

# ALPI APUANE

Possiamo valorizzarle attraverso:

IL TURISMO CULTURALE ?  
IL TURISMO SOSTENIBILE ?

Firenze 8 novembre 2014

Dr.Eugenio Casanovi - Castelnuovo di Garfagnana  
eugenio.casanovi@gmail.com



**CLUB ALPINO ITALIANO**  
**COMMISSIONE REGIONALE TOSCANA**  
**TUTELA AMBIENTE MONTANO**



# **MASTER UNIVERSITARIO DI PRIMO LIVELLO**

**GESTIONE DELLO SVILUPPO LOCALE  
NEI PARCHI E NELLE AREE NATURALI**

**Anno Accademico  
2013-2014**



**TESI DISCUSSA A TERAMO VENERDÌ 31 OTTOBRE 2014**

**“IL CASO STUDIO DELL’ANTICO PODERE DE STEFANI IN  
GARFAGNANA: UN PROGETTO DI SVILUPPO DEL  
TURISMO CULTURALE E SOSTENIBILE CHE TROVA  
ORIGINE NEI VALORI MATERIALI ED IMMATERIALI DEL  
TERRITORIO”**

**Dr. Eugenio Casanovi  
Castelnuovo di Garfagnana - Lucca**

1 - PROPORRE PER LE ALPI APUANE  
L'APPLICAZIONE DI UN MODELLO  
DIFFUSO DI TURISMO CULTURALE  
E DI TURISMO SOSTENIBILE COME  
DESCRITTO DI SEGUITO

2 - DIFFONDERE ALL'INTERA CATENA  
APUANA LA METODICA DEL CASO  
STUDIO DELLA MIA TESI PER  
VALORIZZARE LE EMERGENZE  
CULTURALI PRESENTI SUL  
TERRITORIO MA OGGI NON  
NOTE, STUDIATE E DIVULGATE



