammini lunga più di 1500 km che attraversa i villaggi e le fattorie locali oltre ai siti naturali e storici più rilevanti. Essa comprende un numero elevato di percorsi brevi, 3 *Heritage Trails* basati sul patrimonio culturale locale, 30 cammini

⁹⁶ <http://www.ballyhouradevelopment.com/wp-content/uploads/2014/04/World-Class-Recreation-A4-Flyer.pdf>

⁹⁷ <http://avondhupress.ie/20130924/news/ballyhoura-tourism-worth-60m-and-growing-S39224.html>

classificati tra le *National Looped Walks* supportate da *Fáilte Ireland* (Lenehan T., 2010) e la famosa *Ballyhoura Way*: si tratta di un cammino lungo 90 km, inserito nell'elenco delle *National Waymarked Ways*, che parte dal villaggio di Limerick Junction nella contea di Tipperary e arriva a St. John's Bridge nella contea di Cork.



Fig. 10 - Panorama dalla Ballyhoura Way

Fonte: <http://www.ireland.com/en-us/what-is-available/walking-and-hiking/long-distance-marked-ways/destinations/republic-of-ireland/limerick/kilfinnane/all/1-13043/>

Attraversando siti archeologici e naturali di straordinaria bellezza e raggiungendo il suo punto più alto nelle Ballyhoura Mountains, essa riprende parte del percorso svolto dal clan O' Sullivan agli inizi del 1602, in cerca di riparo dai nemici inglesi: infatti, in seguito alla famosa Battaglia di Kinsale⁹⁸, Donald Cam O' Sullivan decise di attraversare con tutto il suo clan queste terre per raggiungere il suo alleato O' Rourke of Breifne nella Contea di Leitrim, 500 km più a nord; tuttavia, a causa di una serie di attacchi da

⁹⁸ La Battaglia di Kinsale del 1601 ha rappresentato la sconfitta definitiva degli irlandesi nella Guerra dei Nove Anni (1594-1603) contro gli inglesi. La guerra era scoppiata in seguito alla ribellione di Hugh O' Neill, Conte di Tyrone, che aveva guidato una rivolta contro la dominazione inglese (Hickey R., 2007).

parte dei nemici e del rigido clima invernale, dei mille che partirono solo 15 riuscirono a sopravvivere al viaggio⁹⁹.

Lungo la Ballyhoura Way e tutta la serie di percorsi minori vengono organizzate sia escursioni regolari ideate da club di escursionisti locali sia eventi o festival annuali che attirano visitatori da tutta Irlanda e dall'estero (Lenehan T., 2010).

3. Le visite alle fattorie e le attività all'aria aperta

Un aspetto importante dell'offerta di Ballyhoura è costituito dall'opportunità di visitare individualmente o in gruppo le varie fattorie al fine di conoscere i diversi aspetti dell'agricoltura e degustare i prodotti tipici locali: alcune sono aperte regolarmente mentre altre solo su appuntamento e la loro qualità è assicurata dal rispetto di standard stabiliti a livello nazionale (Commissione Europea, 2000).

Inoltre, è stata organizzata una serie di attività con l'obiettivo di educare i turisti, soprattutto quelli più giovani, a rispettare l'ambiente naturale e di permettere loro di conoscere in maniera approfondita la flora e la fauna locale¹⁰⁰. Sono state organizzate anche diverse attività sportive all'aria aperta che, oltre ad insegnare ai partecipanti la pratica di sport di diverso tipo, permettono di conoscere e di valorizzare le risorse naturali locali: alcuni esempi sono i corsi organizzati nel parco naturale che circonda il castello di Blackwater e i *Ballyhoura Horse Trails* dedicati all'equitazione¹⁰¹.

E' anche possibile partecipare a visite guidate dei vari villaggi e dei siti storici e naturali organizzate da volontari appartenenti alle comunità locali che accompagnano i turisti e raccontano loro aneddoti legati alla storia e alle tradizioni di Ballyhoura¹⁰².

⁹⁹ <http://visitballyhoura.com/index.php/2012/04/16/ballyhoura-way/>

¹⁰⁰ <http://visitballyhoura.com/index.php/2012/04/16/griston-bog-birdwatching/>

¹⁰¹ <http://visitballyhoura.com/index.php/family-activities/>

¹⁰² <http://visitballyhoura.com/index.php/2015/03/11/ballyhoura-country-guided-tours/>

4. I festival e gli eventi

Nel corso degli anni sono stati ampliati sia la gamma sia il numero di festival ed eventi offerti a Ballyhoura. Vengono organizzati regolarmente festival di arte e concerti di musica tradizionale, a volte accompagnati da corsi di danza irlandese: alcuni di essi si svolgono all'interno delle grotte di Mitchelstown e nel parco di Doneraile, con l'obiettivo di permettere agli spettatori di godere della bellezza dell'ambiente naturale di queste zone. Inoltre, la rete di percorsi di Ballyhoura e il Mountain Bike Park vengono valorizzati grazie all'organizzazione in questi luoghi di eventi annuali sia locali sia internazionali quali, ad esempio, il *Gravity Enduro Series Championships* e il *Ballyhoura International Walking Festival*¹⁰³.

3.4 Il Ballyhoura International Walking Festival e la diffusione del modello in Irlanda

3.4.1 L'International Walking Festival di Ballyhoura

Ogni anno, nei primi giorni di maggio, un comitato composto da *Ballyhoura Fáilte*, dal *Ballyhoura Bears Walking Club* e dal *Kilfinane Outdoor Education Centre* organizza il *Ballyhoura International Walking Festival*¹⁰⁴.

I walking festival sono eventi organizzati dalle comunità locali e dai club escursionistici della zona (nel caso di Ballyhoura, il *Ballyhoura Bears Walking Club*) che prevedono weekend o settimane intere di escursioni di diverse difficoltà in compagnia degli abitanti del posto, i quali svolgono il ruolo di guida turistica e forniscono informazioni dettagliate sulle località attraversate: questi festival offrono l'opportunità di mantenersi in forma, di conoscere il patrimonio culturale e naturale del luogo, di degustare i prodotti tipici locali grazie a soste nelle fattorie e di stringere nuove amicizie con

¹⁰³ <http://visitballyhoura.com/index.php/events/>

¹⁰⁴ <http://www.limerickleader.ie/news/local-news/new-trails-being-blazed-by-ballyhoura-festival-1-2188368>

persone di nazionalità diverse. La maggior parte delle volte si tratta di eventi senza scopo di lucro e la partecipazione è gratuita o a prezzi molto bassi¹⁰⁵.

Quello di Ballyhoura è stato il primo walking festival di tutta Irlanda e il successo riscosso ha portato alla diffusione di questo modello in tutto il Paese. L'evento viene lanciato in occasione di un'escursione organizzata dal *Ballyhoura Bears Walking Club* nel 1994 che ripercorre tramite la *Ballyhoura Way* lo storico viaggio del clan O' Sullivan e alla quale vengono invitati vari gruppi di escursionisti¹⁰⁶. Inizialmente si tratta di un evento organizzato soprattutto per gli abitanti della zona affinché familiarizzino con la rete di cammini dell'area (Tourism Research Centre, 2006), ma col passare degli anni la partecipazione all'evento viene progressivamente estesa ai turisti interessati a visitare Ballyhoura in un modo alternativo.

Nel 2002 prendono parte all'evento ancora pochi turisti provenienti dall'estero: partecipano in totale tra le 300 e le 400 persone e l'evento genera circa 1500 euro (Campbell L., 2003).

Tra il 2007 ed il 2009 viene offerta una nuova gamma di percorsi che, oltre alle camminate per escursionisti esperti e alle escursioni di media difficoltà, comprende anche le nuove *special interest walks*, ovvero camminate semplici che ruotano attorno a diversi temi; inoltre durante il festival si tiene per la prima volta anche una maratona, la *Ballyhoura Marathon Challenge*, che attraversa sia i campi sia i boschi della zona e che continuerà ad essere organizzata congiuntamente al festival negli anni successivi. Al Walking Festival partecipano tra le 600 e le 700 persone, gran parte delle quali provenienti dall'estero¹⁰⁷, e la maratona conta 101 partecipanti¹⁰⁸.

¹⁰⁵ <http://www.ooyosports.com/walking-festivals-or-challenges-are-a-great-way-to-explore-ireland>

¹⁰⁶ <http://www.ireland.com/it-it/cose-da-vedere-e-fare/passeggiate-ed-escursioni/articoli/passeggiare-con-gli-abitanti-del-posto/>

¹⁰⁷ <http://www.ireland.com/it-it/cose-da-vedere-e-fare/passeggiate-ed-escursioni/articoli/passeggiare-con-gli-abitanti-del-posto/>

La continua espansione della gamma di camminate e l'aumento della notorietà del festival attraggono a Ballyhoura per l'evento circa 1100 persone nel 2011. Il numero aumenta ulteriormente nel 2012, che vede la partecipazione di oltre 1500 persone di 16 nazionalità diverse grazie anche all'organizzazione congiunta del festival con la nuova *Ballyhoura Food Fair*, la quale promuove i prodotti tipici locali appartenenti al marchio di qualità *Taste of Ballyhoura*: il Walking Festival del 2012, che offre 35 escursioni in compagnia di esperti locali, genera così 200.000€ per l'economia di Ballyhoura¹⁰⁹.

Negli anni successivi il festival amplia ulteriormente la gamma di escursioni offerte ed attrae partecipanti da un numero sempre maggiore di Paesi: la sua ventunesima edizione del 2015 vede un aumento del numero di turisti del 35% rispetto agli anni precedenti, confermando il suo contributo sempre maggiore alla rivitalizzazione dell'economia locale¹¹⁰.

Attualmente il Walking Festival dura tre giorni ed offre la possibilità di scegliere tra 31 escursioni guidate diverse ogni anno che variano da quelle più semplici pensate per le famiglie fino a quelle più impegnative tra cui la *Ballyhoura Marathon Challenge*, la *Mountain Skills Navigation Challenge* e la *Seven Peaks Challenge*: i prezzi per l'iscrizione variano da 0 a 15 euro¹¹¹. Il festival viene organizzato da un comitato composto da *Ballyhoura Fáilte*, dal *Ballyhoura Bears Walking Club* e dal *Kilfinane Outdoor Education Centre* e viene supportato da *Fáilte Ireland* e dalla compagnia di assicurazione IPB tramite il *Community Diaspora Fund*, fondo nato in seguito all'evento *The Gathering* del

¹⁰⁸ <http://www.limerickleader.ie/news/local-news/hills-alive-with-tramping-feet-1-2188676>

¹⁰⁹ <http://www.limerickleader.ie/news/community/limerick-s-ballyhoura-region-gets-200k-financial-injection-thanks-to-walking-festival-1-3833935>

¹¹⁰ <http://www.ballyhourabears.com/news.html>

¹¹¹ <http://visitballyhoura.com/wp-content/uploads/2015/03/2015-Walking-Festival-12pp-Brochure.pdf>

2013 per sostenere gli eventi e i festival locali organizzati dalle piccole comunità¹¹².

I percorsi attraversano le Ballyhoura Mountains, le Galtee Mountains e i siti storici, archeologici e naturali più importanti e prevedono anche soste in alcune fattorie per far degustare ai partecipanti i prodotti tipici locali: i turisti vengono accompagnati da guide del *Ballyhoura Bears Walking Club* esperti in flora, fauna, storia e archeologia che arricchiscono l'esperienza tramite aneddoti riguardanti le tradizioni locali¹¹³. Sono previsti anche eventi serali e spesso i turisti decidono di ritrovarsi con le guide locali la sera per chiacchierare in un pub ed ascoltare musica tradizionale irlandese: inoltre, a partire dal 2012 viene organizzata congiuntamente al festival nel villaggio di Kilmallock la *Ballyhoura Food Fair* con l'obiettivo di promuovere i prodotti locali¹¹⁴.

Alle ultime edizioni del Walking Festival hanno preso parte turisti di 26 nazionalità diverse provenienti da Paesi come la Gran Bretagna, la Francia, la Germania, la Repubblica Ceca e perfino il Sudafrica¹¹⁵.

Come sottolineato da studi recenti, il successo del walking festival rende evidenti le opportunità che le escursioni e il trekking offrono alla regione per lo sviluppo del turismo e dimostra la possibilità dell'area di emergere come destinazione soprattutto per le cosiddette *walking holidays*. Ballyhoura, infatti, è già provvista di tutte le caratteristiche ed i servizi necessari per i turisti interessati a questo tipo di vacanza:

- è stata creata un'ampia rete di cammini tra cui scegliere;
- il sistema che fornisce informazioni ai turisti risulta efficace;

¹¹² <http://www.wheel.ie/news/community-tourism-diaspora-initiative-currently-open>

¹¹³ <http://www.limerickpost.ie/2015/04/18/booting-up-for-ballyhoura/>

¹¹⁴ <http://www.limerickleader.ie/what-s-on/arts-entertainment/ballyhoura-international-walking-festival-celebrates-turning-21-1-6696476>

¹¹⁵ <http://visitballyhoura.com/index.php/2015/03/26/ballyhoura-international-walking-festival-may-2nd-4th-2015-2/>

- esistono opportunità interessanti quali escursioni regolari e walking festival organizzati dal club di escursionisti locali;
- molte attività della zona come negozi, pub e bar forniscono informazioni agli escursionisti e offrono loro servizi quali la preparazione di pranzi al sacco;
- esistono strutture ricettive adatte ad ospitare gli escursionisti e in occasione del walking festival alcuni hotel, ostelli e bed & breakfast offrono prezzi ridotti ai partecipanti (Lenehan T., 2010).

3.4.2 La diffusione del modello in Irlanda

Nel 2006 *Ballyhoura Fáilte* commissiona al *Tourism Research Centre* presso il *Dublin Institute of Technology* una ricerca che valuti l'impatto socio-economico del walking festival nella regione e che identifichi e crei un profilo dei suoi partecipanti: l'obiettivo di questo studio, chiamato "Ballyhoura International Walking Festival Visitor Survey", è quello di identificare metodi per lo sviluppo e il miglioramento del walking festival (O' Connor N. e Robinson J., 2013). Questa ricerca porta alla pubblicazione di un manuale chiamato "Planning and Organising Walking Festivals in Ireland": pensato per aiutare coloro interessati alla creazione di un evento simile nella propria regione, esso fornisce informazioni e raccomandazioni riguardo alla promozione, ai finanziamenti, all'organizzazione ed alla gestione dell'evento; inoltre, vengono anche proposti metodi per espandere i walking festival e per calcolarne i benefici economici¹¹⁶.

Gli anni precedenti alla pubblicazione del manuale, infatti, hanno visto la nascita di un numero sempre maggiore di walking festival in tutta Irlanda grazie al successo riscontrato da Ballyhoura e attualmente nel Paese ne vengono organizzati circa 80¹¹⁷. Un esempio di successo è costituito dai walking festival organizzati dalle varie comunità della contea di Mayo, che

¹¹⁶ <http://rich.dit.ie/html/visitorsurvey.htm>

¹¹⁷ <http://www.theirelandwalkingguide.com/eventsandchallenges/festivals>

nel 2013 ha registrato un totale di 11.000 partecipanti ai vari eventi: quelli che hanno attratto il maggior numero di persone sono stati il *Castelbar International 4 Day Walks* (con 4000 partecipanti), il *Mayo in Motion* (con 1700 partecipanti) e l'*Achill Walking Festival* (con 1500 partecipanti)¹¹⁸.

Quasi tutti questi festival prevedono, come Ballyhoura, la possibilità di scegliere tra escursioni di diverse difficoltà e itinerari tematici che attraversano anche terre accessibili solo in queste occasioni grazie ad accordi tra gli organizzatori e i proprietari, effettuando soste nelle fattorie locali: qui capita spesso che gli agricoltori più anziani raccontino storie o cantino canzoni tradizionali mentre i turisti degustano i loro prodotti¹¹⁹. Vengono anche organizzate delle escursioni notturne o delle serate di musica tradizionale irlandese (Campbell L., 2003).

Inoltre, alcune località organizzano walking festival due volte l'anno, nella maggior parte dei casi in primavera e in autunno: ad esempio, il *Ballyhoura Bears Walking Club* organizza in maniera non regolare anche un *Ballyhoura Autumn Rambling Festival* ad ottobre, che dura due giorni e prevede un numero inferiore di escursioni rispetto all'*International Walking Festival*¹²⁰.

