

CARTA EUROPEA DEL TURISMO SOSTENIBILE

Strategia e Piano delle Azioni 2023-2027



EUROPARC
Turismo Sostenibile
nelle Aree Protette

 **Federparchi**
FEDERAZIONE ITALIANA PARCHI E RISERVE NATURALI



EUROPARC
SEZIONE ITALIANA

Valdieri, 14 dicembre 2022





Aree Protette
Alpi Marittime



Parc national
du **Mercantour**

35 ANNI DI SOSTENIBILITÀ E COOPERAZIONE TRANSFRONTALIERA

A partire dal gemellaggio siglato nel 1987, i due Parchi Alpi Marittime e Mercantour non hanno mai smesso di lavorare insieme.

La collaborazione è diventata sempre più ampia e si è dato inizio alla sperimentazione di forme integrate di gestione, in vista della creazione di **un'area protetta senza frontiere**.

L'ambizioso traguardo di diventare **il primo Parco Europeo** viene tuttora perseguito anche grazie ai progetti Interreg del Programma Alcotra (volti a favorire la coesione e lo sviluppo integrato delle zone transfrontaliere).

***"Quando uomini e montagne si incontrano,
grandi cose accadono"***

(William Blake)

Nel giugno 2013, i Parchi hanno approvato la creazione di un Gruppo Europeo di Cooperazione Territoriale (GECT), uno strumento giuridico europeo di gestione transfrontaliera che facilita la realizzazione di progetti complessi e integrati.

**Questa strategia congiunta rappresenta il nuovo passo
del lungo cammino insieme:
l'esperienza del passato, con lo sguardo rivolto al futuro.**

SCENARIO

2001 - 2010: Firmatario della CETS sin dal 2001, il Parco Alpi Marittime è stato un pioniere in questa azione. Dal 2006, anche il Parco nazionale del Mercantour è stato insignito della CETS.

2010 - 2015: Nel 2011, i due parchi, insieme, hanno presentato una strategia per sostenere lo sviluppo di una nuova forma di turismo sul loro territorio, l'ecoturismo.

2017 - 2021: Nel 2016, il Parco Europeo ha presentato una strategia comune e transfrontaliera, nuovamente riconosciuta nel 2017 dalla Federazione EUROPARC.

2021 - 2022: un anno di estensione della Carta (richiesto per effetti del Covid-19 e della tempesta Alex)

2023 - 2027: nuova fase CETS

Riepilogo ultimo periodo CETS

<i>Periodo 2017 – 2022</i>		<i>Versante italiano</i>	<i>Versante francese</i>
4 azioni transfrontaliere		70% Azioni a buon fine	64% completate
107 azioni APAM (Ente e operatori singoli)		15% azioni intraprese con raggiungimento parziale degli obiettivi	21% azioni intraprese con raggiungimento parziale degli obiettivi
14 azioni Mercantour (Parco e Association Ecotourisme)		15% azioni abbandonate	15% azioni abbandonate

I vent'anni complessivi di esperienza con la CETS, hanno **rappresentato un processo di maturazione positivo ed importante per la collaborazione e la metodologia**, sia tra Enti e rispettivi territori, sia tra Parchi transfrontalieri.

La seconda metà dell'ultimo quinquennio è stata pesantemente condizionata dagli enormi problemi conseguenti al crollo del collegamento stradale del Colle di Tenda (principale e più immediata via di comunicazione tra Italia e Francia nelle Alpi del Sud) e delle restrizioni causate dalla pandemia di Covid-19: la concomitanza di questi due gravi fattori, ha di fatto impedito di incontrarsi in

presenza per oltre due anni. Questa è la motivazione alla base della richiesta ad Europarc di rinvio di un anno del processo di rinnovo della CETS da parte di entrambi i partner.

La necessità di far fronte all'importante problematica locale comportata dall'alluvione, in aggiunta alla complessità dei fenomeni globali (prima la pandemia, poi le incertezze e i rincari derivanti dal conflitto in Ucraina e dalla crisi energetica), rende **necessaria una profonda revisione dei processi** e dei risultati sinora dati per acquisiti.

La precedente strategia di fine 2016 era stata definita per sviluppare la promozione della destinazione "Alpi del Mediterraneo", tappa di un ben più ambizioso progetto il cui traguardo finale si vorrebbe fosse il riconoscimento come Parco Internazionale e Patrimonio dell'Umanità.

Quel macro-obiettivo continua ad essere perseguito a livelli istituzionali e con azioni di *brand-awareness* presso il grande pubblico (attraverso un progetto di comunicazione finanziato con progetto europeo ALCOTRA Piter ALPIMED).

Per quanto riguarda la CETS, la strategia viene rinnovata **focalizzando l'attenzione sulla cooperazione transfrontaliera, sul rafforzamento della sinergia con gli stakeholders** sul territorio e su una **maggior tangibilità** di progressi e risultati, **specificatamente riferiti all'ambito turistico e orientati alla transizione sostenibile**.

Ciò implica un differente approccio, maggiormente adattativo, flessibile e orientato al raggiungimento di obiettivi strategici fissati a medio-lungo termine, attraverso un Piano di Azione più snello e rapido nell'adattamento alle mutevoli contingenze.

Per potenziarne l'efficacia, il Piano d'Azione è stato elaborato perseguendo l'ottimizzazione di risorse e personale disponibili e facendo **convergere i principi della CETS verso il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile (Sustainable Development Goals) fissati dall'Agenda 2030**. Questo permetterà di contribuire al perseguimento delle grandi sfide globali e alla sensibilizzazione di pubblico e stakeholders in merito ai 17 SDGs, partendo dalle azioni implementate localmente.

Questo "cambio di passo" è quanto mai imprescindibile soprattutto in ambito turistico: la pandemia ha infatti profondamente cambiato il rapporto tra persone, natura, valori. Dopo una paralisi temporanea ma totale, il turismo si è riattivato con

forza ma in maniera differente, con esigenze mutate e fruitori anche nuovi, ma spesso inesperti per riguardo i corretti comportamenti in ambienti naturali e montani.

Si tratta di **una sfida da gestire, ma anche di una grande occasione**: adattarsi alle mutate esigenze di consumo e comportamento, ma anche contribuire all'evoluzione del settore turistico, supportando la transizione ecologica, le opportunità lavorative, la diffusione di consapevolezza e buone pratiche, che permettano di coniugare fruizione e conservazione, in un'ottica di reale sostenibilità.

Inoltre, il **quarto rinnovo consecutivo della CETS deve rappresentare l'opportunità di rivitalizzare lo strumento: non una “prassi” datata, ma la scelta convinta** di continuare a esprimere principi e valori del turismo sostenibile, con i Parchi promotori di impegno ed esperienze, per ricadute positive a favore dell'intero territorio, anche limitrofo.

Interiorizzare questi valori e principi permetterà di ampliarne la diffusione, ritrovare il dinamismo della partecipazione e favorire l'evoluzione autonoma delle azioni stesse.

Per questo motivo, entrambi i **Partner vogliono impegnarsi affinché Strategia e Piano d'Azione siano conosciuti, condivisi e partecipati** da tutti i soggetti coinvolti dallo sviluppo turistico, dalla popolazione locale agli organi istituzionali.

Con queste premesse, l'Ente di Gestione delle Aree Protette delle Alpi Marittime e il Parc National du Mercantour, hanno concordato e proposto agli stakeholders del territorio (istituzioni, associazioni, aziende e popolazione locale) la rinnovata strategia qui presente.

OBIETTIVO GENERALE DELLA STRATEGIA CETS

Viste le problematiche conseguenti alla tempesta Alex e alla pandemia, i due Parchi hanno deciso di mantenere una **strategia e alcune azioni congiunte**, ma gestire separatamente il rispettivo Piano d'Azione. Si ritiene che questa sia la scelta adatta per mantenere la maggior operatività e concretezza possibile per la CETS, nell'attuale situazione di mancanza dell'asse viario principale di collegamento.

Inoltre, a differenza del periodo precedente, non si è affidato a consulenti esterni il rinnovo della strategia, per le seguenti motivazioni:

- per un consistente risparmio economico
- perché la precedente strategia non è da stravolgere, ma da aggiornare e concretizzare
- per non “ricevere un modello da applicare”, bensì esprimere un impegno diretto e legato alle persone che lavorano alla CETS nei Parchi e si relazionano con gli operatori

L'aspetto più sfidante del futuro prossimo è infatti **mantenere e migliorare la rete**; in particolare, si ravvisa la necessità di:

- rinvigorire la motivazione e l'impegno nel mantenere gli standard raggiunti, anche facendo conoscere la CETS a nuovi operatori che hanno recentemente avviato attività in ambito turistico
- perseguire obiettivi rinnovati, con indicatori più misurabili e concreti
- supportare gli operatori nella transizione ecologica e nel miglioramento continuo, individuale ma contestualizzato in obiettivi strategici, condivisi e volti a rispondere più efficacemente alle mutate esigenze del pubblico e delle sfide globali.

Per il prossimo quinquennio si intende pertanto:

- diminuire rispetto al precedente piano il numero di azioni, dedicando maggiore attenzione agli obiettivi
- impostare una modalità di lavoro più dinamica e rispondente alle mutate esigenze del territorio
- armonizzare i principi della CETS all'Agenda 2030, alle politiche e strategie locali (regionali e nazionali): per non “indebolire” la Carta, ma renderla funzionale e adattiva a contesti più ampi.

Questo permetterà ai Parchi di mantenere uno strumento dedicato al turismo quale la CETS, mentre si lavora anche a obiettivi regionali e nazionali (quali, per la Francia, il marchio *Esprit Parc*; per l'Italia, la Strategia per la Montagna del Piemonte e la Strategia per lo Sviluppo Sostenibile), che sono anche maggiormente finanziati da altri enti, nonché conosciuti e riconosciuti dal pubblico.

OBIETTIVI SPECIFICI

La strategia è stata elaborata in dettaglio come segue:

- sono stati definiti **quattro assi strategici prioritari**, rivolti a **quattro aree di beneficio** (ambiente, visitatori, stakeholders locali, stakeholders istituzionali);
- per ciascun asse, sono stati identificati i **risultati chiave** desiderati
- per ciascun risultato atteso, sono state programmate le rispettive **azioni** per raggiungerli.

Per una maggior efficacia delle azioni, strategia e obiettivi comuni dei due Parchi si svilupperanno con azioni in parte transfrontaliere, in parte perseguite autonomamente sui due versanti.