# ALPI APUANE:

- VALORI MATERIALI DEL  
TERRITORIO
- VALORI IMMATERIALI DEL  
TERRITORIO



1 - CASO STUDIO

2 - PRESENTAZIONE TEORICO  
PRATICA DI COSA E' E  
COME SI PROGETTA  
TURISMO CULTURALE E  
SOSTENIBILE



# 1 - CASO STUDIO

PENSATE DI APPLICARE DIFFUSAMENTE  
NELLE ALPI APUANE  
UNA SIMILE METODICA



# **1. Il luogo e la sua storia**

## **1.1 La Garfagnana**

### **1.2 Il podere “Pradaccio di Sopra”**

### **1.3 La figura di Carlo De Stefani**



# Il luogo e la sua storia

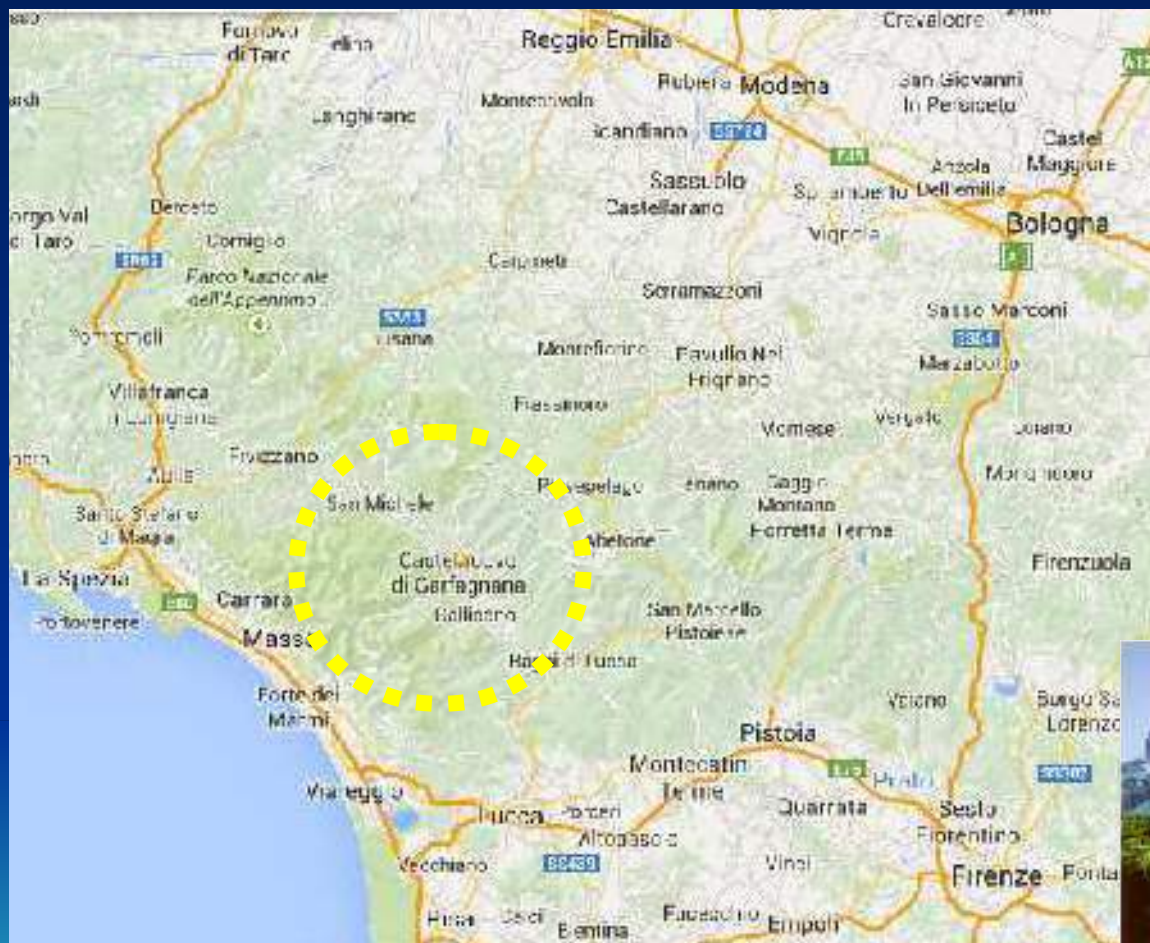