Tuttavia, è di fondamentale importanza che le comunità locali considerino che l'aumento di questo tipo di turismo basato sulle escursioni costituisce anche un rischio notevole per l'ambiente naturale, sul quale eventi come i walking festival potrebbero avere un impatto fortemente negativo se non adeguatamente controllati: fortunatamente, gli organizzatori di questo tipo di eventi hanno ideato soluzioni efficaci al problema quali, ad esempio, variare di volta in volta i cammini utilizzati, fissare un tetto massimo di

¹¹⁸ http://www.coillte.ie/fileadmin/user_upload/pdfs/wilderness_conference_presentations/16.10_PeterWILDERNESS_VERSION_02_v1.pdf

¹¹⁹ <http://richardtullochwriter.com/2009/11/23/west-cork-walking-festival/>

¹²⁰ <http://www.deeberthousehotel.com/wp-content/uploads/2013/09/BallyhouraAutumn.pdf>

partecipanti per ogni escursione al fine di non superare la capacità di carico delle località attraversate ed analizzare attentamente i percorsi con l'obiettivo di evitare quelli più vulnerabili¹²¹.

¹²¹ <http://www.independent.ie/regionals/wicklowpeople/news/walkers-are-wearing-away-the-mountains-27824222.html>

CAPITOLO 4

La trasferibilità del modello di Ballyhoura e l'area Berica

4.1 Il contesto italiano

La superficie totale dell'Italia è di 301.337 km², il 92% dei quali è costituito da aree rurali¹²². La sua popolazione è di circa 60.700.000 abitanti, di cui il 31% vive in zone rurali¹²³: questa percentuale è in continua diminuzione a partire dagli anni '60¹²⁴.



Fig. 11 - La suddivisione dell' Italia in aree rurali e urbane secondo la metodologia OCSE

Fonte: <http://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/597>

¹²² Commissione Europea, *Scheda informativa sul programma della Rete rurale nazionale per l'Italia 2014-2020*. Disponibile all'indirizzo: <http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/country-files/it/factsheet_it.pdf>

¹²³ http://www.geohive.com/earth/pop_urban.aspx

¹²⁴ <http://www.tradingeconomics.com/italy/rural-population-percent-of-total-population-wb-data.html>

E' stato rilevato che le aree prevalentemente rurali italiane hanno in media un PIL pro capite più alto delle altre regioni rurali dell'OCSE, grazie soprattutto alla loro buona connessione con reti di città medie e piccole e alla loro economia molto diversificata basata soprattutto sui settori turistico e manifatturiero: la diversificazione economica, infatti, ha moltiplicato le opportunità di impiego in queste zone e l'agricoltura, nonostante si sia ridotta in termini di prodotto e di superficie utilizzata a partire dal 1990, svolge comunque un ruolo rilevante per quanto riguarda la gestione del suolo, la tutela della biodiversità, lo sviluppo di attività di svago in aree rurali (Trapasso R., 2009) e l'industria alimentare, che costituisce un'attività di particolare successo per le aree rurali in quanto l'Italia risulta il Paese europeo con il maggior numero di prodotti DOP e IGT¹²⁵ riconosciuti dall'UE¹²⁶.

L'elevata densità della popolazione in Italia (in media 190 abitanti per km²) e la presenza di numerose reti di città medie e piccole hanno portato il Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali (Mipaaf) ad elaborare un metodo alternativo di classificazione delle aree rurali italiane rispetto a quello utilizzato dall'OCSE, in quanto quest'ultimo potrebbe risultare non sufficientemente dettagliato. Per questo motivo le aree rurali del Paese sono state suddivise in tre categorie (Trapasso R., 2009):

¹²⁵ I prodotti DOP (Denominazione di Origine Protetta) sono prodotti agricoli ed alimentari le cui caratteristiche sono dovute essenzialmente ed esclusivamente all'ambiente geografico di origine e il cui processo produttivo, conforme ad un disciplinare di produzione, viene effettuato all'interno di un'area geografica delimitata; i prodotti IGT (Indicazione Geografica Protetta) sono quei prodotti di cui una determinata qualità, come ad esempio la reputazione, può essere attribuita all'origine geografica e la cui produzione e/o trasformazione e/o elaborazione avviene in quest'area geografica; il riconoscimento di prodotto STG (Specialità Tradizionale Garantita) indica invece quei prodotti agroalimentari ottenuti secondo modalità di produzione tradizionali ma i cui caratteri peculiari non sono legati all'origine geografica (<http://www.agraria.org/prodottitipici/glossariodop.htm>).

¹²⁶ <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/309>

1. *Aree rurali con agricoltura intensiva e specializzata*: questa categoria comprende 1.632 comuni localizzati soprattutto nelle pianure dell'Italia settentrionale e centrale;
2. *Aree rurali intermedie*: rientrano in questa categoria 2.676 comuni localizzati nelle aree collinari;
3. *Aree rurali con problemi di sviluppo*: fanno parte di questa categoria 2.759 comuni localizzati in territori montuosi o collinari e nelle pianure del sud e di Sicilia e Sardegna.

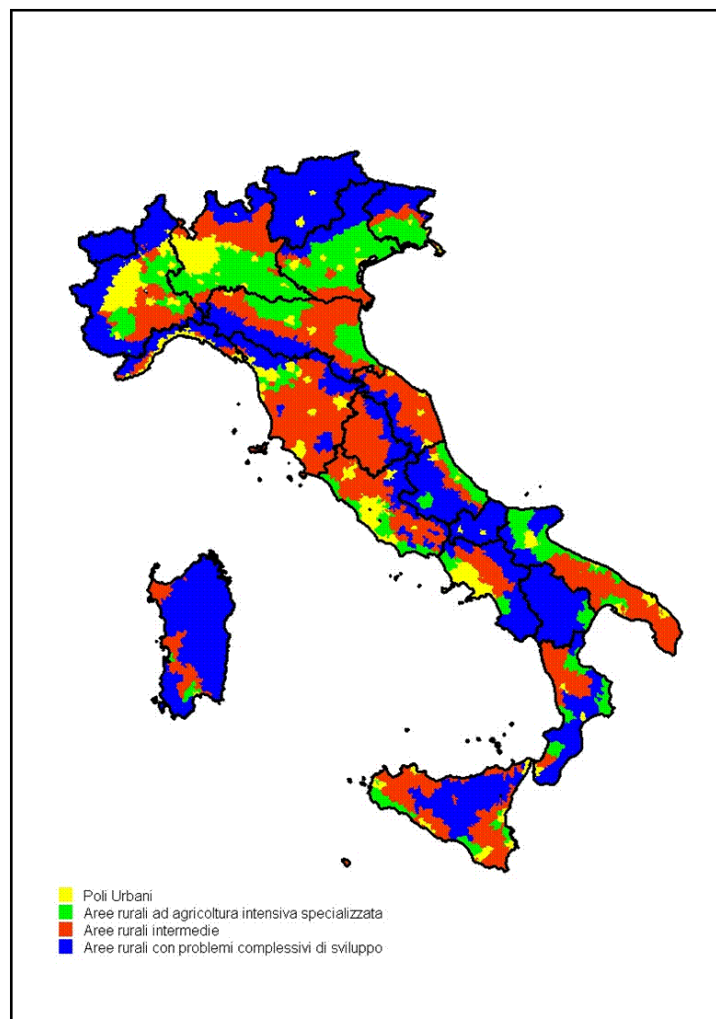


Fig. 12 - Le aree rurali italiane classificate secondo la metodologia adottata dal Mipaaf

Fonte: http://agriregionieuropa.univpm.it/sites/are.econ.univpm.it/files/immagini/trapasso_19_numero_17_fig4.gif

Attualmente le aree rurali italiane stanno affrontando problemi legati all'invecchiamento della popolazione e allo spopolamento, alla pressione su alcuni servizi pubblici di base (in particolar modo sul sistema scolastico e sanitario), all'urbanizzazione incontrollata che causa congestione ed inquinamento e all'uso improprio dell'ambiente naturale: questi problemi hanno dimostrato la necessità di programmare lo sviluppo rurale abbandonando il tradizionale approccio mono-settoriale, che coinvolge un unico Ministero/Assessorato e che si concentra maggiormente su interventi per supportare l'agricoltura, ed adottandone uno maggiormente inclusivo (Trapasso R., 2009).

4.1.1 Lo sviluppo rurale in Italia

Lo sviluppo rurale in Italia è di competenza del Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali (Mipaaf) che costituisce l'autorità di gestione a livello nazionale e definisce il PSN del Paese: esso viene integrato dai PSR relativi alle 21 aree amministrative italiane, i quali definiscono gli interventi e le misure più adatti a rispondere alle esigenze delle aree rurali regionali. Il ruolo di Organismo Pagatore e di Coordinamento è svolto dall'AGEA (Agenzia per le Erogazioni in Agricoltura)¹²⁷. Nell'aprile del 2007 è stata istituita la Rete Rurale Nazionale (RRN) italiana, la quale promuove e coordina l'attuazione dei PSR delle singole regioni e favorisce una maggiore integrazione, partecipazione ed innovazione nelle politiche relative allo sviluppo rurale¹²⁸. Nell'ambito dell'approccio LEADER sono inoltre stati selezionati 192 Gruppi di Azione Locale, i quali si occupano della definizione e dell'attuazione di Piani di Sviluppo Locale (PSL)¹²⁹.

Secondo l'OCSE, l'Italia in questi ultimi anni ha seguito nello sviluppo rurale un approccio ancora eccessivamente settoriale, coinvolgendo un unico

¹²⁷ <http://enrd.ec.europa.eu/it/country/italy>

¹²⁸ <http://enrd.ec.europa.eu/it/networks-and-networking/nrn-information/italy>

¹²⁹ <http://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/648>

Ministero e focalizzandosi sul settore primario per aumentare la competitività dell' agricoltura, anche nelle aree più ricche dove la performance è già positiva. Di conseguenza, non è stata adeguatamente valorizzata l'importanza degli approcci territoriali ed integrati: l'iniziativa LEADER, ad esempio, non ha trovato uno spazio adeguato all'interno dei programmi del periodo 2007-2013 e l'allocatione di risorse economiche ai diversi GAL risulta essere ancora bassa (Trapasso R., 2009).

E' stata dunque riconosciuta la necessità di una visione dello sviluppo rurale che metta insieme diversi Ministeri/Assessorati e che coinvolga un numero maggiore di attori locali provenienti da vari settori, seguendo, quindi, una logica più inclusiva "nella quale gli attori pubblici si scambino informazioni e analisi e decidano di concerto quali politiche intraprendere coinvolgendo il settore pubblico e la società civile" (Trapasso R., 2009); inoltre, risultano necessari un uso più efficiente ed efficace delle risorse, lo svolgimento di un'analisi territoriale più approfondita, un'enfasi maggiore sul miglioramento della qualità della vita nelle aree rurali e maggiori investimenti nella tutela ambientale¹³⁰.

Per quanto riguarda il periodo 2007-2013, i programmi di sviluppo rurale delle regioni italiane alla fine del 2013 avevano utilizzato nel complesso circa il 66% del budget totale pianificato: l'asse 1 aveva usato il 63% del budget assegnato, l'asse 2 ne aveva usato l'80%, l'asse 3 ne aveva usato il 46% e l'asse 4 ne aveva usato circa il 28%. Le misure alle quali è stato allocato il budget maggiore sono state quelle relative ai Pagamenti agroambientali (M214), alla Modernizzazione dell'agricoltura (M121) e all'Accrescimento del valore aggiunto dei prodotti agricoli e forestali (M123)¹³¹. Se si considera la percentuale della spesa pubblica totale realizzata fino al 2013 rispetto a quella pianificata per il periodo 2007-2013, l'Italia

¹³⁰ <http://www.oecd.org/gov/oecdruralpolicyreviewitaly.htm>

¹³¹ http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/app_templates/enrd_assets/pdf/RDP-information-sheets/D_Infosheet_IT.pdf

risulta al quartultimo posto rispetto a tutti gli altri Stati membri (vedi il grafico seguente).

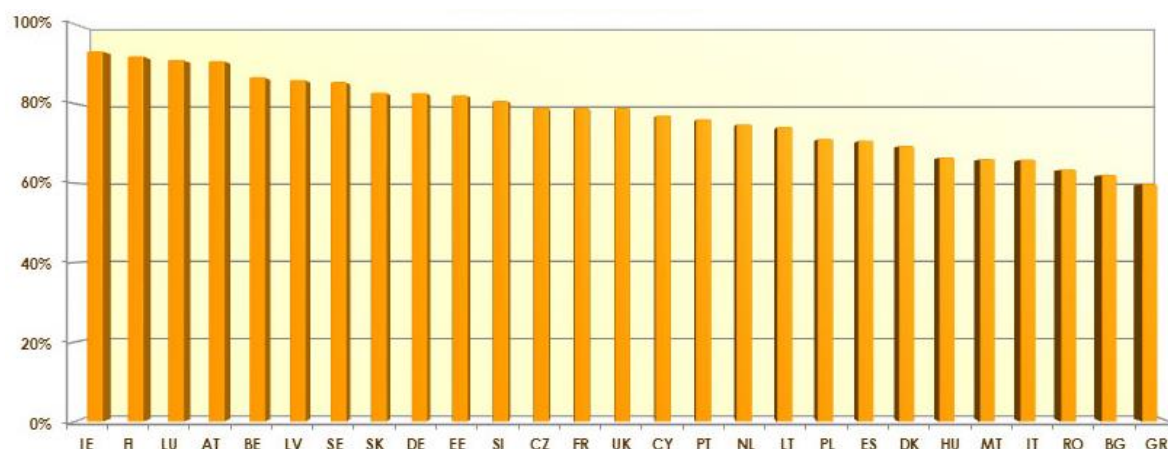


Grafico 3 - Percentuale della spesa pubblica totale realizzata rispetto a quella pianificata per ogni Stato membro

Fonte: <http://enrd.ec.europa.eu/it/policy-in-action/rural-development-policy-in-figures/rdp-figures>

La politica di sviluppo rurale italiana relativa al periodo 2014-2020 sarà effettuata tramite 23 programmi, ovvero 21 PSR riferiti alle aree amministrative, un Programma di Sviluppo Rurale Nazionale (PSRN) con tre linee d'intervento riguardanti la Gestione del rischio, gli Investimenti in infrastrutture irrigue e la Biodiversità animale e un PSR della Rete Rurale Nazionale: il PSR della RRN sarà dedicato ad azioni a livello nazionale, mentre quelle a livello regionale saranno a carico dei PSR delle singole regioni. Le risorse complessive assegnate dal FEASR all'Italia corrispondono a 10,4 miliardi di euro, circa 60 milioni dei quali sono destinati alla RRN. Il PSR della RRN è stato formalmente adottato dalla Commissione Europea il 26 maggio 2015: ad esso sono destinati circa 115 milioni di euro (59,6 milioni dall'UE e 55 milioni di finanziamenti nazionali) e il suo obiettivo sarà quello di sostenere le politiche per lo sviluppo rurale, "attraverso lo scambio di

esperienze e di conoscenze tra territori rurali e tramite una migliore attuazione e gestione dei programmi di sviluppo rurale italiani”¹³².

4.1.2 Il turismo rurale in Italia

L'industria turistica in Italia svolge un ruolo molto importante per l'economia del Paese: secondo i dati elaborati dal WTTC (World Travel and Tourism Council) nel 2015, il contributo diretto al PIL italiano del settore turistico nel 2014 è stato di 66 miliardi di euro, ovvero il 4,1% del PIL totale, mentre il contributo totale (considerando anche gli effetti indiretti) è stato di 162,7 miliardi di euro, ovvero il 10,1% del PIL; inoltre, nello stesso anno esso ha supportato in modo diretto 1.082.000 posti di lavoro, ovvero il 4,8% della totale occupazione italiana, mentre il suo contributo totale è stato di 2.553.000 posti di lavoro, ovvero l'11,4% dell'occupazione totale; infine, la spesa turistica ha generato 34,8 miliardi di euro.