**«Alpi-Marittime Mercantour Strategia transfrontaliera 2023-2027:
verso una transizione turistica in linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030»**

**Asse 1: mitigare l'impatto
delle presenze e migliorare
la gestione dei flussi**

**Asse 3: Transizione turistica
= qualificazione di una
offerta turistica impegnata
per la natura**



**Asse 2: Efficacia nell'accoglienza
e sensibilizzazione del pubblico**

**Asse 4: Gestione responsabile
della politica turistica dei Parchi e
mantenimento della
cooperazione transfrontaliera**

Dettaglio degli obiettivi

1. Asse a favore dell'ambiente:

Mitigazione dell'impatto delle presenze e miglioramento della gestione dei flussi

Ambizione

Il numero di visitatori delle aree montane naturali protette è aumentato costantemente negli ultimi anni. Questa tendenza strutturale è stata amplificata nel 2020 dalla crisi sanitaria. Possiamo pensare che in generale aumenteranno con il riscaldamento globale.

Le Aree Protette delle Alpi Marittime e il Parco Nazionale del Mercantour non sono esclusi da questi cambiamenti strutturali ed economici. I siti più noti, in particolare, hanno risentito di queste variazioni quantitative e di alcuni comportamenti dei nuovi arrivati in montagna.

Questi sviluppi portano le aree naturali protette a interrogarsi sull'impatto della presenza di un numero sempre maggiore di visitatori, in particolare su siti fragili e/o di grande notorietà, ma anche a realizzare un certo numero di azioni per migliorare la gestione di questi flussi turistici in particolare sugli itinerari escursionistici.

Prima di tutto misurarli (raccolgere dati) e capire meglio i loro impatti in relazione alla "capacità di carico dei siti". Quindi guidarli, con l'obiettivo della destagionalizzazione e del decentramento. Una delle azioni di punta sarebbe anche quella di gestire questi flussi stimolando la mobilità dolce e il car pooling.

Queste azioni diventeranno strumenti decisionali che rispondono agli obiettivi sia della CETS che degli Enti Parco.

- Gestire lo sviluppo e la ricezione dei siti ad alto traffico (Hot spot)
- Limitare l'impatto delle visite a siti sensibili o nel cuore del parco (Mercantour)
- Valorizzare la rete dei sentieri escursionistici: da scoprire e canalizzare
- Migliorare la mobilità sul territorio, in particolare attraverso l'utilizzo dei mezzi pubblici

2. Asse a favore dei visitatori:

Efficacia nell'accoglienza e sensibilizzazione del pubblico

Ambizione:

In un contesto globale di parziale cambiamento della tipologia di visitatori di montagna e di transizione ecologica e climatica, la sfida di accogliere tutti i tipi di pubblico (e in particolare i giovani e le persone con disabilità) è diventata particolarmente significativa. Anche la nozione di accoglienza in aree naturali protette è un elemento fondamentale della CETS.

L'accoglienza deve far parte di una vera e propria esperienza per il visitatore. Ciò implica prestare particolare attenzione a:

- consapevolezza del fatto di entrare in un luogo eccezionale e fragile.
- condivisione delle conoscenze su questo luogo emblematico,
- consapevolezza del valore delle sfide rispetto alla conservazione della biodiversità, al riscaldamento globale e alla transizione ecologica ed energetica, alla conservazione del patrimonio culturale e della condivisione dello spazio con altre attività (es. la pastorizia).
- adeguamento dell'accoglienza alle diverse forme di disabilità per permettere a tutti di vivere un'esperienza in montagna.

Questo desiderio deve guidare il lavoro sui principi della **comunicazione progressiva e coinvolgente**, dove l'obiettivo è quello di **adattare il messaggio al livello di consapevolezza** della persona.

Gli obiettivi sono molteplici per fare in modo di dare ai visitatori la sensazione di trovarsi in un luogo eccezionale e quindi innescare il desiderio di partecipare alla sua conservazione e protezione. Si tratta anche di fornirgli informazioni affinché il suo soggiorno o la sua visita abbiano pieno successo.

Questo asse sarà guidato da tre approcci:

- accoglienza digitale territoriale (tutto ciò che riguarda l'ottenimento di informazioni via web)
- accoglienza fisica faccia a faccia (nella Casa del Parco, nell'ufficio turistico, con guardiaparco o personale stagionale, ecc.)
- accoglienza agli ingressi fisici dei Parchi (principalmente segnaletica).

3. Asse a favore degli stakeholders del territorio:

Transizione turistica = qualificazione di un'offerta turistica impegnata per la natura

Ambizione

Il riscaldamento globale e le transizioni ecologiche ed energetiche tendono a favorire un incremento dei flussi turistici in direzione montagna. Nel contesto delle aree naturali protette, ciò dovrebbe sollevare interrogativi: da un lato, sul ruolo pilota di queste aree in questa trasformazione e, dall'altro, sul loro posizionamento e sul loro ruolo da svolgere rispetto alle strutture economiche operanti nei loro territori.

I Parchi delle Alpi Marittime e del Mercantour intendono partecipare, nell'ambito delle loro competenze (e della sua Carta, relativamente al PN Mercantour), allo sviluppo del turismo sostenibile di natura ecoturistica in tutto il loro territorio.

Desiderano contribuire a orientare la frequentazione verso pratiche di ecoturismo e turismo sostenibile, a basse emissioni di carbonio, su quattro stagioni, rispettoso del patrimonio ecologico e culturale, in particolare nelle aree fragili.

Questa azione fa parte di una visione della transizione del turismo di montagna e delle risposte alle grandi sfide ambientali.

È basata su:

- Il **rafforzamento della partnership** con professionisti del turismo impegnati, con i Parchi, in particolare attraverso la loro qualificazione sostenibile e il loro sostegno alla transizione;
- La costruzione di un **progetto di partnership a lungo termine** con le strutture turistiche promotrici dei territori (Aziende Turistiche Locali, Comités Regional de Tourisme, Uffici Turistici), con l'obiettivo di co-costruire l'offerta e i messaggi promozionali
- La costruzione di **offerte di ecoturismo** a basse emissioni di carbonio che apportino benefici economici ai territori
- L'impegno a **incrementare i livelli di occupazione in montagna**, promuovendo la multiattività e misure di sostegno alle imprese che assumono personale.

4. Asse a favore degli stakeholders istituzionali:

Gestione responsabile della politica turistica dei Parchi e mantenimento della cooperazione transfrontaliera

Ambizione

Nonostante gli effetti disastrosi della tempesta Alex, che ha interrotto le comunicazioni stradali dirette tra le due aree protette, la cooperazione transfrontaliera continua. La scelta di procedere con una domanda congiunta Alpi-Marittime Mercantour CETS è chiaro segno della volontà dei due Parchi di operare in sinergia, propensione che negli anni si è manifestata in più ambiti.

Al di là della cooperazione mostrata che lega le due istituzioni, è la collaborazione diretta tra il personale amministrativo, tecnico e sul campo che deve essere mantenuta.

In questo senso, attraverso i meccanismi sviluppati, **la CETS rappresenta uno strumento adeguato alla causa transfrontaliera nel campo dello sviluppo locale.**

Questa gestione sostenibile deve anche, a margine del turismo, orientarsi verso l'educazione ambientale e soprattutto verso i giovani, consci che ciò rappresenta una sfida fondamentale per le generazioni future.

La messa in rete con tutte le aree naturali protette d'Europa è una priorità, facilitata in particolare dai progetti di cooperazione transfrontaliera a cui i due Parchi rispondono congiuntamente da venticinque anni, con la partecipazione ai bandi europei, ma anche dai numerosi strumenti messi in campo dalla Federazione Europarc.

Infine, l'ambizione di quest'ultimo asse è quella di sottoporre l'intero piano d'azione di cui sopra a **un'autovalutazione efficiente, facile e costante, in grado di misurare l'efficacia delle azioni** intraprese intorno a **tre parametri**: successo dell'azione, impatto reale sul territorio, costo.

Gli elementi chiave di questo asse sono pertanto:

- Mantenere la cooperazione tra i Parchi e tra il personale
- Cooperazione transfrontaliera, attraverso il GECT
- Istituire un processo di osservazione – monitoraggio azioni
- Partnership con altre aree naturali protette

VISION e MISSION

VISION

Da territori pionieri della sostenibilità e nel contesto di una fase storica particolarmente complicata a livello internazionale, le Aree Protette delle Alpi Marittime e Parc National du Mercantour intendono riaffermare il valore della cooperazione e l'importanza di tutelare patrimoni ambientali, culturali e paesaggistici, favorendo al contempo lo sviluppo economico e sociale.

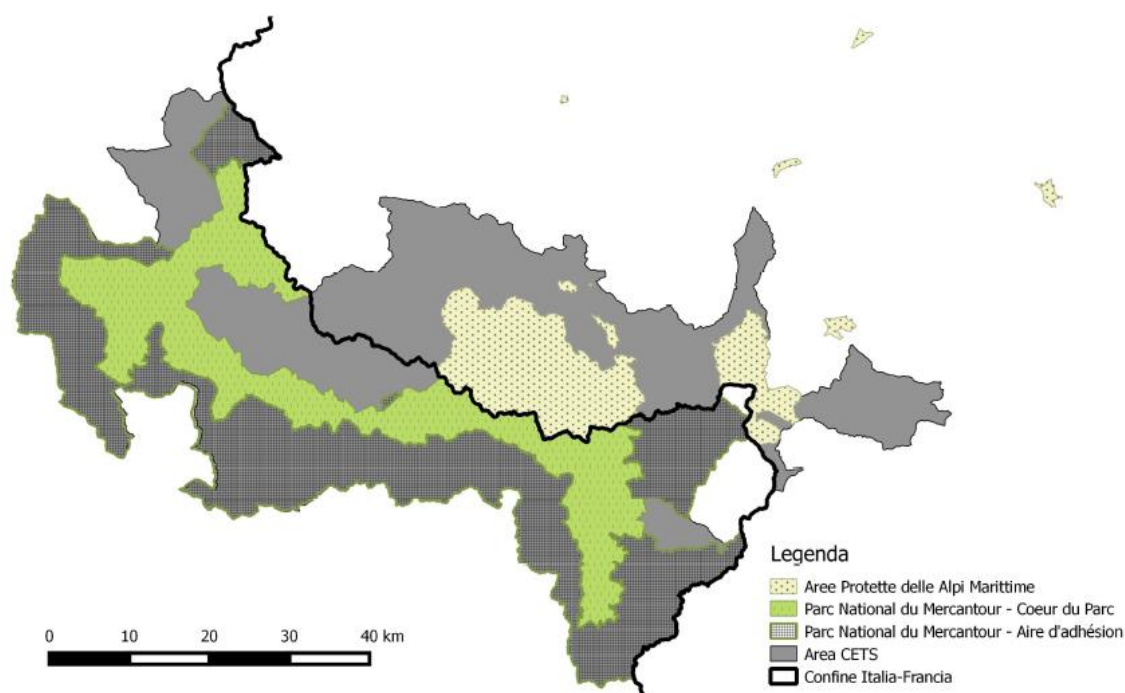
MISSION

La strategia condivisa dalle Aree Protette delle Alpi Marittime e dal Parc National Mercantour per la Carta Europea per il Turismo Sostenibile mira a supportare la transizione turistica, in linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030.