## 1.1 La Garfagnana





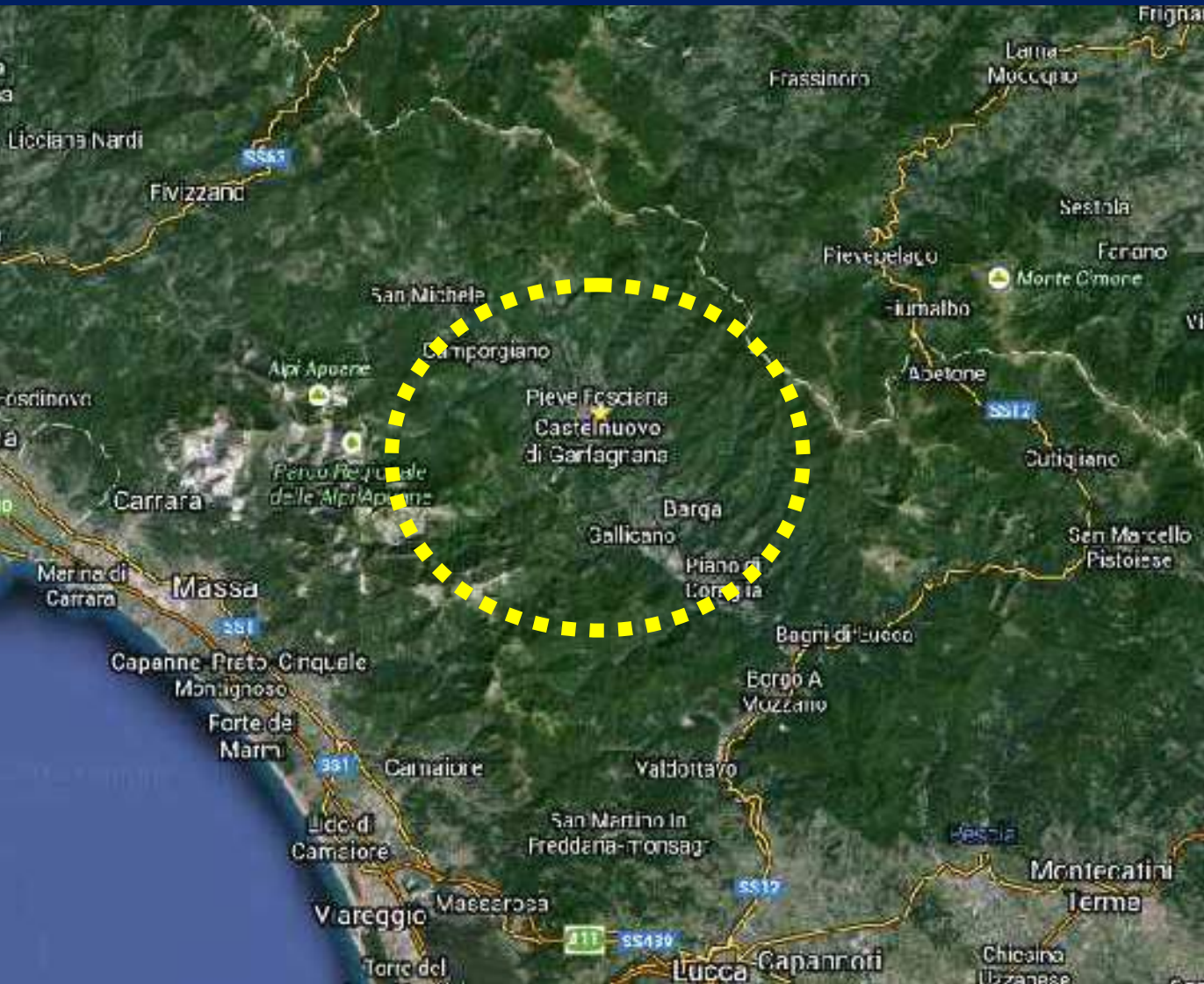
# Il luogo e la sua storia

## 1.1 La Garfagnana



# Il luogo e la sua storia

## 1.1 La Garfagnana



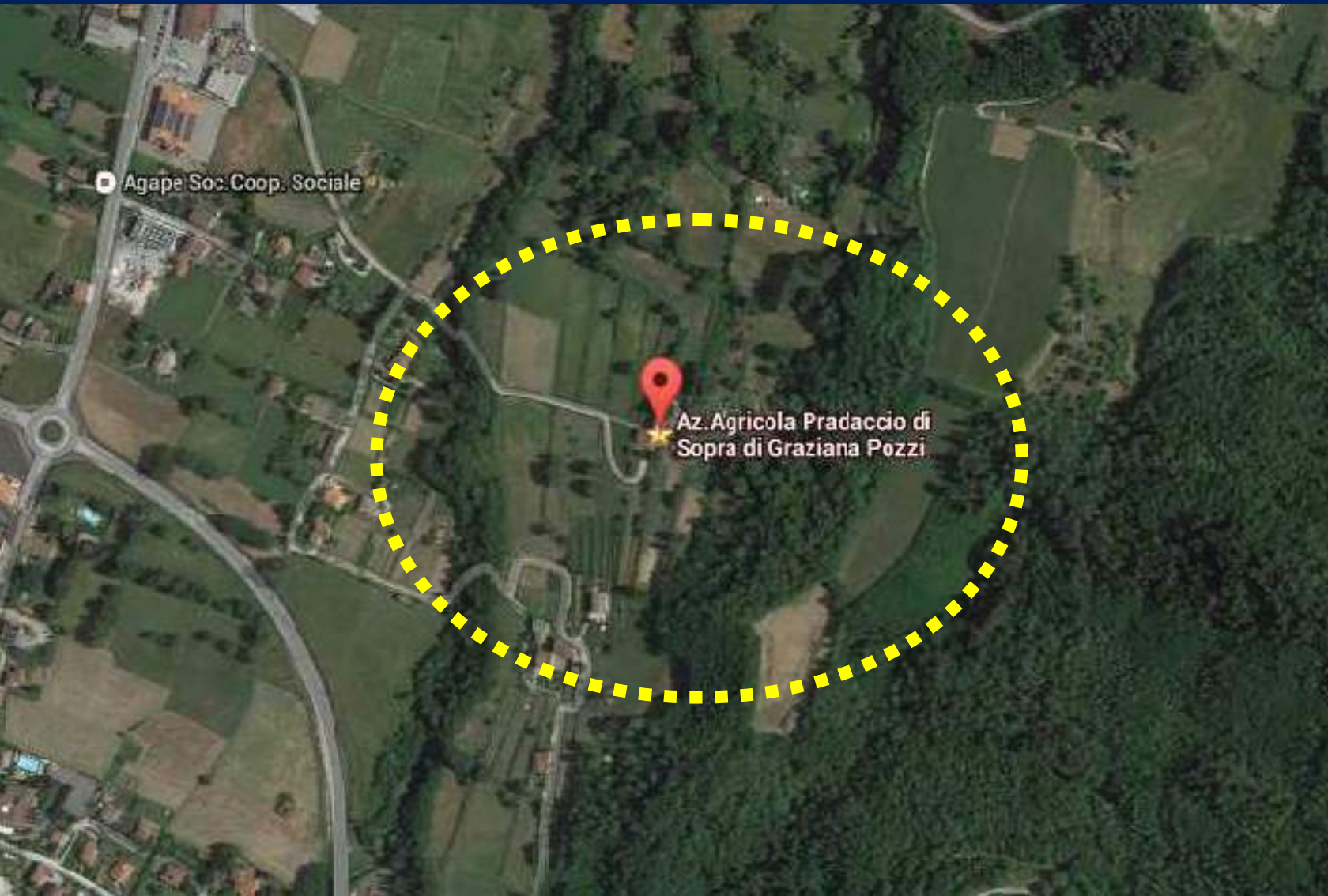
# FILMATI

Apuane:  
montagne d'acqua  
<http://vimeo.com/6501753>

Appennino  
Il pastore e la  
montagna  
<http://vimeo.com/36602255>

# Il luogo e la sua storia

## 1.2 Il podere “Pradaccio di Sopra”



# Il luogo e la sua storia

## 1.2 Il podere “Pradaccio di Sopra”



# Il luogo e la sua storia

## 1.2 Il podere “Pradaccio di Sopra”



# Il luogo e la sua storia

## 1.2 Il podere “Pradaccio di Sopra”



## **Il luogo e la sua storia**

### **1.2 Il podere “Pradaccio di Sopra”**

# **PRODOTTI TIPICI DELLA GARFAGNANA**

- **Farro Igp**
- **Farina Di Castagne Dop**
- **Miele (DOP Riconoscimento In Corso)**
- **Carne Della Garfagnana**
- **Latte Fresco Pastorizzato**
- **Formaggi**



# Il luogo e la sua storia

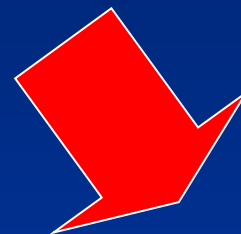
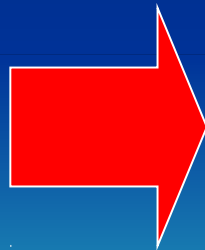
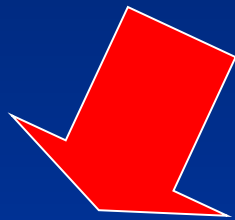
## 1.2 Il podere “Pradaccio di Sopra”