In Italia il turismo è di competenza generale delle regioni, alle quali è affidata la responsabilità dello sviluppo e della promozione del turismo, e l'intervento statale è limitato generalmente alle questioni turistiche di rilevanza nazionale (OCSE, 2011). Per quanto riguarda l'amministrazione nazionale del turismo un ruolo centrale è svolto dalla Direzione generale Turismo, la quale afferisce al Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo: essa “svolge funzioni e compiti in materia di turismo e a tal fine cura la programmazione, il coordinamento e la promozione delle politiche turistiche nazionali, i rapporti con le Regioni e i progetti di sviluppo del settore turistico, le Relazioni comunitarie e internazionali in materia di turismo e i rapporti con le Associazioni di Categoria e le Imprese Turistiche.

¹³² Commissione Europea, *Scheda informativa sul programma della Rete rurale nazionale per l'Italia 2014-2020*. Disponibile all'indirizzo: <http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/country-files/it/factsheet_it.pdf>

Effettua inoltre la vigilanza sugli Enti e l'assistenza alla domanda turistica e al turismo sociale"¹³³.

Altre strutture importanti nell'ambito del turismo in Italia sono l'ENIT e l'ONT: l'ENIT, l' Agenzia nazionale del turismo, si occupa di promuovere l'Italia all'estero come destinazione turistica e sviluppa strategie di marketing coordinandosi con le autorità locali e altri soggetti (OCSE, 2011); l'ONT (Osservatorio Nazionale del Turismo) è stato istituito dalla Presidenza del Consiglio nel 2006 con il compito di studiare, analizzare e monitorare le dinamiche socio-economiche del turismo¹³⁴.

Come osservato dall'OCSE (2011), "la mancanza di integrazione tra politiche per il turismo e la strategia di sviluppo economico complessiva rimane un problema. Poiché il turismo non è di competenza esclusiva dello stato, le regioni italiane possono e devono svolgere un ruolo decisivo in tutta una serie di attività turistiche fondamentali, tra cui sviluppo dei prodotti e marketing. La molteplicità dei soggetti attivi nello sviluppo e nella promozione del turismo costituisce una notevole sfida in termini di organizzazione e di *governance*, ma anche di realizzazione di una coerente ed efficiente strategia turistica nazionale. Appare quindi necessario lo sviluppo di una strategia nazionale integrata e a lungo termine, da mettere a punto in collaborazione con tutti i soggetti interessati del settore pubblico e privato".

Nel 2013 è stato pubblicato dall'allora Ministro per gli Affari Regionali, il Turismo e lo Sport, Piero Gnudi, un documento chiamato "Turismo Italia 2020", il quale costituiva il primo Piano strategico per lo sviluppo del turismo in Italia da aggiornare ogni due anni: esso definiva le linee guida per il rilancio del turismo italiano attraverso 61 azioni riguardanti il miglioramento della *governance*, dell'organizzazione dell'ENIT, dell'offerta, della ricettività, dei trasporti e delle infrastrutture, della formazione degli

¹³³ <http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/MenuPrincipale/Turismo/Struttura/index.html>

¹³⁴ <http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/testi/chisiamo.html>

addetti al settore e della gestione degli investimenti. Tutti questi ambiti, infatti, presentavano numerose criticità, elencate in dettaglio all'interno del documento¹³⁵.

Questi problemi organizzativi e di coordinamento si riscontrano anche nell'ambito del turismo rurale: come affermato da Di Napoli R. e Hausmann C. (2002), il turismo rurale in Italia, "pur potendo contare su numerose iniziative imprenditoriali di qualità, incontra ancora molte difficoltà nell'organizzare e coordinare la propria offerta a livello territoriale" a causa dell'elevata frammentazione della *governance* in una molteplicità di attori.

Mentre in Europa il concetto di turismo rurale generalmente non è separato da quello di agriturismo (che ne costituisce una forma particolare), all'interno del quadro normativo italiano è stato tracciato un confine netto tra le due attività:

- l'agriturismo si affianca ad un'attività agricola, la quale deve risultare prevalente rispetto all'attività turistica, e nel quadro normativo italiano è stato giuridicamente riconosciuto con la legge quadro n.730 del 5 dicembre 1985 (sostituita poi dalla legge n.96 del 20 febbraio 2006) e con le varie legislazioni regionali (Ferrari F., 2009);
- tutte le altre attività turistiche realizzate da operatori localizzati al di fuori delle aree urbane sono considerate turismo rurale e ricadono sotto il Decreto Legislativo n.79 del 23 maggio 2011 (Codice del Turismo); attualmente solo alcune regioni hanno individuato una disciplina specifica per il turismo rurale, tentando di normare e definire questo fenomeno (Di Napoli R., Hausmann C., 2002).

Nell'ambito della politica di sviluppo rurale 2007-2013, la misura 313 (Incentivazione delle attività turistiche) ha supportato un totale di 1304 nuove azioni turistiche, ovvero l'84% della quantità programmata (1552), e il

¹³⁵ <http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/documenti/02967?category=documenti/politiche>

volume totale di investimenti è stato di 121.358.240 euro, ovvero il 58% della quantità pianificata (210.982.640 euro)¹³⁶. Per quanto riguarda la spesa FEASR e la spesa pubblica totale destinate alla stessa misura, il totale della spesa FEASR realizzata è stato di 36.268.000 euro, ovvero il 55% della quantità programmata (65.782.000 euro), mentre la spesa pubblica totale è stata di 70.597.000 euro, ovvero il 54% della quantità pianificata (130.006.000 euro)¹³⁷.

L'attuale offerta di turismo rurale in Italia è caratterizzata da un numero elevato di agriturismi e di itinerari soprattutto enogastronomici: un'analisi di Coldiretti ha stimato circa 6 milioni di presenze negli agriturismi italiani nell'estate 2015 e ha rilevato un aumento dei turisti italiani e stranieri che si sono dedicati al turismo rurale, percorrendo itinerari enogastronomici, visitando fattorie, partecipando a festival rurali, praticando attività come il trekking e l'equitazione o visitando percorsi archeologici o naturalistici¹³⁸.

Un'iniziativa di particolare rilievo è costituita dalla valorizzazione della "Via degli Dei" un percorso di 130 km, noto sin dai tempi degli Etruschi, che collega Bologna e Firenze e che deve il suo nome al fatto che attraversa località quali Monte Adone, Monzuno (monte di Giove), Monte Venere e Monte Luario (dalla dea romana Lua). Essa attrae ogni anno migliaia di turisti da tutta Europa e permette un'immersione completa nella storia, nella natura e nella gastronomia italiana praticando trekking o mountain bike; gli

¹³⁶ ENRD (European Network for Rural Development) (2015), *Rural Development Programmes 2007-2013 - Output Indicators: realised 2007-2013 - Italy*. Disponibile all'indirizzo: <https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/15_output_indicators_ms_level_it_0.pdf>

¹³⁷ ENRD (European Network for Rural Development) (2015), *Rural Development Programmes 2007-2013 - State of play of Total Public and EAFRD expenditure per measure in Italy*. Disponibile all'indirizzo: <https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/mi_financial_fiche_2015_it_0.pdf>

¹³⁸ <http://www.meteoweb.eu/2015/08/estate-non-solo-mare-sei-milioni-di-presenze-in-agriturismo/491867/>

escursionisti possono scegliere di alloggiare presso bed & breakfast, monasteri o famiglie locali che mettono a disposizione alcune stanze e ciò permette ai turisti di frequentare e scoprire luoghi al di fuori dei circuiti turistici tradizionali. La Via offre la possibilità di ammirare panorami incantevoli e attraversa, oltre a varie località suggestive, anche un gran numero di paesi e borghi che grazie ad essa stanno vivendo un periodo di fioritura e di sviluppo¹³⁹.

4.2 Il contesto veneto

La Regione Veneto occupa una superficie di 18.399 km², il 95% dei quali è costituito da aree rurali: la superficie agricola totale costituisce il 44% del territorio e la superficie forestale il 22%. La popolazione veneta è di circa 5 milioni, il 17% dei quali vive in aree rurali¹⁴⁰. La regione è caratterizzata da un'economia dinamica e da un patrimonio naturalistico di notevole importanza: ben il 22,7% della superficie totale del Veneto è interessato dalla rete Natura 2000¹⁴¹.

La seguente immagine rappresenta la classificazione delle aree rurali della regione del Veneto:

¹³⁹ <http://www.ilfattoquotidiano.it/2015/09/06/via-degli-dei-il-percorso-da-bologna-a-firenze-attraverso-lappennino-boom-di-richieste/2001533/>

¹⁴⁰ Commissione Europea, *Scheda informativa sul programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 del Veneto*. Disponibile all'indirizzo: <http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/country-files/it/factsheet-veneto_it.pdf>.

¹⁴¹ Natura 2000 è il nome di una rete ecologica istituita nel territorio dell'Unione Europea con l'obiettivo di "garantire il mantenimento a lungo termine degli habitat naturali e delle specie di flora e fauna minacciati o rari a livello comunitario" (<http://www.minambiente.it/pagina/rete-natura-2000>).

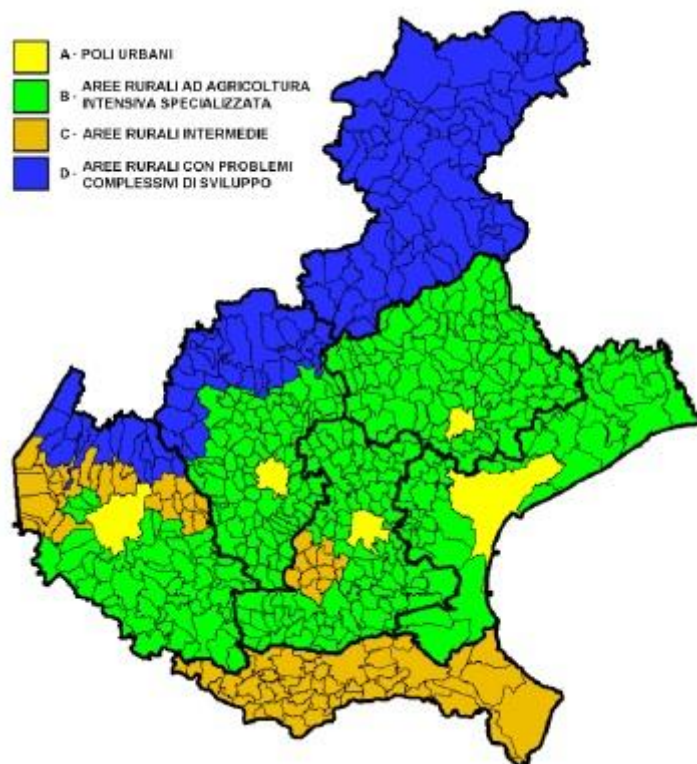


Fig. 13 - La classificazione delle aree rurali in Veneto

Fonte: Regione del Veneto - Dipartimento Agricoltura e Sviluppo Rurale (2014), *Programma di Sviluppo Rurale per il Veneto 2007-2013. Testo aggiornato*

Attualmente le aree rurali del Veneto sono interessate da diversi problemi:

- il settore agricolo sta affrontando profondi cambiamenti strutturali a causa della scomparsa di un gran numero di aziende di piccole dimensioni;
- la chiusura di attività economiche, la migrazione della forza lavoro, l'invecchiamento degli impiegati nel settore rurale e il numero ridotto di agricoltori giovani costituiscono motivi di incertezza riguardo il futuro dello sviluppo rurale della regione;
- il Veneto deve affrontare anche cambiamenti ambientali a causa dell'aumento della pressione dell'agricoltura, dell'allevamento intensivo, dell'erosione del suolo (inferiore alla media italiana ma

comunque diffusa in aree montane e collinari) e dell'attuale scarso sviluppo dell'agricoltura biologica¹⁴².

4.2.1 Lo sviluppo rurale in Veneto

I principali attori nell'ambito dello sviluppo rurale del Veneto sono la Regione, che approva gli indirizzi procedurali generali del PSR, i Gruppi di Azione Locale, in totale 14 nella regione¹⁴³, e l'Avepa (Agenzia Veneta per i Pagamenti in Agricoltura), la quale gestisce le domande di aiuto e di pagamento¹⁴⁴.

Per quanto riguarda il periodo di programmazione 2007-2013, il PSR della Regione Veneto alla fine del 2013 aveva utilizzato circa il 67% del budget totale pianificato: l'asse 1 aveva usato il 71% del budget assegnato, l'asse 2 ne aveva usato il 79%, l'asse 3 ne aveva usato il 35% e l'asse 4 ne aveva usato circa il 31%. Le misure alle quali è stato allocato il budget maggiore sono state quelle relative alla Modernizzazione dell'agricoltura (M121), ai Pagamenti agroambientali (M214) e all'Accrescimento del valore aggiunto dei prodotti agricoli e forestali (M123)¹⁴⁵. Le basse percentuali rilevate erano dovute a ritardi nell'avviamento dei PSR italiani, in quanto pressoché tutte le Regioni italiane hanno di fatto avviato la politica di sviluppo rurale nel 2008 a causa di inefficienze e difficoltà nella programmazione (Ripanti R. e Sotte F., 2008): tuttavia, a giugno 2015 il PSR è risultato vicino al completamento della spesa, avendo liquidato il 92,7% delle

¹⁴² Commissione Europea, *Scheda informativa sul programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 del Veneto*. Disponibile all'indirizzo: <http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/country-files/it/factsheet-veneto_it.pdf>.

¹⁴³ <http://www.regione.veneto.it/web/agricoltura-e-foreste/sviluppo-locale>

¹⁴⁴ <http://www.avepa.it/avepa-document-list-portlet/service/stream/2eb3707f-5548-4074-aca1-3774866dc7a7>

¹⁴⁵ http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/app_templates/enrd_assets/pdf/RDP-information-sheets/D_Infosheet_IT_VENETO.pdf

risorse a disposizione, con un notevole aumento di spesa per quanto riguarda gli assi 3 e 4¹⁴⁶.

Il 26 maggio 2015 è stato formalmente adottato dalla Commissione Europea il Programma di sviluppo rurale della Regione Veneto per il periodo 2014-2020, nel quale vengono descritte le priorità della regione riguardo l'uso degli 1,194 miliardi di euro ad esso destinati (circa 511 milioni di contributi dell'UE, 673 milioni di cofinanziamento nazionale e 10 milioni di finanziamenti addizionali). La priorità centrale di questo programma sarà data al ripristino, preservazione e valorizzazione degli ecosistemi connessi all'agricoltura ed alla silvicoltura e verrà data anche particolare attenzione alla competitività dell'agricoltura e alla gestione delle foreste; le quattro misure alle quali sarà destinata una maggiore quantità di risorse sono quelle relative agli Investimenti in immobilizzazioni materiali (M04), ai Pagamenti agro-climatico-ambientali (M10), allo Sviluppo delle aziende agricole e delle imprese (M06) ed alle Indennità a favore delle zone soggette a vincoli naturali o ad altri vincoli specifici (M13)¹⁴⁷.

4.2.2 Il turismo rurale in Veneto

Il turismo costituisce uno dei settori economici più importanti della regione, in particolar modo grazie alle città d'arte, le quali rappresentano dei forti poli di attrazione. Grazie al suo patrimonio naturale, culturale e paesaggistico, il Veneto è in grado di rispondere ad un'ampia gamma di esigenze e la sua offerta turistica è stata suddivisa in nove Sistemi Turistici Tematici (STT), ovvero ambiti territoriali omogenei in termini di tipologie turistiche: Venezia e Laguna; Dolomiti; Montagna veneta; Lago di Garda; Mare e spiagge;

¹⁴⁶ http://www.regione.veneto.it/web/guest/comunicati-stampa/dettaglio-comunicati?_spp_detailId=2901807

¹⁴⁷ http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/country-files/it/factsheet-veneto_it.pdf

Pedemontana e colli; Terme Euganee e termalismo veneto; Po e suo Delta; Città d'arte, centri storici, città murate, sistemi fortificati e ville venete¹⁴⁸.