Questo significa migliorare l'accoglienza e l'esperienza dei visitatori, la qualità di vita delle comunità, rafforzare la condivisione e il coinvolgimento di turisti e operatori. Ciascuno potrà sentirsi parte attiva del processo di cambiamento, contribuire a conservare e proteggere la biodiversità, favorire adattamento e mitigazione verso i cambiamenti climatici, collaborare alla coesione sociale e sentirsi pertanto parte attiva nell'attuazione della Strategia ONU 2030.

È una missione ambiziosa ma concreta, realizzabile attraverso la **condivisione**: di dati e buone pratiche, ma soprattutto di obiettivi strategici, supportati da enti e realtà dei rispettivi territori, monitorabili e raggiungibili attraverso azioni modulabili e che rispondono ai bisogni reali espressi dal territorio.

IL TURISMO NELL'AREA TRANSFRONTALIERA



PANORAMICA VERSANTE ITALIANO

1) Il territorio e le sue risorse

l'Ente di gestione delle Aree Protette Alpi Marittime gestisce dal 1° gennaio 2016 due Parchi naturali (il Parco naturale delle Alpi Marittime e il Parco naturale del Marguareis, originariamente dotati di amministrazione autonoma) e otto Riserve naturali (ulteriore estensione pari a oltre 60.000 ha).

Si tratta di un mosaico di territori e aree naturali, molto diversi fra loro e localizzati in una vasta area che si estende dall'arco alpino, alla pianura, fino alla Langa, interessando diciassette Comuni e un'estensione di 39.039,23 ettari.

L'Ente ha inoltre competenza gestionale su 20 siti della Rete Natura 2000 che interessano aree di particolare interesse naturalistico poste in Provincia di Cuneo, 8 dei quali fuori dai confini dei due Parchi naturali e delle otto Riserve.

I parchi delle Marittime e del Marguareis, come anche le riserve, hanno comunque mantenuto i loro confini e la loro specificità territoriale, mentre è cambiato l'organo di gestione, che ora fa capo a un unico Ente.

- **Patrimonio naturale e paesaggistico.**

Posizione geografica, morfologia e vicende geologiche sono gli elementi principali di una straordinaria biodiversità.

Se il Parco Alpi Marittime è il regno delle cime, con centinaia di laghi e vette rocciose che per ben 24 volte superano i 3000 metri, il Parco Marguareis è quello degli abissi. Il sottosuolo è un mondo invisibile ai più (oltre 150 km di grotte finora esplorate) con labirinti di cunicoli, caverne e grandi sale che si spingono fino a 1000 metri di profondità.

La **ricchezza floristico-vegetazionale**, con i suoi numerosi endemismi tra i quali la famosissima sassifraga dell'Argentera (*Saxifraga florulenta*), è il fiore all'occhiello delle Alpi Marittime. Non mancano spettacolari **boschi**: lariceti, faggete e superbe abetaie.

Il territorio è rinomato anche per **fauna**: accanto a un elevato numero di insetti, aracnidi, micro-mammiferi si trovano le tipiche specie alpine. Il camoscio è quella più rappresentativa. Lo stambecco è presente, con una delle più rilevanti colonie alpine, in seguito alla reintroduzione voluta negli Anni Venti del XIX secolo dal re Vittorio Emanuele III per la sua Riserva di Caccia.

Un'altra specie emblematica reintrodotta, in collaborazione con il Parc National du Mercantour, è il gipeto.

. In tempi più recenti (metà anni Novanta del secolo scorso) l'area Marittime-Mercantour è stata la prima a essere ricolonizzata naturalmente da parte del lupo, con esemplari provenienti dall'Appennino.

- **Patrimonio culturale.**

L'area del Parco Alpi Marittime è stata largamente influenzata dall'istituzione nel 1857 della riserva di caccia prediletta dei reali di Casa Savoia. Per quasi un secolo i nobili hanno frequentato l'area, lasciando al Parco un grandioso **patrimonio architettonico – strade, mulattiere e case di caccia**.

Le Alpi del Sud sono una zona di passaggio. Eserciti di ogni nazione hanno percorso le loro strade lasciandosi alle spalle **sistemi fortificati** tuttora visibili comprendenti grandi fortezze, caserme, bunker.

La zona del Marguareis porta invece i segni di una gestione antica che risale al 1173, anno in cui viene fondata la **Certosa di Pesio**. Per secoli i frati si sono impegnati nella cura del patrimonio forestale, dei pascoli, e oltre al monumentale complesso religioso hanno costruito grange, canali e mulini, segnando in modo molto forte il territorio.

- **Prodotti locali**

Tradizioni alimentari pressoché identiche ci parlano di un fondo culturale comune, caratteristico della regione transfrontaliera. La cucina delle valli delle Alpi Liguri e Marittime e del Mercantour impiega infatti gli stessi prodotti, coltivati per la maggior parte sul posto.

Una produzione indissolubilmente legata alla terra e una lavorazione dei prodotti (patate, formaggi, miele, pane, trote, oggetti di artigianato artistico) che in taluni casi è ancora manuale, con la vendita che spesso avviene ancora nel piccolo esercizio di paese.

Per contribuire allo sviluppo di un tessuto imprenditoriale sempre più orientato verso obiettivi di sostenibilità e per stimolare i consumatori a premiare chi, condividendo questi valori, ha scelto di produrre nel rispetto della tradizione e dell'ambiente, l'Ente ha recentemente introdotto l'apposito "**Marchio di Qualità APAM**".

- **Patrimonio transfrontaliero**

Nel corso dei secoli, sui due versanti delle Alpi meridionali, si sono organizzati scambi umani ed economici e si sono instaurati modi di vivere, usi e tradizioni molto simili. È così che, nelle Alpi Marittime-Mercantour, si è forgiata una forte identità comune, rafforzata dall'uso di dialetti occitani molto simili.

Sin dalla loro istituzione, i due Parchi sviluppano una collaborazione sempre più stretta per una stessa missione di protezione e valorizzazione delle ricchezze culturali, paesaggistiche e naturali. Lavorano insieme per la salvaguardia della biodiversità, ad esempio occupandosi di specie che non conoscono confini, come l'aquila reale, il gipeto e il lupo. Inoltre, operano il trasferimento di stambecchi, organizzano operazioni di reintroduzione del gipeto barbuto, scambiano competenze e personale, sviluppano strumenti comuni di gestione, come un sistema informativo territoriale, e si consultano in materia di educazione ambientale, sviluppo sostenibile e cultura.

Per proteggere questi patrimoni comuni, i due spazi naturali sono gemellati dal 1987, con l'ambizione comune di valorizzare una continuità territoriale che ignora qualsiasi frontiera.

Questa collaborazione intensa, probabilmente una delle più riuscite tra Parchi europei contigui, è culminata con la Creazione del Gruppo europeo di cooperazione territoriale (GECT) Parc européen / Parco europeo Alpi Marittime Mercantour nel 2013.

2) La situazione economica

- **La situazione socio-economica**

Di pari passo con lo spopolamento delle valli cuneesi, nel corso della seconda metà del Novecento i settori dell'agricoltura e dell'allevamento alpini hanno perso terreno - in senso stretto e figurato. I campi coltivati sono diminuiti drasticamente e così i pascoli, con l'abbandono dei siti più scomodi e meno redditizi e il solo mantenimento degli alpeggi più accessibili.

Negli ultimi anni si è assistito però a un positivo aumento di interesse per l'agricoltura e l'allevamento biologici e, più in generale, a una valorizzazione delle eccellenze locali. Voci importanti dell'economia locale restano la selvicoltura e la castanicoltura.

La maggior parte dei residenti svolge attività legate ai servizi, al turismo e al commercio. Per quanto riguarda l'ambito turistico in particolare, si può dire che i primi promotori del turismo in Valle Gesso siano stati i reali di casa Savoia, fautori di una frequentazione d'élite delle terme e dell'alta valle. In Valle Vermenagna è sempre stato lo sci il fattore trainante dello sviluppo turistico, con gli impianti di Limone Piemonte.

In generale, nel corso degli ultimi anni - dopo il boom del turismo di massa dei "villeggianti" e la corsa selvaggia all'edificazione di seconde case - la direzione del turismo è quella verso una fruizione "dolce" e meno impattante, con un'offerta più diversificata che spazia dagli sport e le attività all'aria aperta al turismo culturale ed enogastronomico e una maggiore attenzione alla sostenibilità ambientale.

- **Collegamenti e trasporti**

I paesi più grandi sono diventati i piccoli poli dove si concentrano i servizi essenziali alla popolazione. Le borgate alpine meglio esposte e raggiunte dalle

strade asfaltate sono rimaste abitate, quelle dislocate nei punti meno favorevoli sono state prima abbandonate, poi dimenticate.

L'auto rimane il mezzo prioritario e più utilizzato per potersi muovere sul territorio. Nelle ultime stagioni, per il periodo estivo è stato proposto dal Parco un servizio sperimentale di trasporto navetta a chiamata, per favorire gli spostamenti intervallivi e i collegamenti tra le principali località, molto apprezzato dagli escursionisti. L'aspetto negativo delle navette è il loro alto costo, che si può coprire soltanto ricercando assiduamente i necessari finanziamenti.

Il territorio è servito dalla linea ferroviaria internazionale Torino-Cuneo-Ventimiglia-Nizza (alcuni convogli effettuano il servizio di trasporto biciclette) che risale la Valle Vermentagna e passa per Vernante, che è totalmente mancata per un lungo periodo in conseguenza alla tempesta Alex.

Per chi vuole raggiungere le altre valli del Parco con mezzi pubblici, si deve fare capolinea a Cuneo o Borgo San Dalmazzo e utilizzare i servizi di autolinee, ma frequenze e orari non sono sufficienti per sostituire il mezzo privato.

3) L'offerta e la domanda turistica

- **Strutture ricettive**

L'analisi sulla ricettività presente sul versante italiano dell'area CETS è stata condotta grazie ai dati messi a disposizione dall'Osservatorio del Turismo della Regione Piemonte.

I dati, suddivisi per Comune, mettono in evidenza una diversa densità di infrastrutturazione turistica del territorio; questa è spiegabile col fatto che le diverse aree presentano morfologia e tipo di frequentazione molto differenti tra loro, che inevitabilmente si riflettono nella tipologia di sistemazioni offerte.

