

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



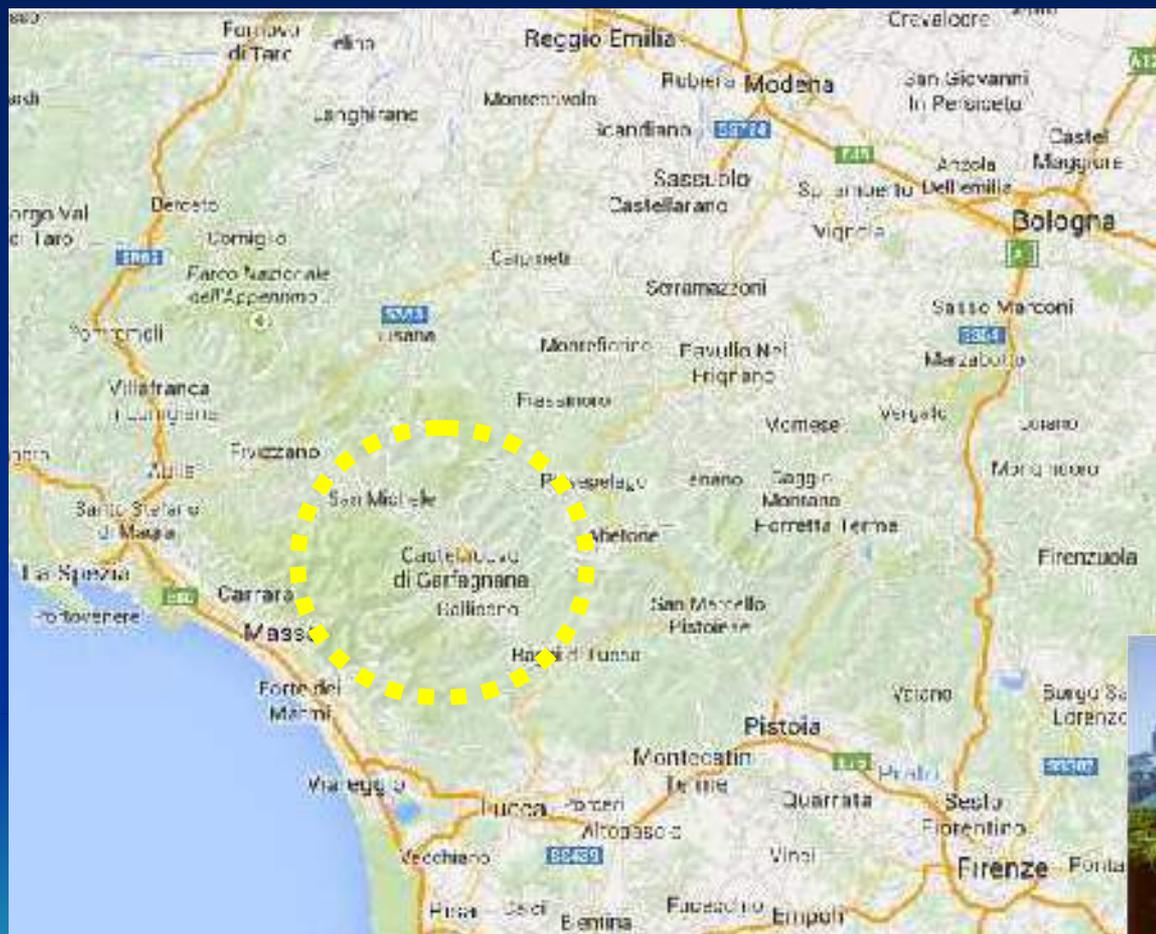
Il luogo e la sua storia

1.1 La Garfagnana



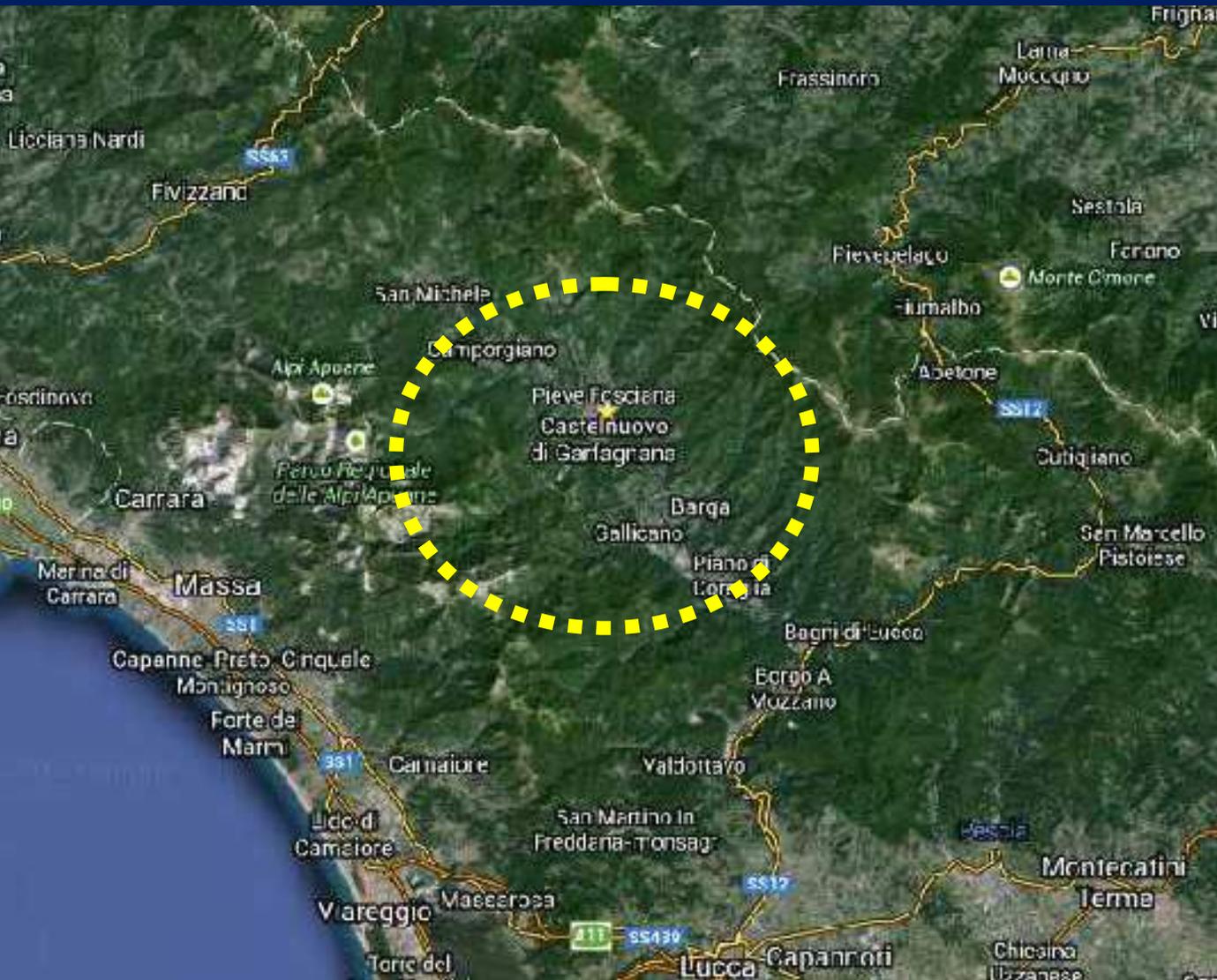