I dati disponibili per il 2014 hanno confermato il Veneto come prima regione turistica d'Italia: per quanto riguarda gli arrivi¹⁴⁹, tra gennaio ed agosto sono giunti in totale 12.145.046 turisti (il 65,9% dei quali provenienti dall'estero), numero maggiore del 2,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente; anche il dato delle presenze è aumentato dello 0,2% rispetto all'anno precedente, per un totale di 48.575.178 pernottamenti registrati (il 66,5% dei quali generato da turisti stranieri)¹⁵⁰. L'importanza del settore turistico in Veneto è ulteriormente confermata da un'indagine relativa al 2011 svolta dal Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica (Ciset) dell'Università Ca' Foscari, secondo la quale il turismo ha generato 11 miliardi di euro nella regione, rappresentando l'8,2% del PIL regionale, il 13% dei consumi interni e mezzo milione di unità di lavoro; inoltre, si calcola che il turismo nella regione dia lavoro al 15% del totale degli occupati in Veneto e che comprenda il 10,5% di tutti gli addetti al turismo in Italia¹⁵¹.

I principali attori in ambito turistico in Veneto sono la Regione, le Province, i Comuni, l'Unione regionale delle Camere di Commercio, le Associazioni Pro Loco, i Consorzi di imprese turistiche e le Organizzazioni di gestione delle destinazioni turistiche, le cui attività e competenze sono

¹⁴⁸ http://www.regione.veneto.it/web/guest/comunicati-stampa/dettaglio-comunicati?_spp_detailId=2586965

¹⁴⁹ Con il termine "arrivi" viene indicata ogni volta in cui un cliente prende alloggio in un esercizio mentre per "presenze" si intende il numero di notti trascorse consecutivamente dal cliente nella stessa struttura ricettiva (http://www.provincia.vicenza.it/ente/la-struttura-della-provincia/servizi/statistica/dati-statistici/turismo/serie-storiche/turismo_201506.pdf).

¹⁵⁰ http://www.regione.veneto.it/web/guest/comunicati-stampa/dettaglio-comunicati?_spp_detailId=2774239

¹⁵¹ <http://corrieredelveneto.corriere.it/belluno/notizie/cronaca/2013/14-febbraio-2013/turismo-veneto-prima-regionepiu-62-milioni-presenze-2113997400763.shtml>

stabilite dalla Legge regionale n. 33 del 4 novembre 2002 e dalla Legge regionale n. 11 del 14 giugno 2013¹⁵². La Regione del Veneto esercita le funzioni di programmazione e coordinamento in materia turistica tramite tre strumenti, ovvero il Programma Regionale per il Turismo (PRT), il Piano Turistico Annuale (PTA) ed il Programma Promozionale del Settore Primario (PPSP): “il PRT contiene gli obiettivi dell'attività regionale e le misure necessarie per migliorare la qualità e la competitività delle imprese e dei prodotti turistici; il PTA [...] definisce le disponibilità complessive di spesa ed i criteri di assegnazione delle risorse per l'anno 2015; il PPSP [...] delimita il programma delle attività di promozione e valorizzazione delle produzioni agricole ed agroalimentari”¹⁵³. Oltre a svolgere attività di programmazione e coordinamento, la Regione si occupa dell'attuazione di interventi di interesse regionale, dell'incentivazione di attività di interesse turistico di soggetti pubblici e privati e della promozione del turismo veneto in Italia e all'estero¹⁵⁴.

Alcune delle principali e più recenti iniziative in ambito turistico nella regione sono i progetti finanziati e realizzati con il DOCUP¹⁵⁵ del periodo 2000-2006: si tratta di 5 progetti integrati riguardanti le lagune e l'entroterra (con 6 progetti realizzati), la montagna veneta (con 101 progetti realizzati), i parchi regionali e le riserve naturali (con 49 progetti realizzati), le città murate e i sistemi fortificati (con 26 progetti realizzati) e le ville venete (con 19 progetti realizzati), i cui obiettivi erano un aumento della competitività dell'offerta turistica, la valorizzazione del patrimonio naturale, architettonico

¹⁵² <http://www.regione.veneto.it/web/turismo/competenze>

¹⁵³ <http://www.regione.veneto.it/web/turismo/piani-e-programmi>

¹⁵⁴ <http://www.regione.veneto.it/web/turismo>

¹⁵⁵ Il DOCUP (Documento Unico di Programmazione) è un documento utilizzato nell'ambito dell'obiettivo 2 dei Fondi Strutturali europei nel periodo di programmazione 2000-2006: esso analizza la situazione economico-sociale della regione, individua gli obiettivi da raggiungere e le strategie da adottare e specifica le linee di intervento e le risorse finanziarie stanziare (<http://www.regione.veneto.it/web/programmi-comunitari/articolazione-docup>).

e culturale, il supporto alle opportunità turistiche più lontane dai circuiti di massa ed il prolungamento della stagionalità. Altri progetti recenti hanno riguardato il recupero dei Forti di Sant'Andrea (di fronte al Lido di Venezia) e di San Felice (a Sottomarina di Chioggia) a fini turistici e culturali, la valorizzazione del turismo equestre e il sostegno del settore del turismo congressuale¹⁵⁶.

Un'iniziativa attualmente in corso di realizzazione è il progetto interregionale chiamato "Valorizzazione turistica di un prodotto culturale: le ville" al quale aderiscono, oltre al Veneto, la Toscana, la Sardegna e la Campania. La regione Veneto ha proceduto nel 2008 alla stesura di un Piano regionale di valorizzazione delle Ville venete, nel quale ha definito gli obiettivi da raggiungere (suddivisi in 5 punti principali) e i metodi da adottare: nell'ambito di questo progetto è stata realizzata un'indagine conoscitiva del segmento turistico dall'Università Ca' Foscari per analizzare le potenzialità delle ville come fattori di attrattiva ed è stata elaborata una Carta dei Servizi, "una sorta di "decalogo" dei giorni di apertura e dei servizi offerti al turista dalle ville venete aperte al pubblico" ¹⁵⁷.

Per quanto riguarda il turismo rurale, il suo elevato potenziale, come osservato nel PSR 2007-2013 della Regione Veneto, non è ancora sufficientemente valorizzato. Per quanto riguarda gli agriturismi, l'offerta della regione risulta ancora modesta (nonostante nel 2014 sia stato rilevato un aumento del 9,1% dei pernottamenti in agriturismi rispetto all'anno precedente e ciò dimostri il crescente interesse della domanda nei confronti di questa forma di turismo¹⁵⁸) e i servizi offerti dalle attività agrituristiche sembrerebbero non sufficientemente differenziati o innovativi, essendo

¹⁵⁶ <http://www.regione.veneto.it/web/turismo/progetti-conclusi>

¹⁵⁷ <http://www.regione.veneto.it/web/turismo/ville-venete>

¹⁵⁸ http://www.regione.veneto.it/web/guest/comunicati-stampa/dettaglio-comunicati?_spp_detailId=2774239

ancora eccessivamente legati alle attività tradizionali¹⁵⁹. Anche il PSR 2014-2020 riconosce la situazione di scarsa applicazione della multifunzionalità dell'agricoltura, con un numero attualmente ridotto di aziende che cerca di diversificarsi, e afferma inoltre la necessità di porre una maggiore attenzione anche allo sviluppo dell'offerta di escursionismo (Regione del Veneto, 2015).

Una delle innovazioni maggiori in ambito di turismo rurale risultano essere le Fattorie Didattiche, ovvero aziende agricole o ittiche che svolgono attività didattiche al fine di educare al territorio e alla cultura rurale: il 17 dicembre 2013 la Giunta regionale ha ampliato la legge regionale n. 28 del 10 agosto 2012 "Disciplina dell'agriturismo, ittiturismo e pescaturismo" al turismo rurale e delle fattorie didattiche, regolamentando così un'attività svolta nella regione fin dal 2003, quando è nato il progetto regionale "Fattorie didattiche" nell'ambito del Programma interregionale "Comunicazione ed educazione alimentare". Tramite l'ampliamento della legge è stata individuata anche una definizione precisa di turismo rurale, ricomprendendo in esso "tutte quelle attività culturali, ricreative, di pratica sportiva, di escursionismo, ippoturismo e avioturismo, riferite all'ambiente rurale e degli ecosistemi acquatici e vallivi, svolte anche all'esterno dei beni fondiari nella disponibilità dell'impresa; l'allevamento di specie animali e la coltivazione di specie vegetali a fini amatoriali e di sviluppo del turismo naturalistico e rurale; la realizzazione di iniziative di supporto alle attività di cicloturismo e di ippoturismo anche in connessione a percorsi e itinerari turistici; la mescolta di vino, olio o birra ai fini della promozione e la vendita diretta dei prodotti dell'azienda"¹⁶⁰.

Nell'ambito del PSR veneto 2007-2013, la misura 313 (Incentivazione delle attività turistiche) prevedeva un miglioramento dell'offerta turistica

¹⁵⁹ Regione del Veneto - Dipartimento Agricoltura e Sviluppo Rurale (2014), *Programma di Sviluppo Rurale per il Veneto 2007-2013. Testo aggiornato*

¹⁶⁰ <http://www.veneziatoday.it/speciale/earth-day/veneto-approvata-legge-regionale-per-turismo-rurale-fattorie-didattiche.html>

tramite 5 azioni, quali la realizzazione di itinerari e/o percorsi segnalati, la realizzazione o adeguamento di piccole strutture e infrastrutture, la progettazione di servizi per la promozione dell'offerta di turismo rurale, la realizzazione di attività informative, promozionali e pubblicitarie e l'integrazione dell'offerta turistica (ovvero la "realizzazione di iniziative e progetti che promuovano il collegamento funzionale fra l'offerta turistico-ricettiva e culturale del Veneto e le zone di produzione di prodotti tipici e di qualità delle aree rurali")¹⁶¹. A questa misura era stato attribuito l'8% delle risorse pubbliche dell'asse 3 (3,85 milioni di euro) che attivavano 7 milioni di euro di investimenti totali (a cui vanno sommate le risorse derivabili dall'asse 4) che prevedevano di finanziare 472 nuove iniziative turistiche (Agriconsulting, 2010).

Tuttavia, dati aggiornati a giugno 2015 mostrano che il totale della spesa FEASR realizzata per questa misura è stato di 319.000 euro, ovvero il 23% della quantità programmata (1.364.000 euro), mentre la spesa pubblica totale è stata di 724.000 euro, ovvero il 23% della quantità pianificata (3.100.000 euro)¹⁶²: ciò può essere dovuto ai ritardi nell'avvio delle iniziative attuabili con approccio LEADER, che ha quindi avuto conseguenze sull'avvio di gran parte delle misure dell'Asse 3 (Agriconsulting, 2010).

L'offerta di turismo rurale in Veneto attualmente comprende, oltre ai vari agriturismi e fattorie didattiche, anche una rete molto ampia di itinerari e percorsi sia legati a temi di diverso genere sia dedicati all'ippoturismo, al cicloturismo, all'escursionismo, al turismo enogastronomico (nelle Strade del vino e dei prodotti tipici), al turismo fluviale, al turismo culturale e al

¹⁶¹ Regione del Veneto - Dipartimento Agricoltura e Sviluppo Rurale (2014), *Programma di Sviluppo Rurale per il Veneto 2007-2013. Testo aggiornato*

¹⁶² ENRD (European Network for Rural Development) (2015), *Rural Development Programmes 2007-2013 - State of play of Total Public and EAFRD expenditure per measure in Veneto, Italy*. Disponibile all'indirizzo: <https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/mi_financial_fiche_2015_it_veneto_0.pdf>

turismo religioso¹⁶³. Vengono organizzati, inoltre, eventi e festival rurali legati in particolar modo ai prodotti agro-alimentari tipici che, pur non richiamando ancora un numero elevato di turisti e attirando prevalentemente escursionisti provenienti da un bacino ristretto, stanno contribuendo alla promozione dei prodotti e alla diffusione della conoscenza del nome di località minori (Trevisan G., 2002).

Un'iniziativa particolarmente rilevante nell'ambito del turismo rurale in Veneto è costituita dal Progetto di Cooperazione Transnazionale *Rural Emotion* (REM), che coinvolge 6 GAL Veneti (GAL Patavino, Antico Dogado, Bassa Padovana, della Pianura Veronese, Terra Berica e Montagna Vicentina) ed un GAL Finlandese (Pojois Satakunta) e che punta alla promozione e alla valorizzazione di itinerari culturali nei territori interessati. L'obiettivo è, infatti, quello di sviluppare il turismo rurale collegandolo all'offerta di turismo culturale delle zone coinvolte: ogni GAL ha individuato delle figure che siano rappresentative della propria identità e della propria storia (come, ad esempio, architetti, artisti, scrittori o musicisti) e ha creato itinerari culturali legati ad esse elaborando, così, interventi di qualificazione e di promozione dell'offerta turistica-rurale locale¹⁶⁴. Inoltre, sono state organizzate fino ad oggi due edizioni della "Borsa del Turismo Rurale Veneto", organizzata dai Consorzi che insistono sui territori coinvolti dal progetto REM, il cui obiettivo è la promozione dell'offerta turistica rurale della Regione Veneto: quest'iniziativa vuole fornire un'occasione di incontro e di confronto tra tour operator nazionali ed internazionali (invitati a visitare le bellezze della regione) e gli operatori del turismo rurale veneto¹⁶⁵.

¹⁶³ <http://piave.veneto.it/web/consumatori/turismo-rurale>

¹⁶⁴ <http://www.galterraberica.it/progetti-di-cooperazione/rural-emotion-rem.html>

¹⁶⁵ <http://www.galterraberica.it/notizie/75-notizie-dal-gal-terra-berica/187-la-borsa-del-turismo-rurale-veneto.html>

L'area è caratterizzata da un paesaggio vario e dalla presenza di molteplici elementi di interesse turistico e culturale, i più importanti dei quali sono le numerose ville di Andrea Palladio, celebre architetto del Cinquecento, che hanno permesso a Vicenza (chiamata "città del Palladio") di essere inserita nel 1994 nella Lista dei patrimoni dell'umanità dell'UNESCO. La provincia offre inoltre ai turisti la possibilità di percorrere numerosi itinerari che attraversano i Colli Berici, le zone dei castelli, gli altipiani di Tonezza e di Asiago, le valli dell'Astico e del Canale del Brenta-Valsugana e l'area delle Piccole Dolomiti¹⁶⁷. La Provincia comprende due Sistemi Turistici Locali (quello di Vicenza e quello di Asiago) ed è suddivisa in cinque Comprensori Turistici (Asiago, Vicenza, Recoaro Terme, Bassano del Grappa e Tonezza del Cimone).

I dati disponibili per il 2014 hanno evidenziato la presenza di 260 esercizi alberghieri nella provincia per un totale di 13.149 posti letto e hanno rilevato che il totale di arrivi e di presenze turistiche sono stati rispettivamente di 638.853 e 1.754.453, mostrando una diminuzione rispettivamente dello 0,8% e del 5,4% rispetto all'anno precedente; considerando in particolare gli agriturismi, mentre gli arrivi sono diminuiti dello 0,35% rispetto al 2013, le presenze in questo tipo di strutture sono aumentate del 16,44%¹⁶⁸.

4.3.1 L'area Berica e le principali risorse del territorio

La zona conosciuta come "area Berica" è costituita da 24 comuni¹⁶⁹ situati nella parte sud della provincia di Vicenza, la quale comprende i Colli Berici e

¹⁶⁷ <http://www.provincia.vicenza.it/turismo/presentazione>

¹⁶⁸ http://www.provincia.vicenza.it/ente/la-struttura-della-provincia/servizi/statistica/dati-statistici/turismo/serie-storiche/turismo_201506.pdf

¹⁶⁹ I comuni compresi nell'area Berica sono i seguenti: Arcugnano, Brendola, Sarego, Lonigo, Longare, Montegalda, Montegaldella, Castegnero, Nanto, Mossano, Barbarano Vicentino, Villaga, Sossano, Albettono, Campiglia dei Berici, Agugliaro, Noventa Vicentina, Zovencedo,

la pianura circostante: si tratta di un'area prevalentemente rurale ed omogenea per quanto riguarda le caratteristiche fisico-geografiche, economiche, sociali e storico-culturali. La zona occupa una superficie di 469.18 km² (che corrispondono al 17,11% della superficie provinciale e al 2,5% di quella regionale), il 55% dei quali appartiene ai comuni di pianura e il 45% dei quali appartiene ai comuni di collina¹⁷⁰. Il totale della popolazione residente è di 93.349 persone, il 21,5 % delle quali risiede in aree rurali (GAL Terra Berica, 2008), e la densità di popolazione è di 198,96 abitanti per km².