Nella tabella seguente, sono state valorizzate sia le locazioni turistiche che le strutture ricettive (qualunque struttura autorizzata e dotata degli elementi necessari a concedere ospitalità: alberghi, residenze turistiche alberghiere-RTA e strutture complementari quali campeggi, villaggi turistici, rifugi (alpini, escursionistici, bivacchi), agriturismi, case per ferie, ostelli per la gioventù, CAV, affittacamere, B&B, alloggi vacanze).

**Distribuzione delle strutture ricettive e numero di posti letto per comune
(dati aggiornati a fine 2020)**

Comune	Strutture		Locazioni		Totale strutture ricettive	
	N. esercizi	N. Posti Letto	N. esercizi	N. Posti Letto	N. esercizi	N. Posti Letto
Aisone	1	150	-	-	1	150
Briga Alta	5	149	-	-	5	149
Chiusa di Pesio	26	919	2	10	28	929
Demonte	18	872	5	33	23	905
Entracque	15	1432	6	20	21	1454
Gaiola	4	116	-	-	4	116
Limone Piemonte	39	1322	112	498	151	1820
Moiola	2	6	-	-	2	6
Ormea	25	573	1	7	26	560
Roaschia	3	24	-	-	3	24
Valdieri	22	834	12	50	34	884
Vernante	12	196	19	88	31	284
Vinadio	35	1413	3	9	38	1422
TOTALE Area CETS	207	8006	160	715	367	8.703
Confronto con situazione precedente						
Comune	Strutture		Locazioni		Totale strutture ricettive	
	N. esercizi	N. Posti Letto	N. esercizi	N. Posti Letto	N. esercizi	N. Posti Letto
TOTALE Area CETS nel 2016	57	2.272	135	6.051	192	8.323

Fonte: elaborazione su dati Osservatorio del Turismo della Regione Piemonte

NB: una differente classificazione dei dati da parte dell'Osservatorio rispetto al periodo precedente parrebbe evidenziare variazioni significative sui parziali. In realtà, è opportuno considerare il dato complessivo sulla ricettività; si evidenzia un **incremento del 4,5% del totale dei posti letto disponibili**, a conferma che il turismo è un fenomeno in crescita.

• Domanda turistica - Profilazione del turista e presenze



PIEMONTE



REGIONE PIEMONTE

Flussi Turistici	Estero		Italia		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Valle Gesso	3.475	11.595	12.211	36.488	15.686	48.083
Valle Pesio	2.470	6.195	9.116	23.679	11.586	29.874
Val Vermentagna - Limone P.TE, Vernante	4.165	9.945	12.861	36.914	17.026	46.859
Totale	10.110	27.735	34.188	97.081	44.298	124.816

Valle Gesso

ENTRACQUE, ROASCHIA, VALDIERI

Valle Pesio

BOVES, CHIUSA DI PESIO, PEVERAGNO

Val Vermentagna - Limone P.TE, Vernante

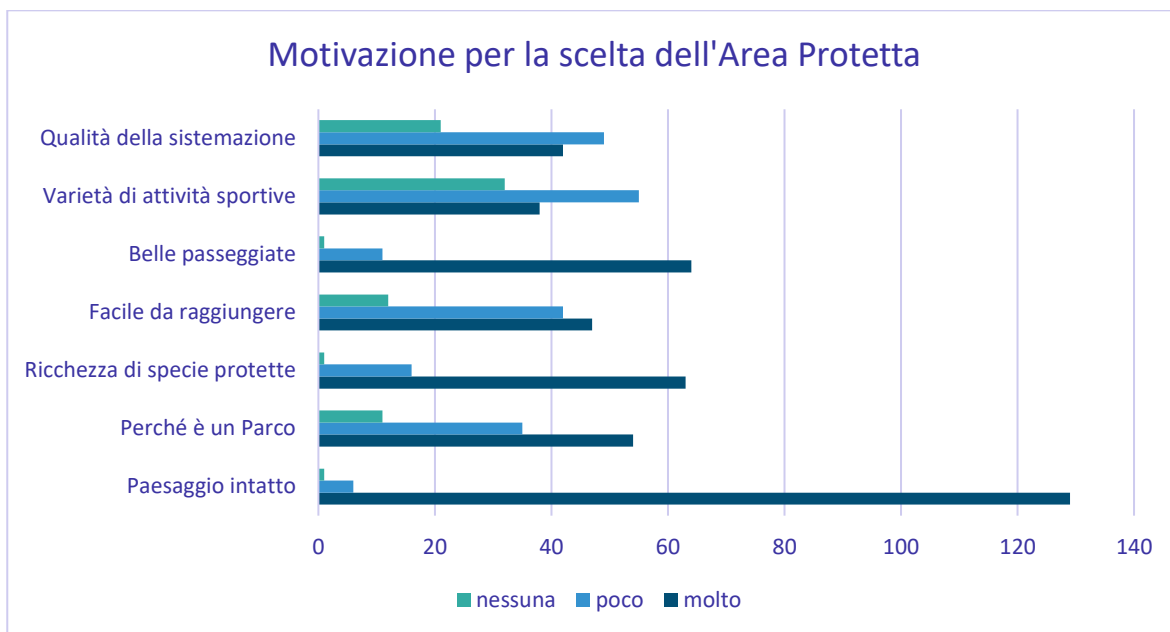
LIMONE P.TE, ROBILANTE, ROCCAIONE, VERNANTE

Fonte: Osservatorio Turistico Regionale della DMO Visit Piemonte

L'ultima rilevazione sul profilo del turista nella zona delle Aree Protette delle Alpi Marittime e del Parco Nazionale del Mercantour era stata realizzata attraverso un'indagine qualitativa nel 2011, citata nella precedente strategia.

Nel 2020, sono stati somministrati nuovi questionari per aggiornare la percezione dei turisti, tenendo conto della contingenza della pandemia da Covid-19.

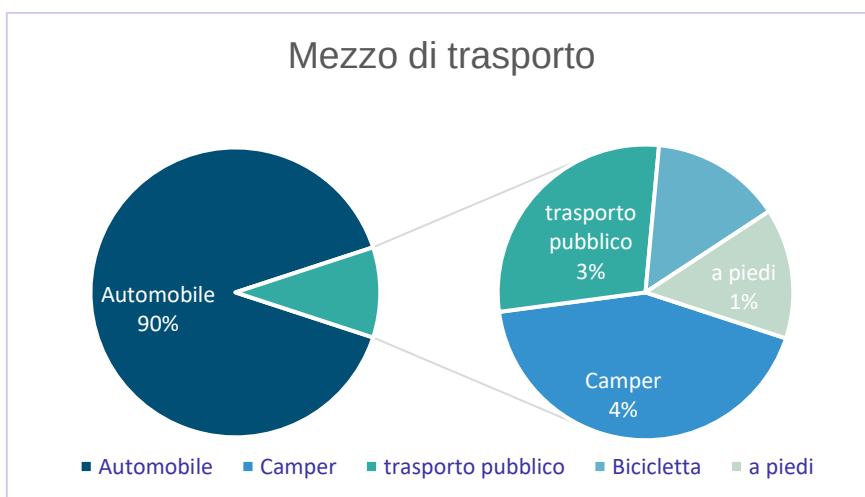
Dai circa 150 questionari restituiti è stata riconfermata la motivazione di visita prevalente per una vacanza a contatto con la natura, in un contesto paesaggistico percepito come intatto e ricco di specie protette, anche grazie alla presenza del Parco.

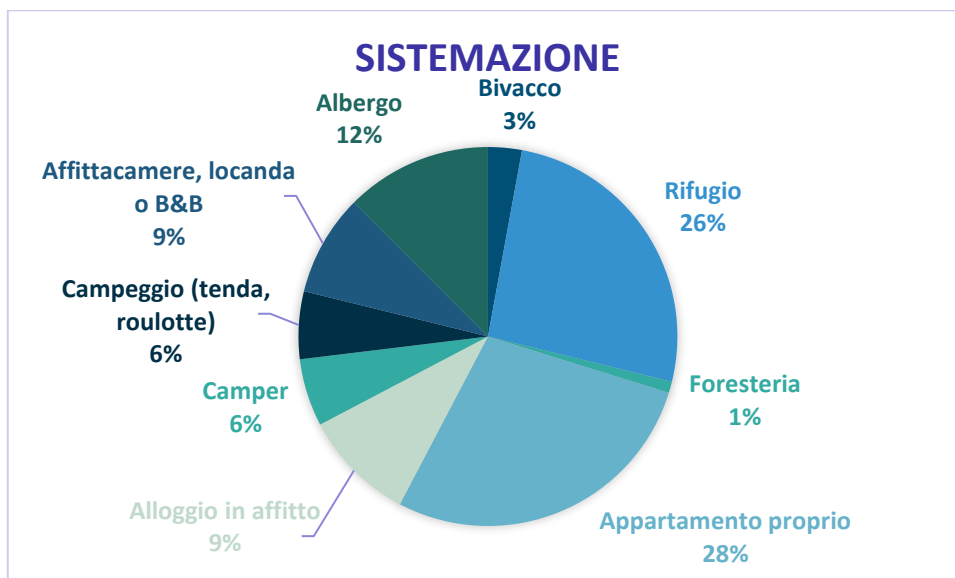


Le caratteristiche di mobilità e di permanenza sul territorio dei turisti possono incidere negativamente sulla sostenibilità di un'area protetta.

Anche quest'indagine ha evidenziato che la quasi totalità degli spostamenti verso il Parco avviene con mezzi di trasporto privati.

Dalle risposte ricevute, si evince che poco più della metà degli intervistati è escursionista (la rimanenza è dedicata a soggiorni più stanziali).