### II PAESAGGIO

coltivazioni agricole  
allevamenti zootecnici  
trasformazione

PRODOTTI  
TIPICI

PAESAGGIO AGRARIO  
E MANUTENZIONE DEL  
TERRITORIO





# Il luogo e la sua storia

## 1.3 La figura di Carlo De Stefani



Carlo de Stefani  
Padova 1851 - Firenze 1924

Si laureò in Giurisprudenza a Pisa nel 1870. Ben presto abbandonò del tutto gli studi legati alla giurisprudenza ed all'economia per darsi interamente alla geologia, di cui G. Meneghini era a Pisa docente e fondatore con Paolo Savi della scuola geologica pisana. Nel 1885 ottenne la cattedra fiorentina di geologia e geografia fisica. Pubblicò numerosi lavori su svariati argomenti e si occupò della allora nascente Carta Geologica d'Italia.



# Il luogo e la sua storia

## 1.3 La figura di Carlo De Stefani



“... unico è il metodo delle scienze fisiche e sociali, essendo unico il metodo della scienza e della ricerca della verità ...”

# Il luogo e la sua storia

## 1.3 La figura di Carlo De Stefani

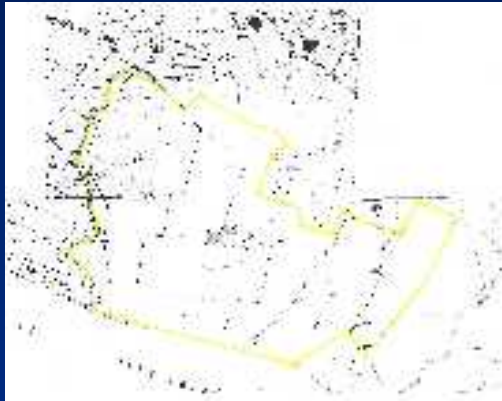


Una bibliografia  
esaustiva degli scritti  
di Carlo De Stefani è  
reperibile in:  
**Domenico Del  
Campana, *Memorie  
dell'Accademia  
Lunigianese di  
Scienze G. Capellini***  
(1926), pp. 54-73, che  
elenca 407 titoli  
anche tradotti in altre  
lingue europee