Per quanto riguarda il contesto socio economico, le Unità Locali¹⁷¹ registrate risultano essere 11.867, dimostrando un andamento negativo a partire dal 2009 (con 12.207 unità registrate) ad eccezione dei settori del commercio e dei servizi. Il totale delle unità è suddiviso nei vari settori economici nel modo seguente: 2916 in agricoltura (-11,61% rispetto al 2009), 1960 in industria (-2,63% rispetto al 2009), 2081 in commercio (+4,62% rispetto al 2009), 1619 in costruzioni (-8,01% rispetto al 2009), 2898 in servizi (+8,33% rispetto al 2009) e 393 in altri settori (-16,56% rispetto al 2009) (GAL Terra Berica, 2015).

Le seguenti immagini rappresentano i comuni appartenenti all'area Berica, la densità della popolazione nella zona e una mappa del territorio:

Grancona, San Germano dei Berici, Alonte, Orgiano, Asigliano Veneto, Poiana Maggiore (<http://www.galterraberica.it/home/il-territorio/i-comuni-dellarea-gal.html>).

¹⁷⁰ <http://www.galterraberica.it/home/il-territorio/i-comuni-dellarea-gal.html>

¹⁷¹ Il termine "Unità Locale" è riferito a "un'impresa o a una parte di un'impresa situata in una località topograficamente identificata. In tale località, o a partire da tale località, una o più persone svolgono (lavorando eventualmente a tempo parziale) delle attività economiche per conto di una stessa impresa." (http://www.istat.it/it/files/2011/02/notametodologica_07.pdf?title=Unit%C3%A0+locali+imprese-ASIA+-+03%2Fdic%2F2009+-+notametodologica_07.pdf).

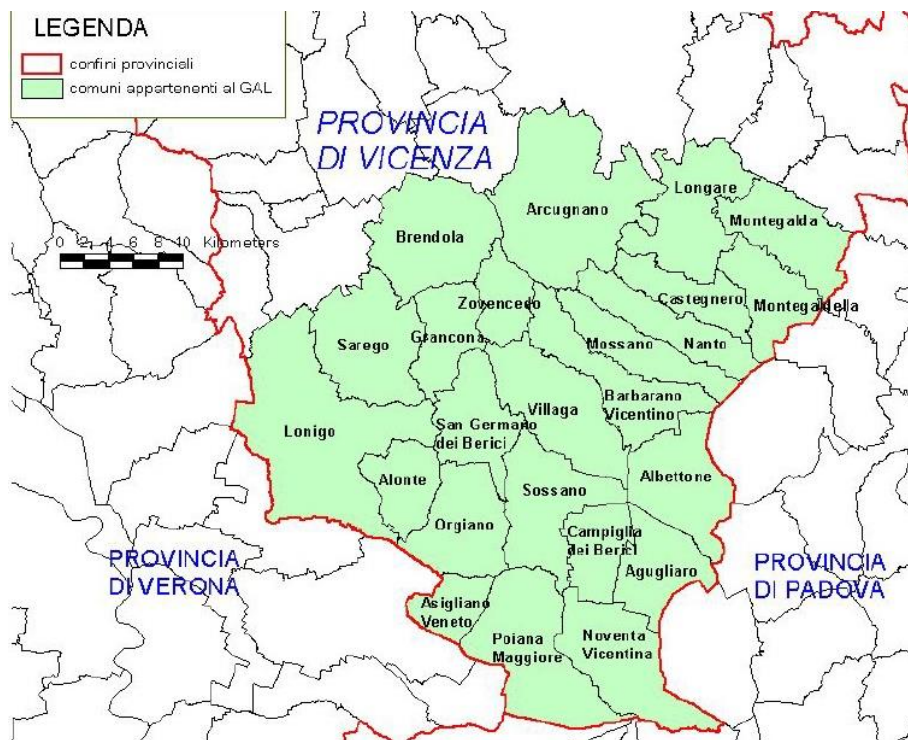


Fig. 15 - I comuni appartenenti all'area Berica

Fonte: GAL Terra Berica (2008), *Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 - Programma di Sviluppo Locale (PSL) del GAL Terra Berica*

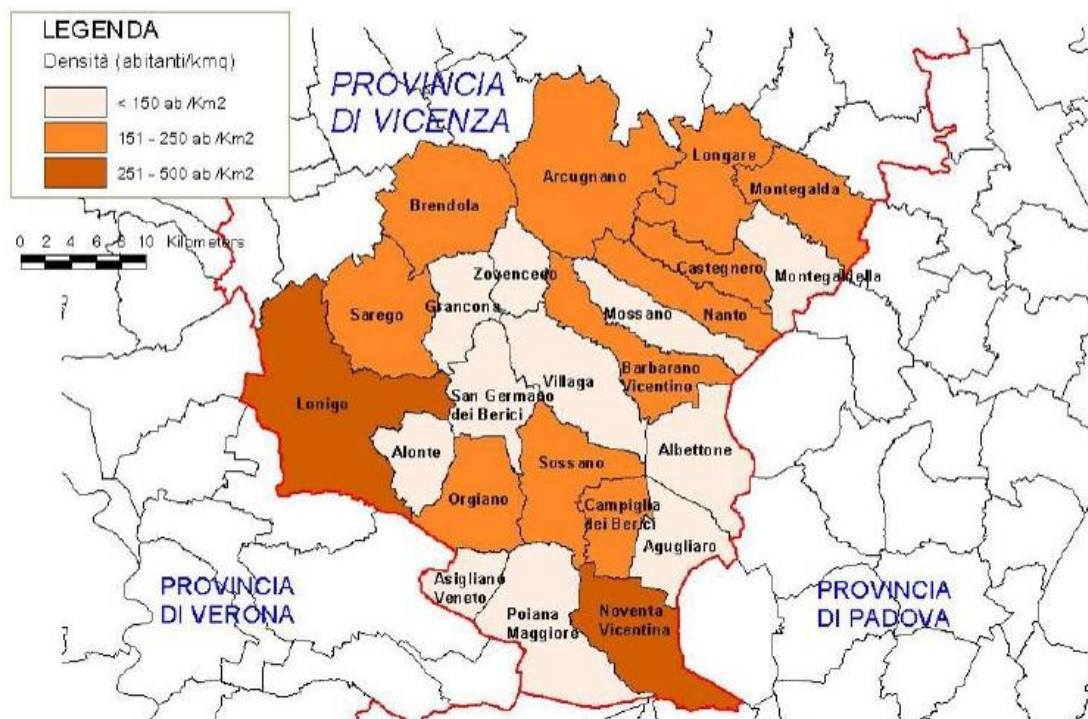


Fig. 16 - La densità della popolazione in area Berica

Fonte: GAL Terra Berica (2008), *Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 - Programma di Sviluppo Locale (PSL) del GAL Terra Berica*

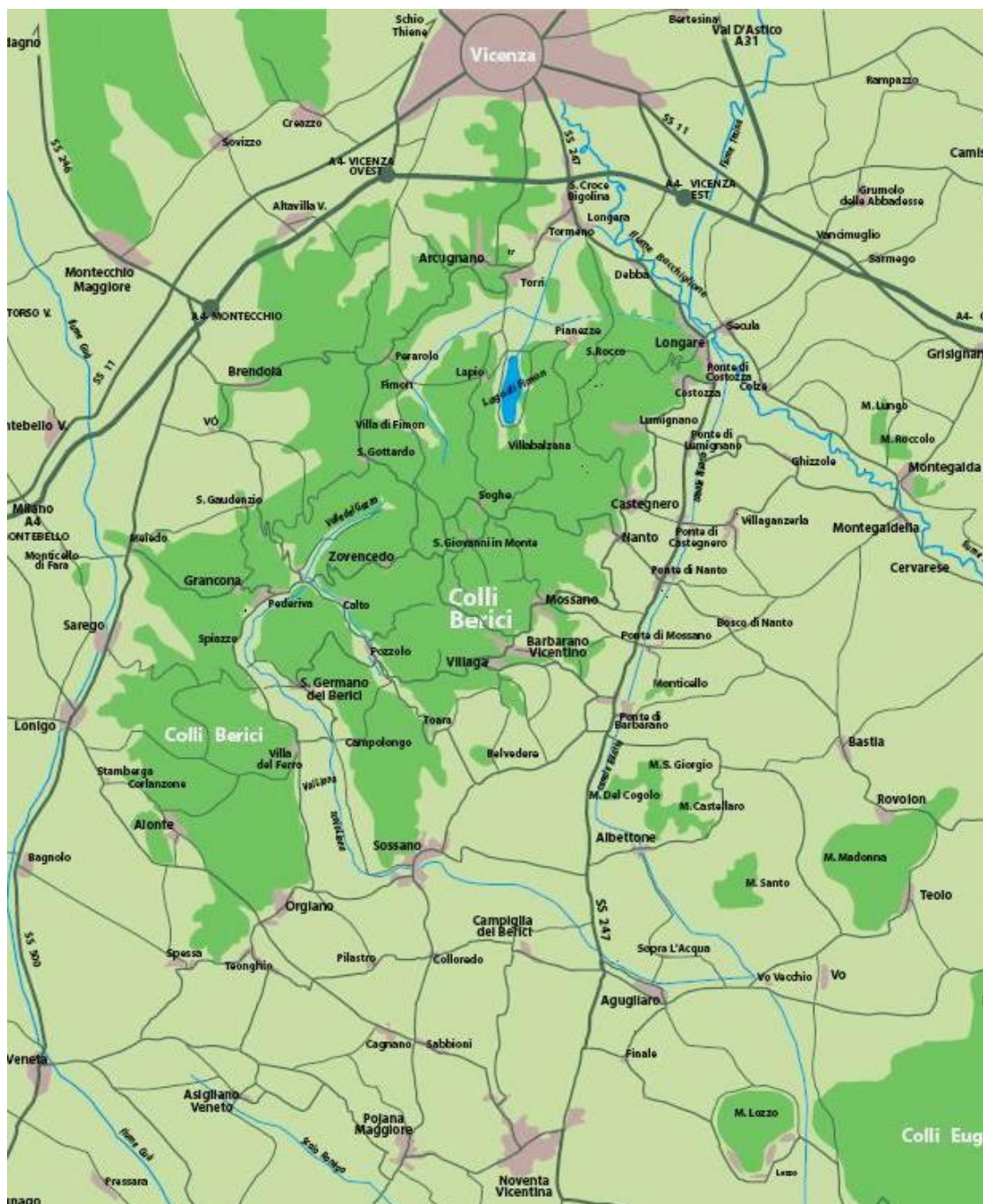


Fig. 17 - Mappa del territorio dell'area Berica

Fonte: <http://www.colliberici.it/?pg=mappe&id=1>

L'area Berica è ricca di risorse naturali, geologiche, architettoniche e storico-culturali. Un'oasi particolare di risorse paesaggistiche è costituita dai Colli Berici, che coprono una superficie di circa 200 km² e si estendono per circa 24 km a partire dalla città di Vicenza in direzione sud: si tratta di un Sito di Importanza Comunitaria (SIC) che fa parte della Rete Natura 2000. Essi sono

caratterizzati da rilievi che superano raramente i 400 metri (il punto più alto è di 440 metri) e dalla presenza di due incisioni vallive, ovvero la Val Liona e l'insieme delle Valli di Fimon (nelle quali si trova il Lago di Fimon, l'unico lago ancora esistente nei Colli Berici). Una caratteristica che rende particolarmente interessante quest'area è la differenza morfologica tra il lato orientale e quello occidentale: mentre nella parte nord-orientale i colli assumono un aspetto più frastagliato con pareti rocciose, nella parte sud-occidentale essi assumono un profilo più morbido e sono caratterizzati da una vegetazione di tipo mediterraneo abbastanza singolare; inoltre, nella parte interna, grazie alla particolare conformazione del terreno e alla vegetazione si possono trovare microclimi peculiari che rendono ancora più interessante questa zona¹⁷². Il paesaggio circostante è caratterizzato da prati e seminativi o da vigneti, ulivi e ciliegi (GAL Terra Berica, 2008).

Nel corso degli ultimi secoli l'uomo ha trasformato radicalmente il paesaggio naturale locale: la distruzione di boschi originari, l'introduzione di specie esotiche, la bonifica e il prosciugamento delle zone umide e paludose e la creazione artificiale di terreni agrari, prati e pascoli hanno causato un'alterazione dell'ambiente e delle sue componenti vegetazionali e faunistiche¹⁷³. Inoltre, l'area Berica negli ultimi decenni ha purtroppo assistito alla costruzione di numerosi edifici, capannoni ed infrastrutture: il Veneto infatti, secondo i dati elaborati dall'ISPRA (Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientali), risulta essere la seconda regione in Italia per consumo di suolo dopo la Lombardia (Munafò M. e Tombolini I., 2014). Questa progressiva cementificazione del territorio, che Coldiretti ha definito "selvaggia", ha portato alla perdita nella provincia di Vicenza di 19.462 ettari

¹⁷² <http://www.tuttoberici.it/conoscere/Conoscere-Area-Berica.htm?#Geologia>

¹⁷³ <http://www.colliberici.it/?pg=pagina&id=10>

(3.313 a seminativi e 16.290 a prati permanenti e pascoli) e costituisce un rischio per le risorse naturali dell'area Berica¹⁷⁴.



Fig. 18 - Il paesaggio dei Colli Berici

Fonte: <http://www.veneto.eu/veneto-qualita-dettaglio?uuid=6fbf8005-6c7f-476b-a8a6-a0d951a8b85c&lang=it>



Fig. 19 - Il lago di Fimon

Fonte: <http://www.magicoveneto.it/Berici/Fimon/Lago-di-Fimon-Arcugnano-Foto-215.jpg>

¹⁷⁴ http://www.vicenza.coldiretti.it/cementificazione-selvaggia-nel-vicentino.aspx?KeyPub=GP_CD_VICENZA_HOME|CD_VICENZA_HOME&Cod_Oggetto=52089285&subskintype=Detail

Dal punto di vista geologico, il territorio è modellato dalla presenza di roccia calcarea soggetta al fenomeno del carsismo, che ha favorito la formazione di grotte usate nel corso del tempo sia come abitazioni sia come eremi: in particolare, lungo il versante est dei rilievi sono presenti numerose cavità naturali denominate “covoli”, la cui elevata concentrazione (se ne contano oltre 430) rende i Colli Berici una delle più interessanti realtà carsiche italiane (GAL Terra Berica, 2008). Lo straordinario rapporto che lega l’area dei Colli Berici alla pietra è testimoniato dall’attività intensa, presente da duemila anni, di estrazione di una roccia calcarea nota come “Pietra di Vicenza” e dalla lunga tradizione di lavorazione di questo materiale, usato anche per la costruzione di ville, statue e capitelli della zona: la storia economica del luogo si incrocia, in questo modo, con quella sociale e culturale¹⁷⁵.

Dal punto di vista artistico ed architettonico, l’area Berica è famosa in particolar modo per il numero elevato di ville presenti, risalenti soprattutto al XVI secolo: alcune di queste, come Villa Pojana, Villa Saraceno, Villa Pisani e Villa Trissino, sono state progettate da Andrea Palladio e sono state inserite nella Lista dei patrimoni dell’umanità dell’UNESCO, mentre altre richiamano lo stile palladiano ma sono state progettate in gran parte da allievi o seguaci del celebre architetto (GAL Terra Berica, 2008). Altri elementi di elevato interesse storico-culturale che costituiscono il patrimonio rurale locale sono i castelli, le chiese, gli eremi, i borghi medievali o rinascimentali e i mulini ad acqua¹⁷⁶.

La zona è anche famosa per i suoi prodotti tipici, quali l’olio d’oliva, il tartufo nero dei Berici, i piselli dei Berici, il miele, il radicchio rosso, il riso, la patata, la Sopressa Vicentina Dop e il prosciutto dolce euganeo-berico; inoltre, l’area Berica è caratterizzata da una forte tradizione viti-vinicola (i vini più noti sono i Cabernet, i Merlot, i Pinot ed il Barbarano) grazie alla

¹⁷⁵ <http://www.colliberici.it/?pg=pagina&id=121>

¹⁷⁶ <http://www.tuttoberici.it/arte/Arte-Architettura-Musei-Area-Berica.htm>

particolare natura del terreno e del clima che permette ai vini prodotti di raggiungere elevati livelli di qualità¹⁷⁷.