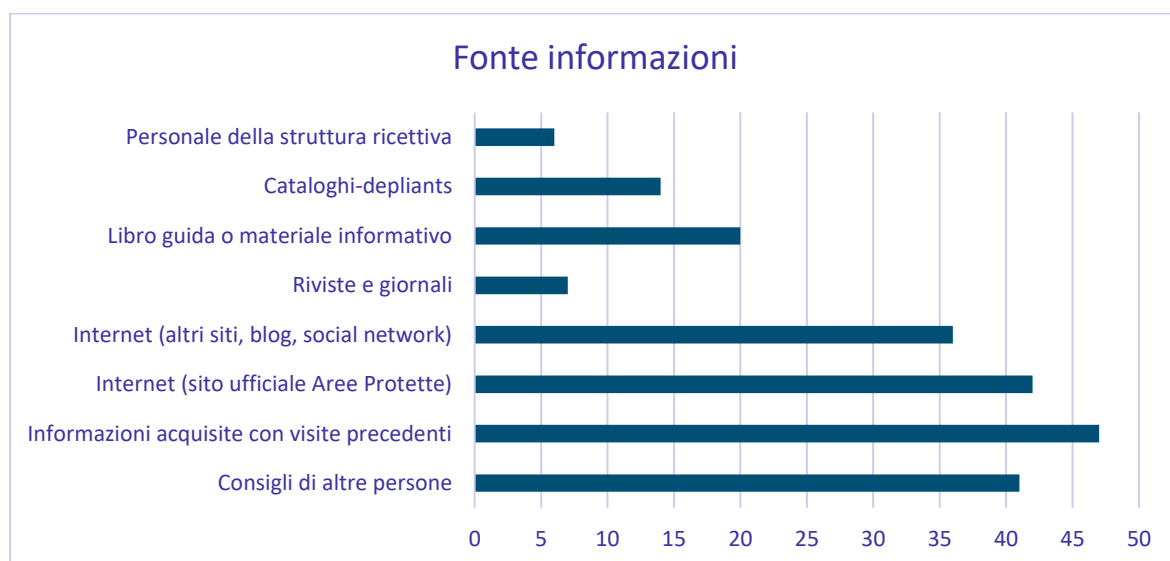




Rispetto all'indagine precedente, il passaparola e l'esperienza diretta rimangono un'importante fonte di informazioni per programmare la propria vacanza; è nettamente cresciuta però l'importanza delle fonti online, a discapito di quelle cartacee.

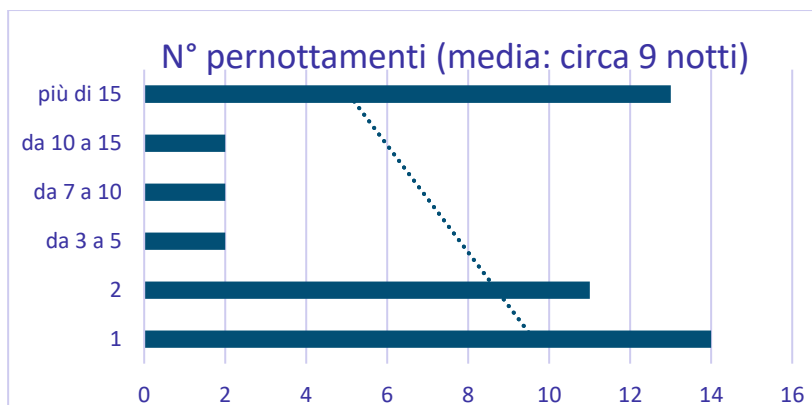
Un'altra domanda ha evidenziato come, una volta in loco, il 60% dei visitatori preferisca consultare informazioni cartacee e il 40% su dispositivi elettronici, circa le possibilità di visita o eventi sul territorio.

Colpisce la poca rilevanza attribuita agli operatori delle strutture ricettive per reperire informazioni turistiche. **Tra le azioni della strategia, è stata posta particolare attenzione alla formazione in favore degli operatori**, per valorizzarne l'importanza in questo senso, data la loro presenza capillare e "di prima mano" a contatto con i visitatori.



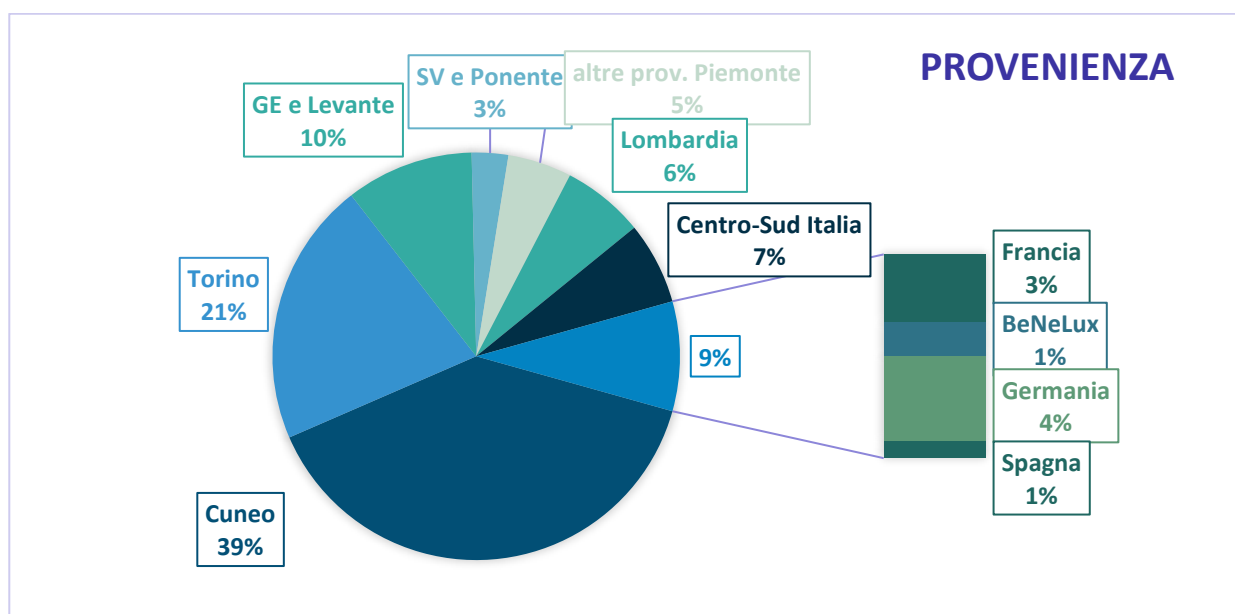
L'analisi intendeva identificare anche la durata media dei soggiorni e la provenienza dei visitatori. Si tenga presente però che questi due dati nell'agosto 2020 sono stati pesantemente condizionati dalla situazione pandemica:

- quanto alla durata, "l'estate del Covid" ha fatto registrare infatti un'estremizzazione tra soggiorni molto lunghi (case affittate o di proprietà sfruttate per l'intera estate, dopo i mesi di lockdown) e presenze brevi ("toccata e fuga" di pubblico di prossimità alla ricerca dell'aria aperta)



- la provenienza è stata estremamente ridotta dall'estero rispetto ai normali flussi: non dimentichiamo che Paesi come il Belgio, storicamente e localmente uno dei mercati esteri di rilievo per l'area, hanno sconsigliato l'Italia ai propri cittadini come meta dei viaggi per il 2020.

Allo stesso modo, la provenienza di prossimità è stata estremamente rilevante, data la preferenza da parte dei viaggiatori a non effettuare viaggi a lunga percorrenza, in periodo di cautela e rischi di chiusure tra regioni.



Nel 2021 e 2022 non sono state effettuate altre indagini direttamente dal Parco, ma sia dalle statistiche degli Osservatori Regionali che dal confronto con gli operatori, si è registrato un progressivo ritorno dei visitatori stranieri e una costante crescita della domanda di vacanze nella natura.

Il picco di presenze di nuovi pubblici che nel 2020 hanno “ripiegato” sulla montagna non potendo/volendo raggiungere destinazioni abituali o più lontane, non si è esaurito: le restrizioni della pandemia con il timore di nuove ondate, ma anche la “riscoperta” dei benefici della natura, hanno fatto mantenere alto l’interesse verso mete rispondenti ai nuovi bisogni primari emersi nel biennio precedente.

Questo fenomeno rappresenta per l’area protetta da un lato un elemento positivo, per la possibilità di far conoscere e apprezzare questi luoghi e ambienti a nuovi pubblici; dall’altro, genera la necessità di gestire più attentamente flussi di visitatori meno esperti (per comportamenti adeguati verso equilibri delicati, ma anche nell’ottica di garantire la sicurezza).

Anche la domanda di servizi è evoluta rapidamente (i visitatori sono più esigenti, anche verso la sostenibilità), pertanto è necessario supportare una transizione dell’offerta, per la soddisfazione reciproca di fruitori e operatori locali.

4) L'offerta turistica: le attività



Escursioni e passeggiate

Una rete escursionistica straordinaria – con oltre 400 chilometri di itinerari segnalati – permette di immergersi nella natura del Parco lungo sentieri, mulattiere e strade militari che sono autentici capolavori di ingegneria naturalistica. **17 accoglienti rifugi alpini e 7 spartani bivacchi** permettono di vivere la montagna in quota ad alpinisti ed escursionisti.



Altre attività in montagna

L’ampiezza e la varietà del territorio consentono una gamma di attività outdoor estremamente variegata, nonché di proporre percorsi naturalistici e culturali con caratteristiche adatte a ogni stagione.

Nell’ambito del “FEASR Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale - PSR 2014/2020” le Aree Protette Alpi Marittime (in collaborazione con Unione Montana Valli Mongia Cevetta Langa Cebana Alta Valle Bormida, Unione Montana Valli

Monregalesi, Unione Montana Alta Val Tanaro, Unione Montana Alpi Marittime e con il supporto di Piemonte Outdoor) hanno realizzato:

- una playlist su Youtube dedicata all'outdoor, in italiano e inglese:

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLGd9iyg9mBrsFvPlgBn-MAIFdqGVMEo1o>

- una collana di libretti descrittivi su itinerari per le diverse attività "Top20 tra le Alpi Marittime e Langhe":

<https://www.areeprotettealpimarittime.it/ente-di-gestione-aree-protette-alpi-marittime/pubblicazioni/top20-tra-alpi-marittime-e-langhe>



Pratiche invernali e stazioni sciistiche

In inverno le strade che conducono a Terme di Valdieri, San Giacomo di Entracque e al Lago delle Rovine sono chiuse per ragioni di sicurezza dovute alla caduta delle valanghe e al rischio di trovare ghiaccio sulla carreggiata. Si possono effettuare escursioni in bassa valle con le ciaspole.

Nei Comuni di Entracque e Chiusa Pesio ci sono tracciati di sci di fondo (ad Entracque anche un piccolo impianto di risalita per lo sci da discesa): fruiti prevalentemente da praticanti locali, sono a volte teatro di competizioni sportive che attirano sciatori di altra provenienza.

Dal 2021, il Parco collabora con l'ATL in occasione del "White Saturday" (evento di lancio della stagione turistica invernale), per affiancare alla promozione anche la conoscenza del servizio di rilevazione nivometrica per l'elaborazione dei bollettini valanghe e l'educazione ambientale.

È stata realizzata anche una vasta azione di sensibilizzazione per favorire una frequentazione della montagna invernale nel rispetto delle popolazioni di fagiano di monte.