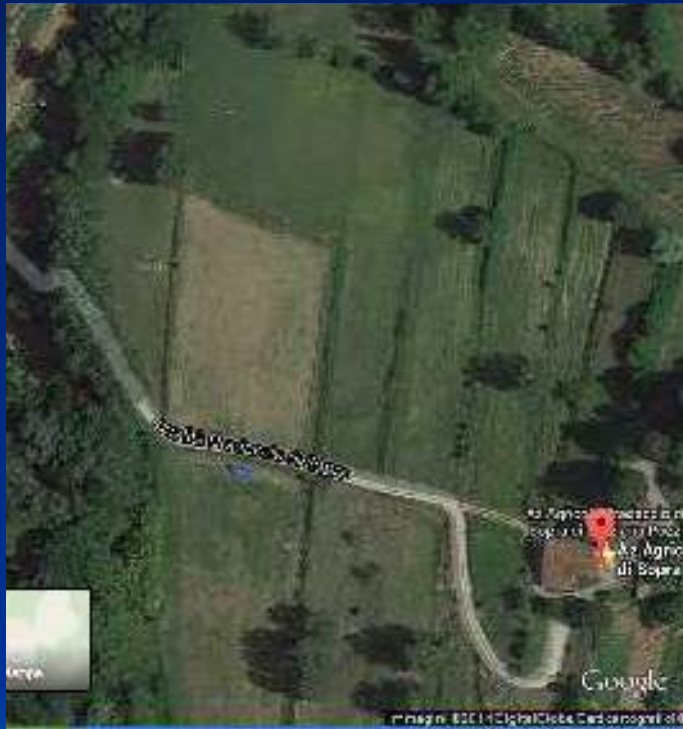
# Il luogo e la sua storia

## 1.3 La figura di Carlo De Stefani



# Il luogo e la sua storia

## 1.3 La figura di Carlo De Stefani



# 2 - PRESENTAZIONE TEORICO PRATICA DI COSA E' E COME SI PROGETTA TURISMO CULTURALE E SOSTENIBILE

PENSATE DI APPLICARE ALLE APUANE  
UNA SIMILE METODICA



## 2. Il Turismo Culturale

### 2.1 Definizione e modelli

### 2.2 Origine del Turismo Culturale

### 2.3 Analisi delle potenzialità

### 2.4 Progettare Turismo Culturale

### 2.5 Buone pratiche e esempi



## 2. Il Turismo Culturale

### 2.1 Definizione e modelli

*Turismo che soddisfa il bisogno umano per la diversità, tendendo ad accrescere il livello culturale dell'individuo e comportando nuove conoscenze, esperienze e incontri.*

Organizzazione Mondiale per il Turismo delle Nazioni Unite, nel 1985

*Il turismo culturale appaga, “realizza” il viaggiatore che compie uno spostamento dalla sua residenza abituale e la cui motivazione principale - o anche solo parziale - è l'interesse per gli aspetti storici, scientifici o stili di vita offerti da una comunità, regione, gruppo o istituzione.*

*Cultural Tourism and Business Opportunities for Museums and Heritage Sites - Ted Silberberg - Toronto 1994*





## 2. Il Turismo Culturale

### 2.2 Origine del Turismo Culturale

nell'antichità →

si cercava di viaggiare il meno possibile

nell'alto medioevo →

l'avvio dei pellegrinaggi

nel 700 e dell'800 →

*Gran Tour in Italia*



## 2. Il Turismo Culturale

### 2.3 Analisi delle potenzialità

# TERRITORIO

eccellenze presenti in loco:

- ✓ ambientali,
- ✓ culturali,
- ✓ umane,
- ✓ produttive.

Tipologia di turista	Focus temporale principale	Focus culturale principale	Principale tipologia consumata
Turista del patrimonio	Passato	Cultura "alta" e folklore	Prodotti
Turismo intelligente	Passato e presente	Cultura "alta" e cultura popolare	Prodotti e processi
Turismo culturale	Passato, presente e futuro	Cultura "alta", popolare e di massa	Esperienze

## 2. Il Turismo Culturale

### 2.4 Progettare Turismo Culturale

*Il modello ottimale di utilizzo economico di un territorio, che dispone di valori materiali ed immateriali di pregio, è progettare un'offerta turistica innovativa, basata sulla conoscenza dettagliata dei luoghi e la valorizzazione di tutte le eccellenze diffuse e che abbia la capacità di attrarre visitatori.*

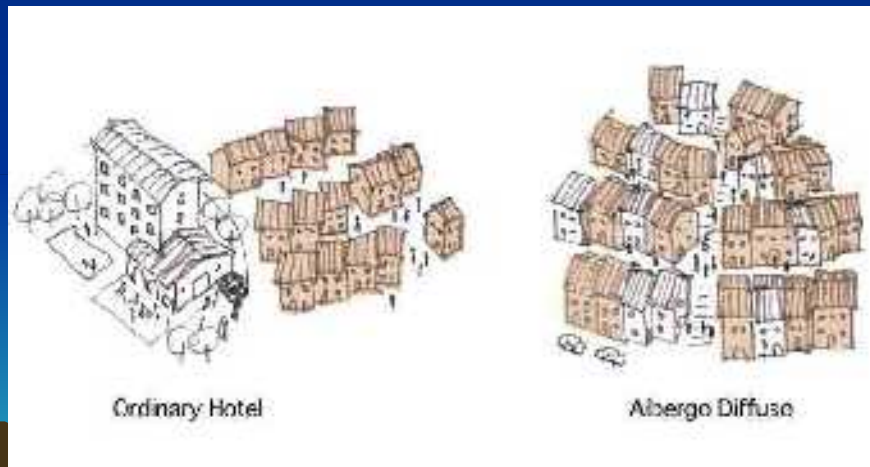
- luoghi della memoria personale;
- luoghi della memoria della comunità;
- territorio su cui “costruire esperienze” per altri.