4.3.2 Lo sviluppo e il turismo rurale in area Berica

Nell'ambito dello sviluppo rurale in area Berica un ruolo centrale è svolto dal Gruppo di Azione Locale Terra Berica. Costituito nel 2008 come Società cooperativa a responsabilità limitata, il GAL comprende tra i soggetti pubblico-istituzionali la Provincia di Vicenza e la Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Vicenza, oltre ai 24 comuni dell'area interessata, e tra i soggetti privati Confartigianato Vicenza, l'Associazione Commercio Turismo Servizi e PMI della Provincia di Vicenza (ASCOM), la Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola Impresa, la Federazione Provinciale Coldiretti di Vicenza e il Museo della civiltà contadina ONLUS (GAL Terra Berica, 2015).

Il GAL, tramite il Piano di Sviluppo Locale per il periodo di programmazione 2007-2013, ha cercato di promuovere un modello di sviluppo che attivi un'economia dinamica e diversificata e che valorizzi adeguatamente il patrimonio naturalistico e storico-culturale locale. Questo modello era già stato applicato da alcune iniziative di singoli privati ed enti, ma la mancanza di un coordinatore unico e di un sistema d'area le ha rese scoordinate e poco incisive (GAL Terra Berica, 2008).

Il PSL ha riconosciuto in particolar modo le potenzialità del turismo e ha incentrato su di esso la propria strategia, cercando così di migliorare la situazione esistente: il GAL aveva rilevato, infatti che l'offerta turistica in area Berica si basava quasi esclusivamente sull'enogastronomia e non valorizzava adeguatamente il patrimonio artistico, architettonico e naturale dell'area; inoltre, nell'ambito della ricettività, non esisteva un'attività permanente a carattere alberghiero estesa per medi o lunghi periodi e i flussi turistici che interessavano la zona erano prevalentemente di breve durata

¹⁷⁷ <http://www.tuttoberici.it/prodotti/Cultura-Popolare-Artigianato-Prodotti.htm>

(nel fine settimana). Si avevano comunque segnali positivi per quanto riguardava i Bed and Breakfast (nel territorio ne erano stati contati 21) e le aziende agrituristiche (circa 55), ma i servizi offerti risultavano in generale poco differenziati e concentrati soprattutto sulle attività tradizionali; l'iniziativa più innovativa presente nel territorio era rappresentata dalle fattorie didattiche, in totale 17 nell'area del GAL e 55 in tutta Provincia di Vicenza, che risulta la provincia del Veneto con il maggior numero di queste strutture (GAL Terra Berica, 2008). Il GAL aveva, inoltre, individuato ed elencato nel PSL un'altra serie di problemi strutturali ed organizzativi dovuti alla mancanza di:

- uffici informativi;
- servizi fondamentali per i turisti come, ad esempio, il trasporto nei punti di interesse;
- un'offerta turistica chiara ed effettiva con, ad esempio, pacchetti turistici che prevedano ville aperte al pubblico in orari ben definiti e con guide turistiche;
- itinerari ben definiti e segnalati.

Per questi motivi, l'obiettivo del PSL è stato quello di "attivare uno sviluppo sostenibile del territorio rurale attraverso la creazione di una rete di percorsi turistici sul territorio che rappresentino il volano per la diversificazione dell'economia rurale, il recupero del patrimonio storico, culturale e ambientale, la qualificazione delle competenze e dei servizi essenziali alle popolazioni rurali"¹⁷⁸. Tuttavia, era necessario che questi itinerari, affinché potessero aiutare lo sviluppo economico locale, venissero valorizzati tramite iniziative integrate che permettessero di "accogliere il turista e di tradurre i suoi bisogni espressi e inespressi in tutte le opportunità di fruizione del territorio: pacchetti turistici integrati, itinerari a tema, percorsi tra i principali

¹⁷⁸<http://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/7262#c6fd54>

punti di interesse, percorsi alla scoperta dei punti di interesse minori, strutture ricettive, ristorazione, possibilità di praticare sport, ecc.” (GAL Terra Berica, 2008).

Oltre a creare itinerari culturali, cicloturistici, storici e fluviali, il GAL Terra Berica si è anche impegnato nei progetti di cooperazione *Rural Emotion* (REM), già precedentemente citato, e *Turismo Pedemontano Veneto* (TPV). Il GAL Terra Berica ha preso parte, infatti, al Progetto di Cooperazione Transnazionale *Rural Emotion* (REM) e ha individuato come figure rappresentative della propria storia ed identità l’architetto del Cinquecento Andrea Palladio e lo scrittore ottocentesco Antonio Fogazzaro: sono stati creati itinerari culturali legati alla loro vita e alle loro opere e, per la loro promozione, sono stati realizzati sia un fumetto chiamato “Nelle Terre dei GAL” (in cui il protagonista in 6 episodi scopre i luoghi e le tradizioni dei GAL aderenti al progetto) sia dei percorsi di *geocatching* (una caccia al tesoro che fa uso di dispositivi GPS come gli smartphone) che portano i turisti nei punti meno conosciuti ma più suggestivi del territorio (ad esempio, nell’area del GAL Terra Berica i contenitori da rintracciare sono stati nascosti all’interno di antiche torri)¹⁷⁹.

Inoltre, il GAL Terra Berica ha aderito al progetto di cooperazione *Turismo Pedemontano Veneto* (TPV) che coinvolge i GAL che operano su Verona, Vicenza e Treviso: esso prevede la realizzazione in zone collinari di itinerari, aree di sosta e uffici informativi che permettano ai turisti di attraversare a piedi o in bici luoghi caratterizzati da ville e borghi storici o da paesaggi suggestivi. Per quanto riguarda l’area del GAL Terra Berica, questo progetto ha finanziato la creazione dell’ Altavia dei Berici, un itinerario prevalentemente naturalistico destinato ad escursionismo, cicloturismo ed ippoturismo: lungo 130 km e suddiviso in 11 tappe, esso attraversa 17 comuni (Arcugnano, Altavilla Vicentina, Brendola, Grancona, Sarego,

¹⁷⁹ <http://www.galterraberica.it/progetti-di-cooperazione/rural-emotion-rem.html>

Lonigo, Alonte, Orgiano, San Germano dei Berici, Zovencedo, Sossano, Villaga, Barbarano Vicentino, Mossano, Nanto, Castegnero e Longare) formando un circuito sui colli Berici ed è dotato di 1.200 segnali che indicano il percorso da seguire. Inaugurata nel settembre 2015, l'Altavia costituisce un'iniziativa molto recente e i comuni coinvolti confidano nella capacità del percorso di attirare in futuro turisti non solo da fuori provincia/regione ma anche dall'estero, sfruttando l'eccellente offerta paesaggistica, artistico-culturale e gastronomica dei Berici e contribuendo in questo modo allo sviluppo delle aree interessate¹⁸⁰.

4.4 Un walking festival in area Berica: nuove opportunità

L'area Berica, con tutte queste risorse, potrebbe costituire una zona ideale per l'organizzazione di un walking festival sull'esempio di quelli irlandesi, grazie alle sue numerose risorse che sarebbero in grado di attrarre flussi turistici considerevoli. Le escursioni organizzate per quest'occasione potrebbero rispondere a un'ampia gamma di esigenze dei turisti sfruttando il ricco patrimonio naturalistico-geologico, artistico, storico e culturale della zona e la rete di percorsi ed itinerari creati. Inoltre, non mancano certo prodotti tipici locali e vini da far degustare ai partecipanti in soste in agriturismo ed aziende vitivinicole né iniziative innovative, ma ancora poco diffuse, come l'organizzazione di spettacoli e concerti¹⁸¹ nelle grotte dei Colli Berici che, inseriti all'interno di un walking festival, potrebbero intrattenere i turisti e, allo stesso tempo, costituire un'occasione per far loro conoscere la tradizione dell'estrazione e lavorazione della "Pietra di Vicenza". Infine, l'Altavia dei Berici creata recentemente potrebbe costituire uno dei tracciati principali del festival grazie alla sua estensione e al fatto che si interseca con

¹⁸⁰ <http://www.ilgiornaledivicenza.it/territori/area-berica/l-altavia-dei-berici-br-diventa-realt%C3%A0-br-domenica-si-parte-1.3347877>

¹⁸¹ http://www.colliberici.it/back/data/news/bandas_progsalajazzedintornipdf_1.pdf

quasi tutti gli altri itinerari e sentieri esistenti (la si potrebbe paragonare alla Ballyhoura Way, che ha rappresentato uno dei percorsi maggiori attraversati dal *Ballyhoura International Walking Festival*).

In area Berica sono già presenti iniziative che potrebbero costituire un buon punto di partenza per l'organizzazione di un walking festival: quello di Ballyhoura, prima di espandersi e cercare la partecipazione di turisti stranieri, era nato soprattutto per gli abitanti della zona affinché familiarizzassero con la rete di cammini dell'area e, allo stesso modo, molte associazioni presenti in area Berica stanno già organizzando delle escursioni/visite guidate di un pomeriggio o di una giornata che prevedono la scoperta del patrimonio naturalistico, culturale ed enogastronomico della zona e che sono destinate principalmente alla popolazione locale.

La maggior parte di queste iniziative è organizzata dal Consorzio delle Pro Loco Colli Berici e Basso Vicentino¹⁸², che organizza e promuove grazie al finanziamento del GAL Terra Berica i "Sabati in Villa", le "Domeniche Natural-Culturali", le "Iniziativa Palladiane", la serie di eventi "Per non dimenticare la Grande Guerra" e "In autunno vanno di scena i colori", i "Sabati mattina dell'AltaVia" e le "Passeggiate sui colli". I "Sabati in Villa" sono pomeriggi dedicati alla scoperta di ville, eremi, santuari e conventi della zona; le "Domeniche Natural-Culturali" sono escursioni domenicali su itinerari naturalistici e culturali; le "Iniziativa Palladiane" sono costituite da una serie di visite ed attività legate alle opere di Andrea Palladio; "Per non dimenticare la Grande Guerra" è un filone di uscite tematiche nato per

¹⁸² Il Consorzio Pro Loco Colli Berici e Basso Vicentino comprende e coordina le 24 Pro Loco attive in area Berica. Il Consorzio è attivo da trent'anni sia nell'ambito socio-culturale sia in quello turistico, offrendo servizi alle Pro Loco e alle associazioni del territorio, fornendo informazioni e materiali turistici sulla provincia di Vicenza e organizzando vari eventi di carattere culturale, musicale, artistico ed enogastronomico al fine di creare un'identità turistica ben riconoscibile dei Colli Berici (Consorzio Pro Loco Colli Berici - Basso Vicentino, 2015).

celebrare il centenario della Prima Guerra Mondiale e due delle uscite previste visitano i luoghi nei Berici dove erano già stati preparati i trinceramenti per il timore che arrivasse la guerra; “In autunno vanno di scena i colori” prevede una serie di itinerari autunnali dedicati alla natura; i “Sabati mattina dell’AltaVia” prevedono cinque escursioni che percorrono circa metà del tracciato complessivo dell’Altavia dei Berici e che puntano a far conoscere questo nuovo itinerario, considerato il futuro turistico dei Colli Berici; infine, le “Passeggiate sui colli” sono passeggiate, escursioni notturne, visite guidate a siti, feste, marce o bicicletate che vengono svolte da aprile a dicembre¹⁸³.

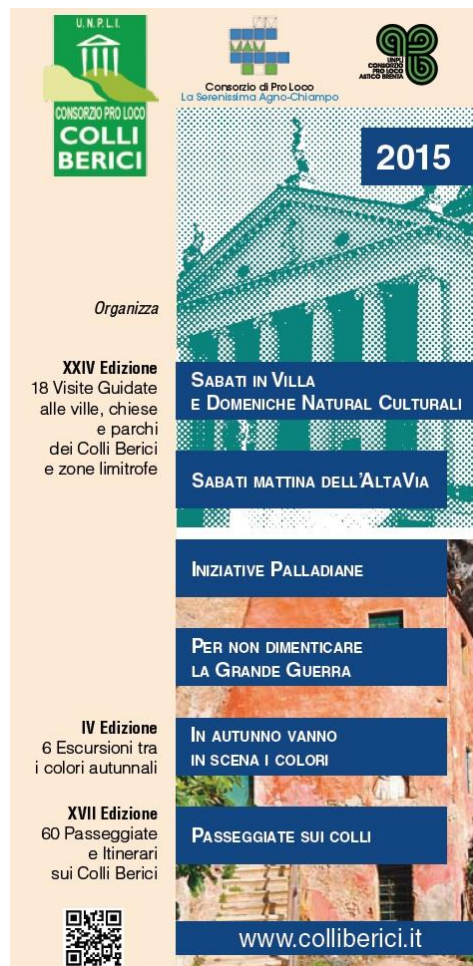


Fig. 20 - Le iniziative del Consorzio delle Pro Loco Colli Berici e Basso Vicentino
 Fonte: http://www.colliberici.it/back/data/news/sabatiinvilla_2015_lowpdf_1.pdf

¹⁸³ http://www.colliberici.it/back/data/news/sabatiinvilla_2015_lowpdf_1.pdf

Un altro esempio di iniziative legate al patrimonio dell'area Berica è costituito dalle "Passeggiate a tutta natura" organizzate dalla Società cooperativa sociale "I Berici". Sono previste 8 escursioni guidate ("Berici sotterranei", "La valle dei mulini", "Andar per piante", "La grotta di San Bernardino", "Le forme dell'acqua", "Il cammino dell'uomo", "Sentiero 81 a Mossano" e "Il bosco dei Selbanelli") di tipo naturalistico, botanico, archeologico ed etnografico. Tuttavia, le visite ed escursioni vengono organizzate su prenotazione per singoli, famiglie e gruppi organizzati e non costituiscono, quindi, iniziative regolari e aperte a tutti¹⁸⁴.

Infine, ogni anno i gruppi "Tutto Berici" e "Magico Veneto" organizzano il giorno di Pasquetta una "Passeggiata di Primavera" alla quale prendono parte prevalentemente famiglie e gruppi di escursionisti locali; a queste gite partecipano anche alcuni esperti che guidano i partecipanti e descrivono loro la storia, la flora e la fauna delle zone attraversate¹⁸⁵.



Fig. 21 - La "Passeggiata di Primavera" del 2015

Fonte: <http://www.magicoveneto.it/Berici/Sossano/Escursione-Sossano-Campolongo-Monte-Cistorello.htm>

¹⁸⁴ <http://www.coopiberici.it/percorsi/>

¹⁸⁵ <http://www.magicoveneto.it/Berici/Sossano/Escursione-Sossano-Campolongo-Monte-Cistorello.htm>

A tutte queste iniziative va certamente riconosciuto il merito di cercare di valorizzare il patrimonio locale attraverso una fruizione del territorio che sia sostenibile, ma è evidente che non presentano ancora le caratteristiche necessarie per attrarre flussi turistici più consistenti e soprattutto provenienti dalle altre regioni italiane o dall'estero:

- si tratta di visite od escursioni guidate la cui durata varia da un pomeriggio a una giornata intera e non sono mai, quindi, eventi che coprono più giorni o una settimana;
- spesso le iniziative ruotano attorno ad un unico tema (ad esempio, la natura, la storia o i prodotti tipici del territorio) o, comunque, non prevedono l'integrazione di un numero sufficiente di temi ed attività al fine di presentare il territorio in maniera completa (ad esempio, presentare sia la flora/fauna, sia la storia, sia il patrimonio artistico locale e organizzare nel corso della passeggiata soste in agriturismi o aziende vitivinicole per degustare i prodotti tipici o anche piccoli spettacoli/concerti in luoghi suggestivi): questo problema si potrebbe facilmente superare estendendo la durata dell'evento a più giorni e offrendo varie escursioni di diverso tipo e difficoltà tra cui scegliere in modo che il turista possa partecipare a più passeggiate ed esplorare più a fondo le diverse caratteristiche della zona;
- non si ha alcun tipo di collaborazione con le strutture ricettive e di ristorazione locali che, invece, potrebbero offrire prezzi scontati ai partecipanti a queste iniziative;
- si tratta di eventi ai quali partecipano principalmente gruppi di escursionisti locali o famiglie e non turisti provenienti da altre regioni o dall'estero in quanto queste iniziative vengono promosse prevalentemente a livello locale o al massimo regionale.