- **Accoglienza turistica, intrattenimento e musei**

Il Parco conta numerosi punti di accoglienza, presidiati da personale di cooperative esterne in stretta collaborazione con l'Ente:

- Centro visita e Osservatorio Faunistico "Uomini e Lupi" a Entracque, più centro visita presso la centrale Enel dove si trova anche la mostra permanente "Ultimi ghiacci", che illustra gli effetti dei cambiamenti climatici
- Museo della Civiltà della Segale a Sant'Anna di Valdieri, parte dell'omonimo Ecomuseo

-
- Archeoparco di Valdieri e il villaggio archeodidattico della Roccarina a Chiusa di Pesio
 - Museo sull'abbandono della montagna, in fase di riallestimento presso la sede dell'Ente a Chiusa di Pesio
 - Giardino botanico "Valderia", giardino fitoalimurgico "Oreste Mattiolo", stazioni botaniche alpine

Si può migliorare l'interazione con altri uffici turistici presenti nei paesi e gestiti da ATL o altri soggetti; questa è una delle azioni che ci si propone di realizzare nel prossimo quinquennio.

5) Fornitori di servizi turistici

Nel precedente quinquennio, l'azione CETS è stata partecipata prevalentemente dagli operatori aderenti all'**Associazione Ecoturismo in Marittime**, con poche adesioni in altre aree gestite dall'Ente.

Nata nel 2002 con l'obiettivo di valorizzare e promuovere l'area protetta del Parco Alpi Marittime, si pone come scopo primario la promozione e la valorizzazione dell'area protetta delle Alpi Marittime attraverso il confronto tra amministrazione pubblica e mondo privato. Ambisce al contempo alla creazione di una rete tra gli operatori che quotidianamente lavorano e investono su questo territorio. I soci di Ecoturismo in Marittime che offrono questi servizi sono più di 50. Gestiscono in prevalenza alberghi, ristoranti, bar, rifugi alpini e rifugi escursionistici, ma anche attività commerciali, negozi di alimentari o servizio taxi. Alcuni di loro sono produttori locali o rivenditori di prodotti tipici.

Per il prossimo quinquennio, si intende coinvolgere anche nuovi operatori insediatisi successivamente ed equilibrare maggiormente la diffusione dei principi della Carta anche nell'area del Parco Marguareis, trasferendo le buone pratiche acquisite nel tempo e incentivando la collaborazione tra operatori.

Per l'obiettivo di intensificare, qualificare ed equilibrare il rapporto con gli operatori locali, tra le azioni già avviate e che saranno perseguite secondo gli obiettivi CETS si segnalano in particolare:

- introduzione del Marchio di Qualità APAM
- realizzazione nuova sezione "Visita" del portale istituzionale

PANORAMICA VERSANTE FRANCESE

1) Il territorio e le sue risorse

Il massiccio dell'Argentera-Mercantour, grazie in particolare alla combinazione di fattori geologici e climatici, che hanno generato qui notevoli caratteristiche naturali e un'eccezionale diversità patrimoniale e paesaggistica, beneficia di beni particolarmente attraenti, suscettibili di favorire un forte sviluppo turistico.

La sua posizione geografica privilegiata, unita all'appeal "meridionale" (sole, luce, ecc.), le conferisce un certo vantaggio competitivo, posizionandola come destinazione "all season". La sua storia ricca e turbolenta ha forgiato una forte identità e nel corso dei secoli ha generato un patrimonio culturale e architettonico altrettanto notevole.

● Patrimonio naturale e paesaggistico

La diversità e l'abbondanza della fauna e della flora del massiccio del Mercantour è certamente una delle sue ricchezze più importanti. Per molti aspetti, da nessun'altra parte in Europa esiste una tale diversità in termini di specie vegetali e animali. La loro attrattiva turistica, sia per la clientela locale che per quella più lontana, è evidente, tanto più che qui la fauna è particolarmente facile da osservare.

La **vicinanza mare/montagna**, di per sé attrattiva, è una situazione che si riscontra solo eccezionalmente nel mondo. Associata in particolare alla diversità geologica e alle varie influenze climatiche, ha dato origine a un'ampia varietà di paesaggi, che possono arricchire l'esperienza del visitatore.

La **qualità di molti siti naturali**, in un massiccio poco urbanizzato, poco frequentato e attrezzato, è l'altra grande ricchezza del territorio. L'insieme selvaggio che costituisce il Mercantour può essere considerato come uno dei forti punti di attrazione del massiccio.

Tuttavia, questo insieme di risorse naturali sta conoscendo sviluppi contrastanti. Mentre sono molte le proposte di soggiorni o escursioni generiche sulla montagna da parte di guide e accompagnatori, poche sono le promozioni specializzate su temi corrispondenti ai punti di forza territoriali.

Alcuni siti del Mercantour sono quindi molto frequentati, il che richiede all'ente di gestirne in dettaglio lo sviluppo e di monitorarne la frequentazione: lago di Allos,

Authion, Madone de Fenestre, Boréon, Gordolasque, Vallées des Merveilles, valle di Lauzanier, valichi stradali di Bonnette e Cayolle.

Dal 2017 il Parco Nazionale del Mercantour (associato ad alcuni comuni) fa parte di una **Riserva Internazionale del Cielo Stellato (RICE Alpes d'Azur Mercantour)**, un prestigioso marchio che premia la purezza del suo cielo. Questo approccio consente di mettere in atto una politica legata alla sensibilizzazione all'inquinamento luminoso, al supporto dei comuni nella gestione dell'illuminazione pubblica, ma anche nella formazione di operatori socio-professionali per lo sviluppo di un'offerta turistica incentrata sul cielo notturno.

- **Patrimonio culturale.**

Il Mercantour è frequentato fin dall'antichità e diversi periodi storici hanno lasciato tracce particolarmente interessanti da scoprire.

Tra i punti di forza di questo patrimonio, vanno citati i **borghi arroccati** e alcuni borghi con caratteristiche medievali ancora ben conservate, che costituiscono un forte punto di attrazione del patrimonio. Nonostante alcuni tentativi di ristrutturazione negli ultimi anni, spesso presentano ancora un aspetto di degrado. Tuttavia, sono una notevole attrazione. Le frazioni e i villaggi tipici d'alta quota presentano anche architetture montane particolarmente interessanti ed estetiche.

Gli **edifici religiosi** occupano poi un posto d'elezione (cappelle medievali, cappelle dipinte, chiese barocche, monasteri, ecc.), così come i numerosi edifici militari che sorgono sul Mercantour; interessante anche il patrimonio industriale (miniere, centrali idroelettriche, elettrodotti e ferrovia...).

Un importante patrimonio vernacolare è infine rappresentato dai sentieri secolari, i ponti, i ristoranti, gli oratori..., tutto questo piccolo patrimonio plasmato dall'uomo e che riflette l'identità del Mercantour.

Il **sito delle incisioni rupestri della Vallée des Merveilles**, che attira ogni anno circa 30.000 visitatori, è infine uno dei grandi siti di punta del Mercantour, talvolta erroneamente identificato con il Mercantour stesso. Attualmente è l'unico sito del Mercantour che gode realmente di promozione turistica (visite guidate, pacchetti turistici, ecc.). Per il resto ci sono pochi circuiti e prodotti, tranne qualche uscita giornaliera sul tema delle cappelle dipinte. Il "sentiero dei borghi arroccati" è uno dei rari esempi di prodotto escursionistico associato ad un tema culturale.

In conclusione, nei confronti di una clientela "lontana", è lecito pensare che solo determinati siti o monumenti possano avere un reale impatto attrattivo: Vallée

des Merveilles, borghi arroccati e medievali, cappelle dipinte, borghi fortificati. D'altra parte, per i turisti “sul posto”, molti siti meritano di essere valorizzati per costituire veri e propri punti di interesse.

- **Prodotti locali**

Nell'area, la produzione e la vendita di prodotti locali sono molto poco sviluppate. La produzione locale riguarda principalmente pochi formaggi e miele, più raramente frutta e verdura, vimini, abbigliamento o vasellame. La produzione viene veicolata principalmente attraverso la vendita diretta, nei mercati o nei negozi locali.

Si può anche trovare parte della produzione delle Alpi dell'Alta Provenza nei negozi. La produzione artigianale locale è scarsa e i souvenir offerti sono talvolta realizzati lontano dal Mercantour.

Nelle Alpi dell'Alta Provenza, la valle dell'Ubaye presenta una produzione locale molto diversificata (cibo, lavorazione del legno, artigianato, abbigliamento, ecc.). Questa produzione è in vendita nella *Maison de pays* di Jausiers.

- **La presenza di un Parco Nazionale e il patrimonio transfrontaliero.**

La sola presenza del Parco Nazionale ha motivato l'arrivo di quasi il 40% dei visitatori, a conferma dell'attrattiva che può rappresentare uno spazio del genere, su cui vale dunque la pena fare affidamento. Il Parco è riconosciuto come spazio di salute, natura e relax (carattere, tranquillità, ecc.).

La presenza del Parco Naturale delle Alpi Marittime e la ricchezza del territorio costituito dai due Parchi sono innegabili patrimoni che possono arricchire notevolmente l'esperienza dei turisti al di qua e al di là del confine.

I passi stradali transfrontalieri consentono facili collegamenti (prima della tempesta Alex) soprattutto in estate:

- il Col de Tende: accesso stradale chiuso dal 2 ottobre 2020, dovrebbe riaprire a ottobre 2023. Il collegamento ferroviario non ha mai smesso di funzionare anche se i suoi orari sono poco adatti alla clientela turistica (frequenza dei collegamenti)

- il passo Larche/Maddalena: importante accesso viario che collega l'Italia (valle Stura) alla valle dell'Ubaye, aperto tutto l'anno, è una strada utilizzata anche dal trasporto merci

- Col de la Lombarde: aperto solo in estate, collega la valle della Tinée (località Isola 2000) all'Italia (Valle Stura)

In evidenza:

- *una posizione geografica (sud, vicinanza al mare, ecc.) e fattori climatici privilegiati*
- *un patrimonio naturale, culturale e paesaggistico eccezionalmente ricco, diversificato e preservato, ma non sufficientemente valorizzato*
- *un massiccio ancora “selvaggio”.*
- *fauna facilmente visibile*
- *produzioni locali poco sviluppate e poco valorizzate*
- *una risorsa importante: la presenza del Parco Europeo delle Alpi Marittime Mercantour*

2) La situazione economica

• La situazione socio-economica

In quasi tutti i comuni del Mercantour, il settore terziario (rappresentato principalmente dal turismo e dal commercio) è la tipologia di economia predominante.

Nel complesso, due fattori fondamentali influenzano l'economia del massiccio: la vicinanza della Costa Azzurra e la presenza di stazioni sciistiche. Essi comportano la differenziazione in due ambiti ben distinti: una parte occidentale dell'area che si presenta come una classica zona montana agricola con stazioni sciistiche, e una parte orientale avente caratteristiche di montagna di prossimità, con popolazioni più anziane e pochi beni.