Il luogo e la sua storia

1.1 La Garfagnana



Il luogo e la sua storia

1.1 La Garfagnana



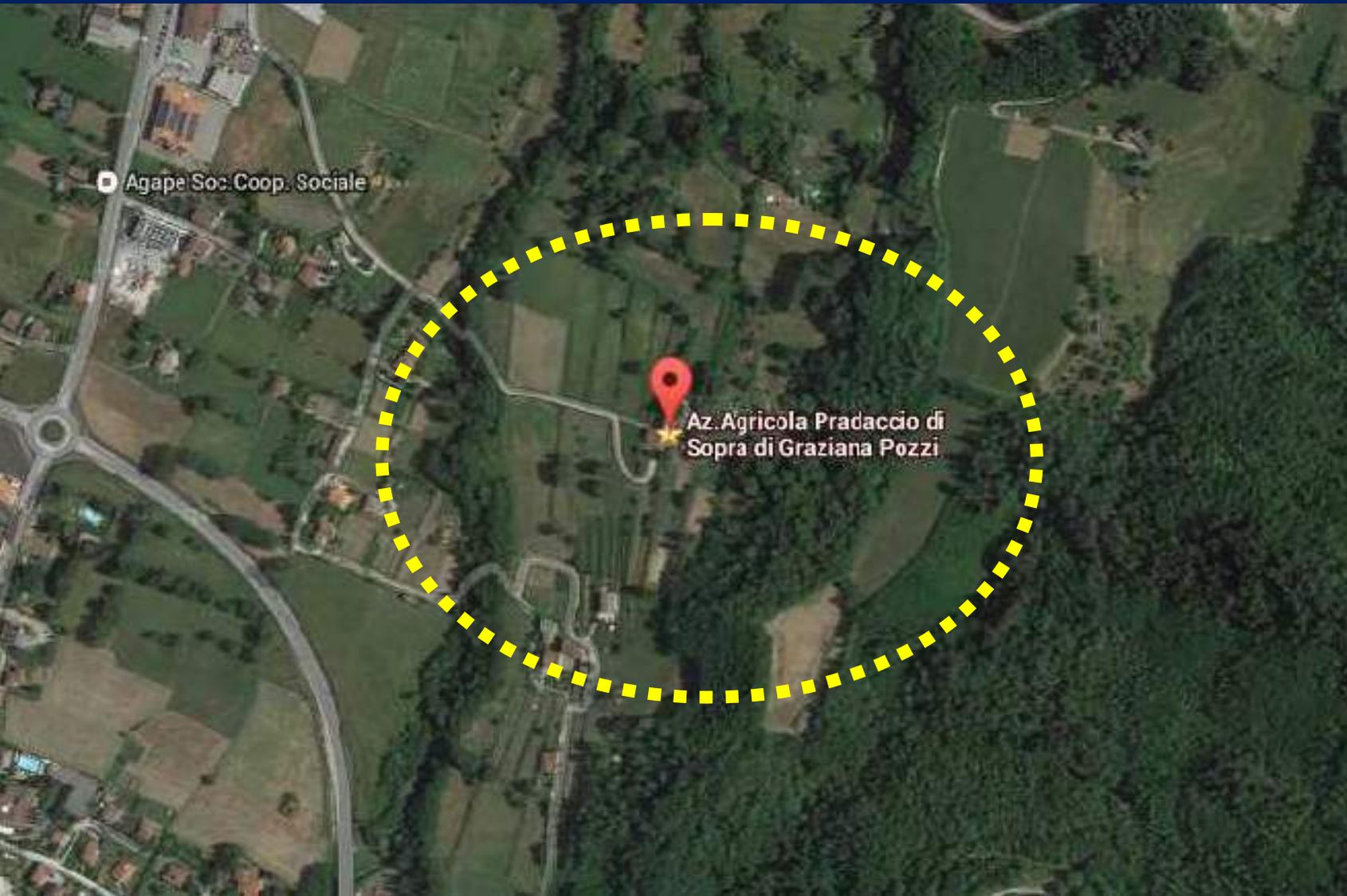
FILMATI

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

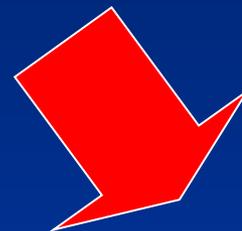
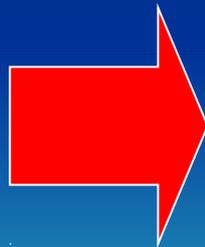
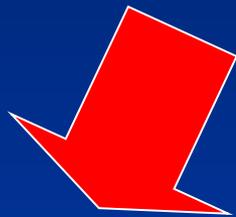
1.2 Il podere “Pradaccio di Sopra”