In definitiva, si tratta ancora di eventi di dimensioni ridotte e pensati soprattutto per coinvolgere la popolazione locale più che per attrarre turisti da fuori regione. Ad esempio, nel caso delle uscite organizzate dal Consorzio Pro Loco Colli Berici – Basso Vicentino, il 97-98% dei partecipanti è veneto, di cui circa il 70% residente nella Provincia di Vicenza; il flusso è dalle 10 alle 50 persone a escursione e il numero di stranieri è bassissimo, raggiungendo al massimo 10 persone in tutto l'anno. Tuttavia, il numero di partecipanti a queste iniziative è aumentato negli ultimi anni, passando da circa 500 persone in totale nel 2012 a circa 800 nel 2014 e dimostrando il crescente interesse per queste forme di fruizione del territorio (Consorzio Pro Loco Colli Berici - Basso Vicentino, 2015).

L'area Berica sarebbe però dotata di tutte le risorse necessarie per organizzare un walking festival di successo, valorizzando il patrimonio locale tramite un evento che duri più giorni, che preveda diverse attività, che venga promosso non solo a livello locale e che punti, quindi, ad attrarre un gran numero di turisti interessati alle nuove forme di turismo emergenti.

Il manuale "Planning and Organising Walking Festivals in Ireland"¹⁸⁶ può rivelarsi di aiuto per iniziare ad organizzare questo tipo di eventi anche in area Berica: esso può costituire una guida su cui basarsi inizialmente e che possa, in seguito, essere migliorata ed adattata alla realtà locale. Il manuale, infatti, fornisce una descrizione dettagliata su come organizzare e gestire al meglio un walking festival sostenibile che rispetti l'ambiente in cui viene svolto, dando utili suggerimenti su vari aspetti:

- **azioni preliminari:** sviluppo dell'idea, definizione degli obiettivi e del ruolo del comitato organizzatore del festival, analisi di fattibilità, definizione delle date;

¹⁸⁶ Il manuale è consultabile al seguente link:

http://www.irishtrails.ie/National_Trails_Office/Publications/Planning%20and%20Organizing%20Walking%20Festivals.pdf

- **pianificazione del percorso:** analisi dei principali stakeholder e della possibilità di accesso alle aree naturali, valutazione dell’impatto ambientale, definizione di diversi tipi di escursioni in base alle categorie di utilizzatori, analisi dei requisiti degli accompagnatori, definizione dei metodi per fornire informazioni e segnaletica;
- **risorse e strutture:** definizione dello staff necessario e dei suoi requisiti, organizzazione di strutture di supporto ai turisti quali docce e spogliatoi, bagni e punti di ristoro e consultazione con i proprietari delle strutture ricettive locali;
- **finanziamento:** stesura del *business plan*, definizione del budget, analisi delle possibili fonti di finanziamento e strategie per ottenere fondi;
- **marketing:** analisi dei metodi più adatti per promuovere il proprio festival, effettuazione di indagini sui partecipanti;
- **sicurezza e gestione dei rischi:** analisi dei possibili problemi che potrebbero emergere nel corso del festival e stesura di un piano di emergenza da seguire in caso di necessità.

Inoltre, l’area Berica potrebbe trarre spunto dai walking festival che si stanno attualmente diffondendo nel nostro Paese (spesso chiamati “festival del camminare”) e che si ispirano ai paesi del Nord Europa in cui queste manifestazioni sono particolarmente diffuse.

Un esempio prezioso può essere il *Tuscany Walking Festival*, uno dei maggiori organizzati in Italia: esso ha luogo ogni anno a partire dal 2009 tra aprile e maggio e tra settembre ed ottobre nel Parco nazionale dell’Arcipelago Toscano e prevede la possibilità di scegliere tra un’ampia gamma di escursioni di diverso tipo (Musica, Bimbi, Geo, Salute, Filosofia, Storia, Silenzio, Gusto, Spirituale, Leggenda, Natura, Sport) e difficoltà, che permettono al turista di conoscere il territorio in tutti i suoi aspetti; il festival, che dura circa due settimane in primavera e due settimane in autunno,

prevede centinaia di eventi e, in quest'occasione, hotel, ristoranti e negozi offrono prezzi scontati per i partecipanti¹⁸⁷.



Fig. 22 - Il volantino del *Tuscany Walking Festival 2015*

Fonte: <http://www.infoelba.it/foto-isola-delba/eventi-manifestazioni/walking-festival-2015.jpg>

Nel corso degli anni il festival ha avuto un grande successo e ha dimostrato la capacità di questo tipo di eventi di realizzare un perfetto connubio tra profitti turistici e rispetto e attenzione verso l'ambiente¹⁸⁸. Per questo motivo, esso può costituire, oltre ai walking festival irlandesi, un ulteriore esempio a cui ispirarsi per organizzare in area Berica una serie di eventi che valorizzino adeguatamente il patrimonio locale tramite una forma di turismo sostenibile.

¹⁸⁷ <http://www.tuscanywalkingfestival.it/>

¹⁸⁸ http://www.michaelvittori.it/magazine/tuscany_walking_festival_2010/

CONSIDERAZIONI FINALI

Il turismo ha dimostrato di poter svolgere un ruolo fondamentale per lo sviluppo delle aree rurali, offrendo loro l'opportunità di diversificare la propria economia e di migliorare la qualità della vita della popolazione locale.

La regione irlandese di Ballyhoura costituisce uno degli esempi principali di area rurale che, pur non essendo fornita di alcuna risorsa turistica di particolare attrattiva, è riuscita ad emergere progressivamente come destinazione di turismo rurale conosciuta a livello internazionale. Incentrando la propria strategia di sviluppo sul turismo, Ballyhoura ha riscontrato un notevole successo grazie all'elevato coinvolgimento di tutti i soggetti operanti nel territorio e della popolazione locale, all'impegno della comunità nell'acquisire le competenze necessarie per il proprio sviluppo, all'accento posto sulla sostenibilità del processo di sviluppo turistico, alla capacità di utilizzare in maniera efficace i finanziamenti ottenuti, all'attenzione posta sulla qualità e alla capacità di individuare le tendenze emergenti della domanda adattando ad esse la propria offerta. Questa strategia ha portato alla creazione di un'ampia rete di itinerari per lo svolgimento di attività all'aria aperta e all'organizzazione di numerosi festival ed eventi locali in grado di valorizzare il patrimonio naturalistico e storico-culturale della regione.

Una delle iniziative più interessanti è senza dubbio costituita dal *Ballyhoura International Walking Festival*, evento che dura tre giorni e che offre la possibilità di scegliere tra diverse escursioni alle quali partecipare in compagnia di abitanti del posto, esperti in vari ambiti, che svolgono il ruolo di guida turistica. Il turista ha così l'opportunità di mantenersi in forma, di conoscere il patrimonio culturale e naturale del luogo, di degustare i prodotti tipici locali grazie a soste nelle fattorie e di stringere nuove amicizie con

persone di nazionalità diverse. Grazie al crescente successo riscosso dal festival nel corso degli anni, questo modello si è progressivamente diffuso in altre aree rurali di tutta Irlanda e ha portato alla stesura di un manuale che raccoglie indicazioni e suggerimenti per la realizzazione di un walking festival di successo.

Di conseguenza, l'area Berica, che è senza dubbio dotata di un maggior numero di risorse rispetto a Ballyhoura, avrebbe la possibilità di sfruttarle per attrarre un gran numero di persone interessate alle nuove forme di turismo emergenti: il ricco patrimonio naturalistico-geologico, artistico, storico e culturale della zona e la rete di percorsi ed itinerari creati rendono, infatti, l'area Berica un luogo ideale per l'organizzazione di un walking festival di successo. Con la loro morfologia peculiare e la flora e fauna di particolare interesse, i Colli Berici potrebbero ospitare la maggior parte delle escursioni grazie all'elevato numero di percorsi naturalistici presenti e anche alla recente inaugurazione dell'Altavia dei Berici. L'elevata concentrazione di grotte e covoli nella zona costituisce un'ulteriore importante risorsa, in quanto essi potrebbero non solo costituire semplici tappe delle diverse escursioni, ma anche ospitare piccoli spettacoli o concerti, i quali intratterrebbero i turisti e, allo stesso tempo, permetterebbero loro di conoscere la tradizione dell'estrazione e lavorazione della "Pietra di Vicenza". Le escursioni proposte nell'ambito del walking festival verrebbero ulteriormente arricchite dall'organizzazione di visite delle numerose ville presenti in area Berica e da tappe in altri luoghi di elevata rilevanza storico-culturale quali chiese, castelli ed eremi. Inoltre, i partecipanti al festival potrebbero degustare i famosi vini e prodotti tipici dell'area Berica nel corso di soste negli agriturismi e nelle aziende vitivinicole della zona.

Tuttavia, l'area Berica si limita ancora a proporre una serie di iniziative minori, tutte di breve durata (al massimo di una giornata intera), incentrate quasi esclusivamente su un unico tema (ad esempio, la natura, la storia o i prodotti tipici del territorio) e pensate soprattutto per la popolazione locale;

esse, quindi, non prevedono una sufficiente integrazione di attività diverse, che presenterebbero il territorio in maniera completa, né offrono la possibilità al turista proveniente da altre regioni di partecipare a più escursioni, cosa che sarebbe resa possibile da un evento che copra più giorni. Per questi motivi, il numero di turisti stranieri, o comunque provenienti da fuori regione, che prendono parte a queste iniziative è ancora molto basso.

In definitiva, l'organizzazione di un walking festival in questa zona costituirebbe un'ottima opportunità per attrarre turisti a livello sia nazionale che internazionale, generando così un notevole ritorno economico oltre ad aumentare la notorietà dall'area; inoltre, esso permetterebbe di valorizzare il ricco patrimonio naturalistico, storico, architettonico ed enogastronomico locale tramite una forma di turismo sostenibile che rispetta l'ambiente in cui viene svolta.

BIBLIOGRAFIA

- Ara A., Berti G., Brunori G. (2011), *La governance del turismo rurale. Strategie per la valorizzazione degli itinerari tematici in Liguria, Sardegna, Toscana e Corsica*, Quaderni Sismondi Collana Online, Numero 11
- Belletti G., Berti G., Brunori G., Marescotti A., Rossi A. (2006), *Le metodologie di animazione per lo sviluppo rurale. L'esperienza del Distretto Rurale della Maremma*, in LAIRM - Laboratorio di ricerche economiche, "Dinamiche del sistema agro-industriale e del mondo rurale della Maremma", Quaderno n.1, Grosseto, INEA
- Belletti G., Marescotti A. (2007), *Il Distretto come strumento di governance per lo sviluppo rurale*, in Rete Nazionale per lo Sviluppo Rurale, "LEADER e distretti rurali: sinergie e complementarietà", Macerata, ATI INEA - Agriconsulting
- Belletti G. (2010), *Ruralità e turismo*, in Brunori G., "Politica di sviluppo rurale coesione territoriale", Agriregionieuropa, Anno 6, Numero 20
- Belletti G., Berti G. (2011), *Turismo, ruralità e sostenibilità attraverso l'analisi delle configurazioni turistiche*, in Pacciani A. (a cura di), "Aree rurali e configurazioni turistiche. Differenziazione e sentieri di sviluppo in Toscana", Milano, Franco Angeli Edizioni.
- Cawley M., Gillmor D.A. (2008), *Integrated Rural Tourism: Concepts and Practice*, in *Annals of Tourism Research*, Volume 35, Numero 2, Oxford, Elsevier Ltd.
- Cawley M. (2009), *Adding value locally through Integrated Rural Tourism. Lessons From Ireland*, in Bruce D., Halseth G., Markey S., "The Next Rural Economies: Constructing Rural Place in Global Economies", Wallingford, CABI Publishing

- Cecchi C. (1998), *La ruralità nella periferia e nel sistema locale*, in "Aestimum", Numero 36, Firenze University Press
- Cecchi C. (2002), *Sistemi locali rurali e aree di specializzazione agricola*, in Basile E., Romano D. (a cura di), "Sviluppo rurale: società, territorio, impresa", Milano, Franco Angeli Edizioni
- Clarke A., Jepson A.S. (2013), *Community Festivals and Community Development: Inclusive or Exclusive events*, in Finkel R. et al., "Research Themes for Events", Wallingford, CABI Publishing
- Commins P., Hunter B.A., McDonagh P. (2004), *An Approach To Developing Tourism In Rural Areas: Lessons Learned From A Regional Case Study*, in "Rural Futures: Proceedings of Rural Development Conference", Dublino, Teagasc
- Commissione Europea (2000), *Per un turismo rurale di qualità: la Gestione integrata della qualità (GIQ) delle destinazioni turistiche rurali*, Lussemburgo, Ufficio delle pubblicazioni ufficiali delle Comunità europee
- Commissione Europea (2006), *L'iniziativa LEADER. Guida generale*, Lussemburgo, Ufficio delle pubblicazioni ufficiali delle Comunità europee
- Commissione Europea (2008), *La politica di sviluppo rurale dell'UE 2007-2013*, Lussemburgo, Ufficio delle pubblicazioni ufficiali delle Comunità europee
- Di Napoli R., Hausmann C. (a cura di) (2002), *Lo Sviluppo Rurale: turismo rurale, agriturismo, prodotti agroalimentari*, Quaderni informativi INEA, Numero 4, II edizione aggiornata

- Di Napoli R. (2007), *Introduzione a LEADER e distretti rurali: sinergie e complementarietà*, in Rete Nazionale per lo Sviluppo Rurale, "LEADER e distretti rurali: sinergie e complementarietà", Macerata, ATI INEA - Agriconsulting
- Farrell H., Russel S. (2011), *Rural Tourism*, in Dieke P.U.C., Heitmann S., Robinson P. (a cura di), "Research Themes for Tourism", Wallingford, CABI Publishing
- Felsenstein D., Fleischer A. (2003), *Local Festivals and Tourism Promotion: The Role of Public Assistance and Visitor Expenditure*, in "Journal of Travel Research", Volume 41, Numero 4, Sage Publications
- Ferrari F. (a cura di) (2009), *Atlante del turismo in Italia*, Roma, Carocci Ed.
- Gaiani S., Segrè A. (2008), *La politica di sviluppo rurale*, in Segrè A. (a cura di), "Politiche per lo sviluppo agricolo e la sicurezza alimentare", Roma, Carocci Ed.
- Goldman A.P. (2001), *Knowledge Transfer in Agriculture and Rural Development: Four Western European and North American Case Studies*, in "ECSSD Environmentally and Socially Sustainable Development Working Paper", Numero 34, Washington D.C., The World Bank
- Gorman M., Mannion J., O' Connor D., Tritz J., Wilson S (2004), *Comunicazione e sviluppo rurale. Lo scenario irlandese*, in Brunori G., Proietti P., Rossi A. (a cura di), "Trasformare la comunicazione rurale. Scenari ed esperienze in alcuni paesi europei", Quaderni Arsia, Numero 3, Firenze
- Hickey R. (2007), *Irish English: History and present-day forms*, Cambridge, Cambridge University Press

- Iacoponi L. (2002), *Dal distretto agricolo al distretto rurale*, in Valorosi F. (a cura di), "Lo sviluppo del sistema agricolo nell'economia post-industriale", Milano, Franco Angeli Edizioni
- Irshad H. (2010), *Rural Tourism - An Overview*, Government of Alberta - Department of Agriculture and Rural Development - Rural Development Division
- Irshad H. (2011), *Impacts of community events and festivals on rural places*, Government of Alberta - Department of Agriculture and Rural Development - Rural Development Division
- Janeczko B., Mules T., Ritchie B. (2002), *Estimating The Economic Impacts Of Festivals And Events: A Research Guide*, Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism
- Lanfranchi M. (a cura di) (2008), *Agroalimentare e turismo. Fattori aggreganti dell'identità rurale*, Messina, EDAS
- Lowe P., Murdoch J., Marsden T., Munton R. e Flynn A. (1993), *Regulating the new rural spaces: the uneven development of the land*, in "Journal of Rural Studies", Volume 9, Numero 3, Elsevier Science Ltd.
- Mauracher C., Trevisan G. (2006), *Il ruolo del paesaggio agrario nell'offerta turistica del Veneto*, in Marangon F. (a cura di), "Gli interventi paesaggistico ambientali nelle politiche regionali di sviluppo rurale", Milano, Franco Angeli Edizioni
- Morrison A.M. (2013), *Marketing and Managing Tourism Destinations*, Abingdon, Routledge
- Mottiar Z., Quinn B.M., Ryan T. (2014), *A study of the Social and Community Impacts of the Gathering in Counties Kerry and Westmeath*, School of Hospitality Management and Tourism, Dublin Institute of Technology