## 2. Il Turismo Culturale

### 2.5 Buone pratiche ed esempi

#### 2.5.1. Il modello Albergo Diffuso

- un sistema originale di fare ospitalità
- un modello di sviluppo turistico sostenibile del territorio



## 2. Il Turismo Culturale

### 2.5 Buone pratiche ed esempi

#### 2.5.2. Il consorzio “Gallo Rosso” in Alto Adige/Suedtirolo

- ambiente naturale
- tranquillità
- esperienza di vita contadina
- ospitalità sincera
- masi “vivi“

##### MULTIFUNZIONALITA’

- vacanze al maso
- osterie contadine
- prodotti di qualità dal maso
- artigianato contadino



## 2. Il Turismo Culturale

### 2.5 Buone pratiche ed esempi

#### 2.5.3. Il modello “Francigena”

turismo culturale nei territori attraversati organizzato  
in sinergia tra Enti e operatori privati

##### Enti pubblici

- marchio
- Segnaletica
- copertura Wi-Fi con unica password
- promozione del brand Francigena

##### Operatori privati

- Percorso locale
- escursioni guidate
- iniziative culturali
- standard qualitativi
- pubblicità con marchio ufficiale
- lavoro in rete



## 2. Il Turismo Culturale

### 2.6 Sintesi

*Il Turismo Culturale oggi può essere definito come una forma di turismo non strettamente ed esclusivamente legato alla cultura, all'arte, alla storia, all'architettura, alla religione di una specifica regione o paese, ma piuttosto come relazione dinamica tra turismo e territorio in tutte le sue eccellenze, compresa la popolazione residente e il suo modo di vita*



### **3. Conclusioni:**

**Un modello replicabile sul territorio?**

**3.1 Turismo rurale  
di seconda generazione**

**3.2 Da turismo rurale a  
turismo rurale, culturale e sostenibile?**





### **3. Conclusioni:**

**Un modello replicabile sul territorio?**

#### **3.1 Turismo rurale di seconda generazione**

**PROGETTAZIONE – OBIETTIVI - MODELLI**

**I. OBIETTIVO - BENI MATERIALI**

**II. OBIETTIVO - BENI IMMATERIALI**

**III. OBIETTIVO - MIGLIORAMENTO QUALITÀ  
NELLA RECETTIVITÀ RURALE**

**IV. OBIETTIVO - MIGLIORAMENTO**

**DELL'AGRIOLTURA CON LA  
MULTIFUNZIONALITÀ**

**V. OBIETTIVO - BRAND "GARFAGNANA"**



### **3. Conclusioni:**

**Un modello replicabile sul territorio?**

#### **3.1 Turismo rurale di seconda generazione**

## **PROGETTAZIONE – OBIETTIVI - MODELLI**

### ***I.* OBIETTIVO - BENI MATERIALI:**

**individuare percorsi di valorizzazione per le risorse materiali del territorio identificabili come attrattori di *Turismo Culturale* con catalogazione, progetti di conservazione, valorizzazione e gestione**