Attività quali l'agricoltura e la pastorizia, un tempo capisaldi dell'economia montana, interessano oggi solo una minuscola percentuale della popolazione attiva. Tuttavia, lo sviluppo dell'agro-pastorizia potrebbe rappresentare un'opportunità di diversificazione del reddito per molti abitanti.

• L'accessibilità del massiccio e i mezzi di trasporto

L'accessibilità del massiccio con i mezzi pubblici è uno dei grandi punti deboli del Mercantour. I problemi riscontrati riguardano innanzitutto i collegamenti tra le grandi città e il massiccio.

Anche se la situazione migliora sensibilmente di anno in anno grazie all'investimento degli enti intercomunali nella mobilità, i servizi migliori sono offerti dalle linee ferroviarie, ma solo per la valle della Roya e per avvicinarsi a quelle del Var e dell'alto Verdon.

In pullman gran parte delle valli sono servite due volte al giorno, ma con orari spesso impraticabili per i turisti. La ricerca difficoltosa di informazioni e orari dimostra quanto sia problematico per i turisti accedervi. Un altro livello di difficoltà appare anche per i servizi all'interno di ciascuna valle e per il collegamento dei principali paesi delle valli ai punti di interesse turistico, in assenza di sistemi di navette locali. Infine, i collegamenti intervalli sono praticamente impossibili se non in taxi (costosi e poco numerosi).

L'imminente apertura (inizio 2023) di una **stazione multimodale a Nizza Saint Augustin** vicino all'aeroporto internazionale, che collegherà aeroporto, stazione dei treni, dei tram e degli autobus + parcheggio per i veicoli, dovrebbe migliorare notevolmente la mobilità e l'accesso nelle valli del Mercantour.

In evidenza:

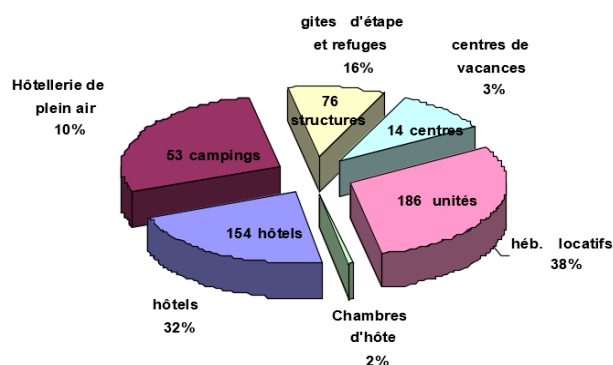
- *un tessuto locale fortemente segnato dalla vicinanza del litorale riviérasco e dalla presenza di impianti sciistici*
- *pratiche agricole potenzialmente interessanti per il turismo*
- *una rete di trasporto locale limitata che migliorerà in modo significativo dal 2023.*

3) L'offerta turistica: l'alloggio

Il Mercantour soffre di una carenza di posti letto destinati alla ricettività professionale. Il numero di posti letto disponibili per la vendita (posti letto commerciali escluse le seconde case) nel massiccio può essere stimato intorno ai 55.000.

Questa offerta è peraltro molto concentrata, solo quattro comuni (legati essenzialmente all'attività sciistica) offrono più di 1000 posti letto.

Il numero dei pernottamenti ammonta a 7.840.000 se si considerano le seconde case.



Fonte: PNM/2022

Nel grafico sono rappresentate le tipologie di strutture corrispondenti ai maggiori segmenti di clientela attuali e futuri del mercato, principalmente bed and breakfast, alberghi, offerte a carattere familiare (alloggi, centri vacanze), campeggi.

Tra le vistose carenze del massiccio si segnala la mancanza di posti letto commerciali, in particolare nelle categorie medio-alte (alberghi di charme 2 o 3 stelle, piccoli alberghi di montagna di qualità, ecc.). Le capacità di accoglienza per struttura sono generalmente basse, il che impedisce l'accoglienza di gruppi e la presa in considerazione da parte dei tour operator.

Da segnalare anche l'elevato numero di seconde case (oltre il 50% del totale degli alloggi, addirittura il 90% per alcuni comuni), il cui impatto sull'economia locale rimane molto limitato.

Questo quadro è parzialmente compensato dall'esistenza di un piccolo gruppo di strutture ben performanti che possono fungere da "benchmark" e da pochi professionisti altamente motivati. Inoltre, osserviamo che quando vengono attuate azioni di riqualificazione, i risultati sono tangibili.

Particolare attenzione meritano i **17 rifugi** aperti al pubblico nel cuore del Parco, per la loro collocazione in quota, che richiede un'adeguata gestione.

L'impatto di questi edifici sull'ambiente naturale (impatto paesaggistico, rifiuti e inquinamento, ecc.) rimane una delle preoccupazioni degli enti gestori e del Parco Nazionale.

In evidenza:

- *un'offerta di alloggio insufficiente*
- *un'offerta in miglioramento*
- *scarsa qualità delle strutture e servizi mancanti o non idonei*
- *necessità di stimolare gli albergatori nel miglioramento qualitativo del loro prodotto globalmente debole*
- *attenzione per l'evoluzione della situazione ambientale*

4) L'offerta turistica: le attività



Escursioni e passeggiate

Queste sono di gran lunga le attività principali, soprattutto nel cuore del Parco Nazionale. Il sistema di sentieri escursionistici è particolarmente ben identificato e mantenuto, soprattutto nelle Alpi Marittime (PDIPR del Consiglio generale). Il Parco Nazionale gestisce la rete dei sentieri nel cuore del Parco, ovvero circa 600 km di percorsi individuati da apposita e apprezzatissima segnaletica.

Diversi grandi itinerari attraversano il massiccio, come il GR5, il GR 52 Grande Traversée du Mercantour o la Via Alpina. L'attuale funzionamento dei GR, in particolare

nelle Alpi Marittime, funziona in modo ottimale con una pratica significativa di turismo itinerante.

Essendo il confine fisico tra i due Parchi prevalentemente montuoso, molti valichi transfrontalieri collegano i due versanti del massiccio. Questi storici valichi accoglievano già nel medioevo carovane di muli carichi di sale e derrate che transitavano tra la riviera e il Piemonte lungo le “vie del sale”. I passi principali sono nodi tra i più significativi della rete escursionistica transfrontaliera: Col du Sabion, Col de Fenestre, Col de Cerise, Col de Fremamorte, Baisse de Druos, ecc...



Un sito transfrontaliero per la prima volta sul trekking tra i due parchi:

<https://destination.marittimemercantour.eu/>



Altre attività in montagna

Altre attività, spesso dislocate al di fuori del territorio protetto o nelle singole località, consentono un'offerta ricca e diversificata di **attività outdoor**, come l'alpinismo, il canyoning, le vie ferrate, i percorsi avventura sugli alberi, l'arrampicata o il rafting. Molte guide offrono giornate e soggiorni guidati con noleggio attrezzatura.

Anche il **cicloturismo** è un'attività tutt'altro che trascurabile. Questa pratica, caratterizzata dal turismo itinerante, contribuisce a un alto tasso di occupazione delle strutture ricettive nei mesi di giugno e settembre.

Si noti l'ascesa della **mountain bike** facilitata dall'uso delle biciclette a pedalata assistita (vietate nel cuore del Parco Nazionale) che porta nelle valli una folta clientela locale.



Pratiche invernali e stazioni sciistiche

Nelle stazioni sciistiche si concentra la maggior parte delle presenze invernali del Mercantour, stimate in circa 2,9 milioni di turisti.

I 18 centri situati sul territorio dei comuni del Mercantour (8 stazioni, di cui 3 di rango nazionale o internazionale) sono spesso condizionati da precipitazioni insufficienti e/o mal distribuite. Accanto alla classica pratica dello **sci alpino**, queste località stanno sempre più **diversificando la loro offerta**, proponendo attività di scoperta (ciaspole, ecc.) e sviluppando alcune pratiche (motoslitte, cani da slitta, cascate di ghiaccio, ecc.) che rischiano di sconfinare dal comprensorio sciistico sviluppato verso l'area protetta.

I clienti sono soprattutto locali e il funzionamento delle stazioni è in gran parte legato alle gite giornaliere (80% dei ricavi ad Auron). Solo Isola 2000 e Pra-Loup, per la loro maggiore altitudine e la loro maggiore offerta ricettiva, attirano una clientela nazionale o addirittura internazionale.

Tuttavia, tutti gli indicatori socio-economici mostrano l'importanza delle stazioni sciistiche.

Si segnala, infine, che nel cuore del Parco non esiste una forte pressione edilizia e che i progetti di nuovi insediamenti sono rari e limitati. I prevedibili cambiamenti del clima sono integrati solo in parte nel pensiero dei decisori che sono piuttosto attendisti. I due principali orientamenti sembrano piuttosto andare verso un puntuale miglioramento dell'esistente evitando nuovi impianti e/o un migliore eventuale innevamento artificiale, che, viste le problematiche di gestione della risorsa idrica, possono risultare oggetto di dibattito con la necessità di conservare l'ambiente naturale.

Esistono anche alcuni spazi per **sci nordico**, con un funzionamento limitato: sono frequentati da fondisti e sempre più ciaspolatori, di provenienza locale. Anche questi siti sono anche molto soggetti ai capricci del manto nevoso.

Le attività estive nelle stazioni sciistiche sono in piena espansione. Anche qui si nota la presenza di una clientela prevalentemente locale. Negli ultimi anni, alcune località hanno sviluppato una serie di strutture come **vie ferrate o percorsi avventura** nella foresta per incrementare l'attività estiva. Le stazioni possono però essere un luogo di scoperta e di educazione, permettendo di raggiungere cittadini e bambini. Una collaborazione Parco/stazioni sciistiche è interessante in termini di opportunità di sviluppo.

Il Parco Nazionale è frequentato anche in inverno da escursionisti con **racchette da neve e sciatori (sci alpinismo)** che negli ultimi anni sono stati sempre più numerosi.

L'ascesa dello sci alpinismo preoccupa l'ente a causa del disturbo che può arrecare alla fauna selvatica (principalmente alla pernice bianca e al fagiano di monte). A questo riguardo, sono stati predisposti sistemi di sensibilizzazione per informare gli sciatori.

- **Accoglienza turistica, intrattenimento e musei**

La **qualità dell'accoglienza** è di buon livello per l'esistenza di strutture come l'Ufficio Turistico Intercomunale. Le Maison du Parc, che sono 5, completano questa accoglienza di qualità per i visitatori.

Le **animazioni e le feste** nelle valli sono relativamente numerose e ben distribuite, e possono essere attori di una valorizzazione turistica. Tradizioni agricole (transumanza, feste del bestiame, fiere del bestiame, ecc.), sagre tradizionali (sagra della castagna, ...) rievocazioni storiche, sono potenziali attrattive per i visitatori.