- Munafò M., Tombolini I. (2014), *Il consumo di suolo in Italia: rapporto ISPRA 2014*, Roma, ISPRA
- National Trails Office (2010), *Setting New Directions: A Review Of National Waymarked Ways In Ireland*, Dublino, The Irish Sports Council
- O' Connor N. e Robinson J. (2013), *Ballyhoura - A Case Study of Cohesive Rural Tourism Planning in Ireland*, in "Tourism Planning and Development", Volume 10, Numero 3, Londra, Routledge
- OCSE (Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico) (2011), *Studi OCSE sul Turismo - Italia: Analisi delle criticità e delle politiche*, OECD Publishing
- Ripanti R., Sotte F. (2008), *I Psr 2007-2013 delle Regioni italiane: una lettura quali-quantitativa*, Working Paper Numero 6, Forum Internazionale dell'agricoltura e dell'alimentazione, Gruppo 2013
- Romagnoli A. (2002), *Sviluppo rurale, sviluppo agricolo e sistemi locali*, in Valorosi F. (a cura di), "Lo sviluppo del sistema agricolo nell'economia post-industriale", Milano, Franco Angeli Edizioni
- Sotte F. (a cura di) (2009), *La politica di sviluppo rurale 2007-2013. Un primo bilancio per l'Italia*, Quaderni del Gruppo 2013, Tellus Edizioni
- Tourism Research Centre (2006), *Planning and Organising Walking Festivals in Ireland*, Dublino, Dublin Institute of Technology
- Trapasso R. (2009), *La politica rurale italiana secondo la valutazione dell'Ocse*, in Sotte F. et al., "Aggregazione, filiera, cooperazione e governance", Agriregionieuropa, Anno 5, Numero 17
- Trevisan G. (a cura di) (2002), *Agroalimentare e turismo nel Veneto e Friuli Venezia Giulia: nuove opportunità di sinergie*, Venezia, Libreria Editrice Cafoscarina

Zanovello P., Avanzo D., Moro V., Pirredda S., Ruzza R. (2013), *Valorizzazione del patrimonio rurale e sviluppo sostenibile dei territori dei Colli Euganei e della Bassa Padovana. Relazione finale*, Università di Padova

ALTRI RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Agriconsulting (2010), *Valutazione in itinere del Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 della Regione Veneto: Relazione Intermedia*. Disponibile all'indirizzo: <http://www.regione.veneto.it/static/www/agricoltura-e-foreste/rel_azione_valutazione_intermedia_v29_12_2010.pdf>

Ballyhoura Development Ltd. (2003), *Ballyhoura Attractions Cluster Development Strategy*. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.ballyhouradevelopment.com/wp-content/uploads/2014/03/Ballyhoura-Attractions-Cluster-Study.pdf>>

Ballyhoura Development Ltd. (2007), *Ballyhoura Countryside Recreation Strategy*, Michael Cregan and Associates Environmental Planning. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.ballyhouradevelopment.com/wp-content/uploads/2014/03/Ballyhoura-Recreation-Strategy.pdf>>

Ballyhoura Development Ltd. (2008), *Rural Development Programme 2007-2013 - Business Plan for the Ballyhoura Development Ltd Area*. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.ballyhouradevelopment.com/wp-content/uploads/2013/05/Rural-Development-Plan-pdf.pdf>>

Ballyhoura Development Ltd. (2011), *Local & Community Development Programme 2011-2013 - Strategic Plan for the Ballyhoura Development Area*. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.ballyhouradevelopment.com/wp-content/uploads/2014/03/Final-LCDP-Plan-2011-2013.pdf>>

Ballyhoura Development Ltd. (2013), *Submission to the Department of Transport, Tourism and Sport following a request for submissions on developing a Tourism Policy Statement*. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.ballyhouradevelopment.com/wp-content/uploads/2014/04/Ballyhoura-Development-to-Department-of-Transport-Tourism-and-Sport-on-Tourism-Policy-Statement-October-2013.pdf>>

Campbell L. (2003), *Walking Festivals in Ireland*, Tourism Research Centre - Dublin Institute of Technology. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.aoifeonline.com/uplds/Campbell.ppt>>

CEDRA (2014), *Energising Ireland's Rural Economy: Report of the Commission for the Economic Development of Rural Areas*. Disponibile all'indirizzo: <http://www.agresearch.teagasc.ie/merc/CEDRA/CEDRA_Report.pdf>

Coldiretti (2003), *Turismo, Territorio e Scuola*, in *Progetto di Educazione alla Campagna Amica: Guida operativa 2003-2004*, Quaderno 5. Disponibile all'indirizzo: <http://www.coldiretti.it/organismi/imprenditoria_feminile/educanovembre/progetto_2003_04.htm>

Comhchoiste Ghaeltacht Uíbh Ráthaigh (2012), *The Identification, Mapping And General Evaluation Of Mountain Bike Trails In The Iveragh Gaeltacht*. Disponibile all'indirizzo: <<http://uibhrathach.ie/wp/wp-content/uploads/2012/12/CDesign-South-Kerry-MTB-TrailReport.pdf>>

Commissione Europea, *Factsheet on 2014-2020 Rural Development Programme for Ireland*. Disponibile all'indirizzo: <http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-20142020/country-files/ie/factsheet_en.pdf>

Commissione Europea, *Scheda informativa sul programma della Rete rurale nazionale per l'Italia 2014-2020*. Disponibile all'indirizzo:

<http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-20142020/country-files/it/factsheet_it.pdf>

Commissione Europea, *Scheda informativa sul programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 del Veneto*. Disponibile all'indirizzo: <http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/country-files/it/factsheet-veneto_it.pdf>

Commissione Europea (2014), *Tourism Industry Sub-sectors. Country Report: Ireland*. Disponibile all'indirizzo: <http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/tourism-business-portal/documents/business/internationalisation/ireland_country_report.pdf>

Conferenza europea sullo sviluppo rurale (1996), *Dichiarazione di Cork*

Consorzio Pro Loco Colli Berici - Basso Vicentino (2015), *PSR 2007-2013 (Misura 313, Azione 4) - Titolo del progetto: "Se tu mi conoscessi veramente..." - Attività di comunicazione ed informazione sugli scenari delle Terre Beriche*, Relazione tecnica del progetto

Department of Agriculture, Food and Rural Development (1999), *Ensuring the Future - A Strategy for Rural Development in Ireland. A White Paper on Rural Development*. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.agriculture.gov.ie/publications/1996-1999/whitepaperonruraldevelopment/>>

Department of Agriculture, Food and Rural Development e Department of the Environment, Community and Local Government (2014), *Ireland's Rural Development Programme 2014 - 2020*. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.agriculture.gov.ie/media/migration/ruralenvironment/ruraldevelopment/ruraldevelopmentprogramme2014-2020/RDPFinaldraft03072014.pdf>>

Department of Community, Equality and Gaeltacht Affairs (2010), *Operating Rules for Axes 3 & 4 of the Rural Development Programme Ireland 2007 -*

2013. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.environ.ie/en/Publications/Community/RuralDevelopment/>>

ENRD (European Network for Rural Development) (2015), *Rural Development Programmes 2007-2013 - Output Indicators: realised 2007-2013 - Italy*. Disponibile all'indirizzo: <https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/15_output_indicators_ms_level_it_0.pdf>

ENRD (European Network for Rural Development) (2015), *Rural Development Programmes 2007-2013 - State of play of Total Public and EAFRD expenditure per measure in Italy*. Disponibile all'indirizzo: <https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/mi_financial_fiche_2015_it_0.pdf>

ENRD (European Network for Rural Development) (2015), *Rural Development Programmes 2007-2013 - State of play of Total Public and EAFRD expenditure per measure in Veneto, Italy*. Disponibile all'indirizzo: <https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/mi_financial_fiche_2015_it_veneto_0.pdf>

Failte Ireland (2015), *Tourism Facts 2014 Preliminary*. Disponibile all'indirizzo: <http://www.failteireland.ie/FailteIreland/media/WebsiteStructure/Documents/3_Research_Insights/3_General_SurveysReports/Tourism-Facts-2014-Preliminary-2015.pdf?ext=.pdf>

GAL Terra Berica (2008), *Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 - Programma di Sviluppo Locale (PSL) del GAL Terra Berica*. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeAttachment.php/L/IT/D/7%252F8%252F1%252FD.007b0170907f60bd701e/P/BLOB%3AID%3D3589>>

GAL Terra Berica (2015), *Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 - Rapporto finale di esecuzione sulla realizzazione del Programma di Sviluppo Locale*

(PSL). Disponibile all'indirizzo: <<http://www.galterra-berica.it/psl-2007-2013-e-precedenti/psl-2007-2013/244-rapportofinale-di-esecuzione-gal-terra-berica.html>>

Indecon International Economic Consultants (2010), *Mid-Term Evaluation of the Rural Development Programme Ireland 2007-2013*, Department of Agriculture, Fisheries and Food. Disponibile all'indirizzo: <http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/countries/irl/mte-repir_en.pdf>

Irish Sports Council (2007), *Irish Trails Strategy: promoting and developing activity in the Irish Outdoors*. Disponibile all'indirizzo: <http://www.irishtrails.ie/National_Trails_Office/Irish_Trails_Strategy/Irish_Trails_Strategy_2007.pdf>

Lenahan T. (2010), *Towards 2031: A Tourism/Recreation Perspective For Ballyhoura Country*. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.ballyhoura-development.com/wp-content/uploads/2014/04/Ballyhoura-Development-21-Dr-Tony-Linehan-paper-on-a-Tourism-and-Recreation-Perspective-for-Ballyhoura-Country.pdf>>

OCSE (Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico) (2001), *Best Practices In Local Development*. Disponibile all'indirizzo: <http://ec.europa.eu/regional_policy/archive/innovation/innovating/pacts/pdf/leed_en.pdf>

Regione del Veneto - Dipartimento Agricoltura e Sviluppo Rurale (2014), *Programma di Sviluppo Rurale per il Veneto 2007-2013. Testo aggiornato*. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.regione.veneto.it/web/agricoltura-e-foreste/psr-2007-2013>>

Regione del Veneto - Dipartimento Agricoltura e Sviluppo Rurale (2015), *Programma di Sviluppo Rurale per il Veneto 2014-2020*. Disponibile

all'indirizzo: <<http://www.regione.veneto.it/web/agricoltura-e-forest e/sviluppo-rurale-2020>>

West Cork Development Partnership (2012), *West Cork: Maximising the Benefits of Walking Tourism - Stage A Final Report*, URS Scott Wilson Ltd. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.wcdp.ie/wp-content/uploads/2013/10/2.-West-Cork-Walking-Tourism-Stage-A-Report-090112-sm.pdf>>

WTTC (World Travel and Tourism Council) (2015), *Travel and Tourism Economic Impact 2015 – Italy*. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/italy2015.pdf>>

SITOGRAFIA

Agricoltura 24. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.agricoltura24.com/>>

Avepa. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.avepa.it/>>

Ballyhoura Bears Walking Club. Disponibile all'indirizzo:
<<http://www.ballyhourabears.com>>

Ballyhoura Development Ltd. Disponibile all'indirizzo:
<<http://www.ballyhouradevelopment.com/>>

Ballyhoura Failte. Disponibile all'indirizzo: <<http://visitballyhoura.com>>

Biblioteca LEADER dello sviluppo rurale. Disponibile all'indirizzo:
<<http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-it/biblio/index.htm>>

Borsa Italiana. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.borsaitaliana.it/homepage/homepage.htm>>

Coillte. Disponibile all'indirizzo: < <http://www.coillte.ie>>

Consorzio Pro Loco Colli Berici - Basso Vicentino. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.colliberici.it/>>

Corriere del Veneto. Disponibile all'indirizzo:

<<http://corrieredelveneto.corriere.it>>

Department of the Environment, Community and Local Government

(Ireland). Disponibile all'indirizzo: < <http://www.environ.ie>>

Department of Transport, Tourism and Sport (Ireland). Disponibile

all'indirizzo: < <http://www.dttas.ie> >

DonegalNow. Disponibile all'indirizzo: < <http://www.donegalnow.com>>

Dublin Institute of Technology. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.dit.ie/>>

European Commission – Agriculture and Rural Development. Disponibile

all'indirizzo: <http://ec.europa.eu/agriculture/index_en.htm>

Faite Ireland. Disponibile all'indirizzo: < <http://www.failteireland.ie>>

Fondazione Michel de Montaigne. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.fondazionemontaigne.it/>>

GAL Terra Berica. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.galterraberica.it/>>

Geohive. Disponibile all'indirizzo:

<http://www.geohive.com/earth/pop_urban.aspx>

Ireland.Com. Disponibile all'indirizzo: < <http://www.ireland.com/it-it/>>

Irish Local Development Network. Disponibile all'indirizzo:

<<http://ildn.ie/>>

Irish Trails. Disponibile all'indirizzo: < <http://www.irishtrails.ie/>>

Isola d'Elba: guida vacanze e offerte. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.infoelba.it/>>

Istat - Istituto nazionale di statistica. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.istat.it/it/>>

Istruzione agraria online. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.agraria.org/>>

Legambiente Scuola e Formazione. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.legambientescuolaformazione.it/>>

Limerick Leader. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.limerickleader.ie/>>

Magico Veneto. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.magicoveneto.it>>

MerrionStreet: Irish Government News Service. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.merrionstreet.ie/en/>>

Michael Vittori. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.michaelvittori.it/>>

Ministero dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare. Disponibile

all'indirizzo: <<http://www.minambiente.it>>

National Rural Network - Ireland. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.nrn.ie/>>

OECD (OCSE). Disponibile all'indirizzo: <<http://www.oecd.org/>>

Orientarsi: Cultural Discoveries. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.orientarsi.org>>

PIAVE - Portale Integrato per l'Agricoltura Veneta. Disponibile all'indirizzo:

<<http://piave.veneto.it/>>

Provincia di Vicenza. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.provincia.vicenza.it/>>

Regione del Veneto. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.regione.veneto.it/>>

Rete Europea per lo Sviluppo Rurale. Disponibile all'indirizzo:

<<http://enrd.ec.europa.eu/it>>

Rete Rurale Nazionale Italiana. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/ID/Pagina/1>>

Schoolwork 09/10 – Marilena Beltramini. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.marilenabeltramini.it/schoolwork0910/>>

Società Cooperativa Sociale "I Berici". Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.coopiberici.it/>>

The Avondhu. Disponibile all'indirizzo: <<http://avondhupress.ie/>>

The Independent. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.independent.ie/>>

The Irish Regions Office. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.iro.ie/>>

The Wild Atlantic Way by Stefan Schnebelt Photography. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.thewildatlanticway.com/>>

Trading Economics. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.tradingeconomics.com/>>

Treccani, l'Enciclopedia Italiana. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.treccani.it/enciclopedia/>>

TURES - Turismo Responsabile. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.tures.it/default.asp?IdPagina=1&Id=1>>

Tutto Berici. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.tuttoberici.it/>>

Údarás Na Gaeltachta. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.udaras.ie/en/>>

Unione Europea - Portale Europa. Disponibile all'indirizzo:

<http://europa.eu/index_it.htm>

Veneto - Tra la terra e il cielo. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.veneto.eu/home>>

ViTourism: portale di informazioni turistiche della provincia di Vicenza.

Disponibile all'indirizzo: <<http://www.vitourism.it/>>

West Cork - A Place Apart. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.westcorkaplaceapart.com>>

World Bank. Disponibile all'indirizzo: <<http://www.worldbank.org/>>

World Travel & Tourism Council. Disponibile all'indirizzo:

<<http://www.wttc.org/>>