### **3. Conclusioni:**

**Un modello replicabile sul territorio?**

#### **3.1 Turismo rurale di seconda generazione**

## **PROGETTAZIONE – OBIETTIVI - MODELLI**

**II. OBIETTIVO - BENI IMMATERIALI: studio diffuso e riscoperta dei valori immateriali presenti sul territorio basandosi su un modello simile allo studio applicato all'Antico podere De Stefani, catalogazione, progetti di conservazione e gestione**



### **3. Conclusioni:**

**Un modello replicabile sul territorio?**

#### **3.1 Turismo rurale di seconda generazione**

**PROGETTAZIONE – OBIETTIVI - MODELLI**

**III. OBIETTIVO - MIGLIORAMENTO QUALITÀ  
NELLA RECETTIVITÀ RURALE:**

**con l'applicazione di un modello simile  
all'esperienza dell'albergo diffuso**



### **3. Conclusioni:**

**Un modello replicabile sul territorio?**

#### **3.1 Turismo rurale di seconda generazione**

**PROGETTAZIONE – OBIETTIVI - MODELLI**

**IV. OBIETTIVO - MIGLIORAMENTO DELLA  
MULTIFUNZIONALITÀ IN AGRICOLTURA:  
con l'applicazione di un modello simile  
all'esperienza del consorzio Gallo Rosso**



### **3. Conclusioni:**

**Un modello replicabile sul territorio?**

#### **3.1 Turismo rurale di seconda generazione**

## **PROGETTAZIONE – OBIETTIVI - MODELLI**

### **V. OBIETTIVO - BRAND "GARFAGNANA":**

**con l'applicazione di un modello simile alla concertazione coordinata pubblico-privato applicata al progetto Francigena, individuando ruoli precisi e definiti per gli Enti nel settore dei servizi generali necessari al territorio e alle consulenze coordinate ed assistenza alle aziende private nei percorsi di miglioramento qualitativo; ruoli precisi e definiti per le aziende private e i loro consorzi nella formulazione dell'offerta turistica, negli obiettivi comuni di programmazione, nella comunicazione e nel corretto utilizzo del brand "Garfagnana"**



### **3. Conclusioni:**

**Un modello replicabile sul territorio?**

#### **3.2 Da turismo rurale a**

**turismo rurale, culturale e sostenibile?**

#### **AZIONI DEGLI ENTI PUBBLICI**

- **catalogazione, conservazione, valorizzazione e gestione del patrimonio naturale, storico-artistico e culturale**
- **assistenza nel creare business-plan remunerativi,**
- **consulenza sui migliori modi di fare recettività diffusa,**
- **coordinamento e sostegno alla differenziazione dell'offerta nel medesimo luogo**

### **3. Conclusioni:**

**Un modello replicabile sul territorio?**

#### **3.2 Da turismo rurale a turismo rurale, culturale e sostenibile?**

##### **AZIONI DEI PRIVATI**

- **Migliorare competenze gestori strutture turistiche**
- **fare sistema**
- **comunità locale coinvolta**
- **processo educativo-partecipativo**
- **un'offerta turistica rurale di seconda generazione**
- **agriturismo e servizi ecosistemici**





### **3. Conclusioni:**

**Un modello replicabile sul territorio?**

**3.2 Da turismo rurale a  
turismo rurale, culturale e sostenibile?**

**QUALE POTREBBE  
ESSERE IL RISULTATO?**



# OGGI



DOMANI



***Garfagnana***

***Turismo Culturale Sostenibile***

# GRAZIE PER L'ATTENZIONE

per approfondimenti o altre necessità contattatemi via mail

**Eugenio Casanovi**

veterinario

Castelnuovo di Garfagnana – Lucca

[eugenio.casanovi@gmail.com](mailto:eugenio.casanovi@gmail.com)



**Master GE.S.LO.P.A.N.**

**MASTER UNIVERSITARIO DI PRIMO LIVELLO**

**GESTIONE DELLO SVILUPPO LOCALE NEI PARCHI E NELLE AREE NATURALI**