Numerosi (circa 25) sono i **piccoli musei** a tema culturale, in particolare sul tema delle tradizioni. Si tratta di piccole strutture, gestite da appassionati, ma con operatività limitata e interesse locale. Solo il Musée des Merveilles supera la soglia dei 5000 visitatori/anno.

In evidenza:

- *una gamma ampia e diversificata di attività, che consente la frequentazione in tutte le stagioni*
- *l'escursionismo, un'attività di punta con buone infrastrutture*
- *stazioni sciistiche in inverno (con crescenti alternative estive)*
- *accoglienza complessivamente efficiente*
- *soddisfacente animazione*

5) Fornitori di servizi turistici

Il tessuto del Mercantour è caratterizzato da un altissimo tasso di VSE (Very Small Business). Riunendo tutte le categorie, all'interno del Mercantour lavorano circa 900 prestatori di servizi.

L'associazione Mercantour Ecotourisme riunisce 100 attori impegnati da 10 anni nella Carta europea del turismo sostenibile (l'associazione ha festeggiato il suo 10° anniversario nel 2022)

Dal 2015 l'offerta è stata qualificata anche con il sistema dei marchi dei parchi nazionali francesi, Esprit Parc national.

6) Presenze turistiche e visitatori del massiccio.

Uno studio condotto nel 2017 ha permesso di evidenziare due profili principali di clienti che frequentano le strutture ricettive del Mercantour:

-
- il profilo “attivo”: si tratta di un turista che viene per la montagna, pratica escursioni e/o altre attività sportive;
 - il profilo "scoperta": è un fan dell'ozio e dell'attività lenta, cammina, scopre e riposa.

Tutti i gestori sottolineano la **stagionalità** (l'80% del fatturato viene realizzato da giugno a settembre).

Con 500.000 visitatori estivi nel cuore del Parco, si può dire che la frequentazione del Mercantour rimane moderata. Soprattutto è molto diseguale a seconda dei siti, tra i quali solo un piccolo numero ha presenze sostenute.

La stagionalità rimane molto marcata, con una concentrazione tra il 14 giugno e il 15 settembre e picchi di presenze nel fine settimana.

Tuttavia, vi sono margini di incremento per il massiccio che, ad eccezione di alcuni siti che dovranno essere oggetto di particolare vigilanza, non appare saturo.

La strategia del Parco mira a meglio distribuire i flussi nel tempo e nello spazio, al fine di garantire l'integrità degli ambienti e offrire un elevato livello qualitativo ai visitatori.

Il Parc du Mercantour è visto come un parco locale, con una frequentazione importante e in crescita, anche se la quota di soggiorni turistici rimane stabile. La clientela è soprattutto regionale, con una rappresentanza di stranieri leggermente superiore alla media registrata nei parchi montani (italiani in particolare).

Il minor peso economico dell'escursionismo e il suo impatto talvolta negativo sull'ambiente dovrebbero indurre a riflettere sulle modalità di promozione della frequentazione "di soggiorno", ben integrata nel suo ambiente naturale, economico e sociale. Va affermata la vocazione del Parco come destinazione turistica, attraverso un lavoro di posizionamento, identità e comunicazione adeguata.

Il Parco conferma la sua attrattività con un altissimo tasso di fidelizzazione. L'età media si abbassa sensibilmente e il rinnovo avviene positivamente. Questi fattori combinati dovrebbero incoraggiare una riflessione sulla gestione dei flussi turistici

In evidenza:

- *presenze ancora contenute nonostante i noti picchi di alta stagione e weekend*
- *redditività delle strutture ricettive da migliorare, con problemi dovuti in particolare alla stagionalità*
- *posizionamento migliorabile: da parco locale a destinazione turistica*
- *una clientela fidelizzata del "cuore del parco".*

CRITICITÀ, OPPORTUNITÀ, PARTECIPAZIONE

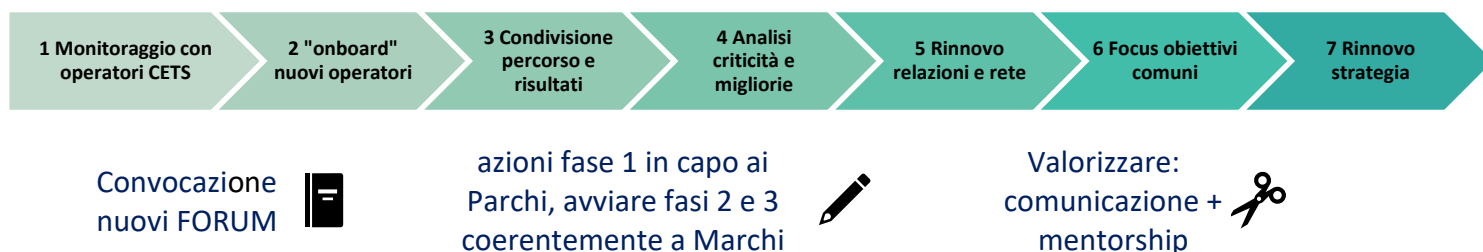
Come evidenziato, rispetto alla strategia precedente si è valutato necessario focalizzare meglio obiettivi e azioni da perseguire, in particolare operando una più chiara distinzione delle fasi 1 e 2 della Carta.

Questa necessità è emersa sia da parte del personale dei Parchi incaricato della CETS, sia durante il confronto con gli operatori, durante i monitoraggi e nei Forum, diradati e in parte svolti online, a causa della situazione pandemica e della tempesta Alex; si è cercato di sopperire con contatti telefonici individuali e con la creazione (per APAM) di un apposito gruppo WhatsApp.

Partecipazione degli operatori locali	
CRITICITÀ emerse durante monitoraggi e forum	SOLUZIONI possibili o auspicate
Percezione di eccessiva burocrazia	Compilazione schede da parte del personale del Parco (in parte già fatto quest'anno), trasformandola in occasione di confronto/contatto a voce con operatori
Stanchezza degli operatori, verso il processo (peggiorata dalla contingenza Covid nel 2020 e 2021, dalla crisi energetica e inflazione nel 2022)	Rinnovare la motivazione: - Valorizzando la CETS quale certificazione premiante nei bandi di finanziamento - Implementando parte 2 e 3, divise da parte 1 (certificazione dell'Area) - Valorizzando la comunicazione - Incentivando occasioni di reale scambio
Distanza (da Parco e da Federazioni)	Aumentare visite del personale dei Parchi sul territorio Riavviare con regolarità i forum Monitorare e comunicare la tangibilità dei risultati
"Timidezza" nel reagire a stimoli o nel proporre iniziative (da operatori)	Far percepire il reale supporto e valore aggiunto della relazione con i Parchi
Scarsa propensione alla rete effettiva	- Incentivare momenti/occasione di scambio e confronto - Mentorship verso nuovi soggetti (riconoscimento dell'expertise e trasmissione di know-how) - Migliorare distribuzione geografica
Azioni con indicatori difficili da quantificare	Scelta obiettivi e criteri più tangibili

Sono stati riepilogati anche i possibili miglioramenti di interazione con altri stakeholder, per una maggior condivisione della strategia e collaborazione verso obiettivi condivisi:

Potenziali nuovi stakeholders	Modalità di coinvolgimento
Comuni del Parco e altri Enti o istituzioni	Condivisione nuova strategia e nuova impostazione CETS, proposta di collaborazione su obiettivi condivisi
Associazioni sul territorio	Fissare incontri (già avviata interlocuzione)
Operatori esistenti che non avevano aderito	Ricontattare
Nuovi operatori	Contattare



PIANO DELLE AZIONI

Si allega tavola di sintesi riepilogativa e dettaglio di ogni scheda azione.

CONCLUSIONI

Le Aree Protette Alpi Marittime e il Parc National du Mercantour desiderano rinnovare il loro impegno e la collaborazione transfrontaliera per contribuire congiuntamente agli obiettivi 2030, espressi anche da Europarc Federation:

Our Principles

Cooperative

To learn and work with each other across Europe in order to develop and innovate Protected Area management.

Enjoyable

To create fun and useful networking experiences where cultural and professional barriers can best be overcome and positive approaches to common issues developed.

Inclusive

To actively listen and engage in all aspects of our operations, ensuring we treat everyone with respect, care and empathy and are equal, fair and welcoming in our actions.

Sustainable

To track the impacts that the work of our organisation has on the natural and cultural heritage and seek to maximise innovative solutions and practices.

Excellence

To adopt the practise of continual improvement by providing networking opportunities for learning that offer and develop an understanding of best practice across all areas of our activities.

We believe it is important that our work is underpinned by a set of values that should permeate our organisation.

All the work of the strategy has been identified in order to accomplish the mission and work towards the vision. We will also ensure that the set of values promoted by EUROPARC is embedded in both what we do and how we do it. These underpin the ethos of the Federation and are central to our corporate thinking and actions.

INVEST •
INSPIRE •
INNOVATE •
INFLUENCE •
INFORM •

Where do we want to be by 2030

Our members support a forward-looking view of Protected Areas in Europe. Through delivering the ambitions and outcomes of our strategy, we want our Protected Areas to be:

- Valued by society at political, policy and personal levels for the many ecosystem services they deliver, ensuring that citizens are informed, engaged and enabled to contribute to sustainable society.
- Staying true to their core values, Protected Areas are recognised for the added-value they provide in terms of benefits to society's health and wealth and are seen as natural health centres for improving health and well-being for all, regardless of background or income.
- Included as vital contributors to green recovery, locally, regionally and nationally, not only as sustainable tourism destinations, but as catalysts of regional sustainable development and sustainable agriculture, forestry and fishing.
- Increased in range and effectiveness by appropriate designations and management agreements on land and sea. Protected Areas are recognised at global, European and EU policy levels as effective tools to deliver integrated management processes which ensure that healthy and sufficient life support systems are realised and resourced, and where biodiversity is thriving and restored.

• Recognised as being critical to address the interlinked climate and nature emergencies.

• Appropriately managed and resourced with well-trained staff, cooperating to commonly agreed goals, with differing sectors and across national boundaries, and able to support communities across living working landscapes, that protect and conserve biodiversity and provide opportunities for enjoyment and learning.

• Across all Protected Areas local communities and stakeholders are proactively involved in the decision-making processes governing the Protected Area. As the next generation, young people will be supported to engage actively at all levels.

The EUROPARC Federation itself, will be a thriving, resilient and sustainable organisation, with active member participation across all its work areas, recognised for its inspirational leadership and innovative communications.

It will deliver capacity-building and networking that result in increased recognition of the value and benefits of Protected Areas politically and across the policy framework.

The Federation will generate tangible improvements in Protected Areas management practices vital to enhanced conservation of our shared natural and cultural heritage as Sustainable Nature Is Valued by People.