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

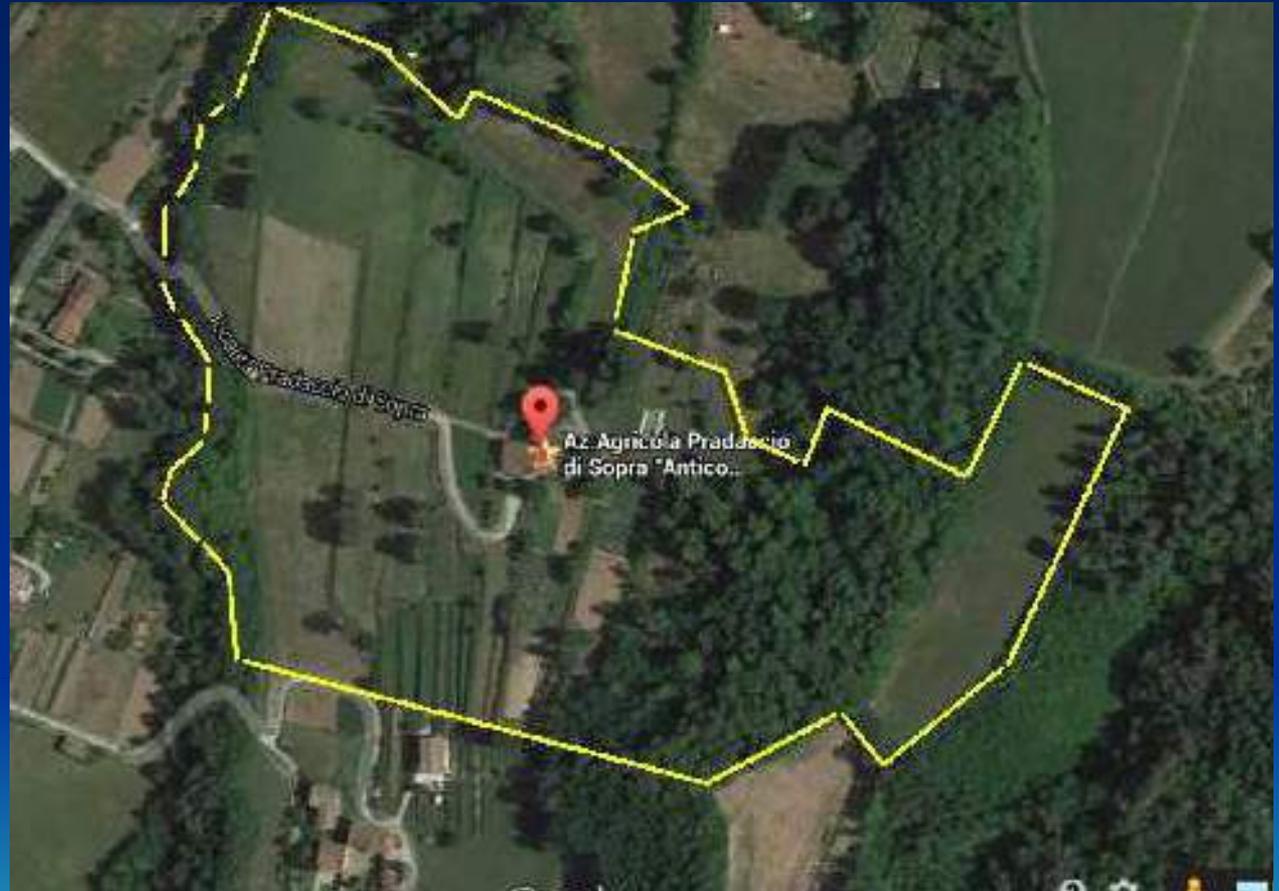
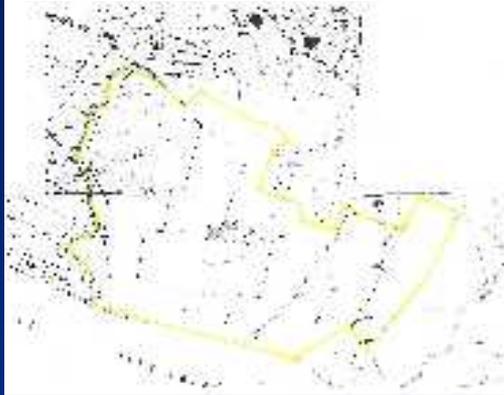


Una bibliografia esaustiva degli scritti di Carlo De Stefani è reperibile in: Domenico Del Campana, *Memorie dell'Accademia Lunigianese di Scienze G. Capellini* (1926), pp. 54-73, che elenca 407 titoli anche tradotti in altre lingue europee



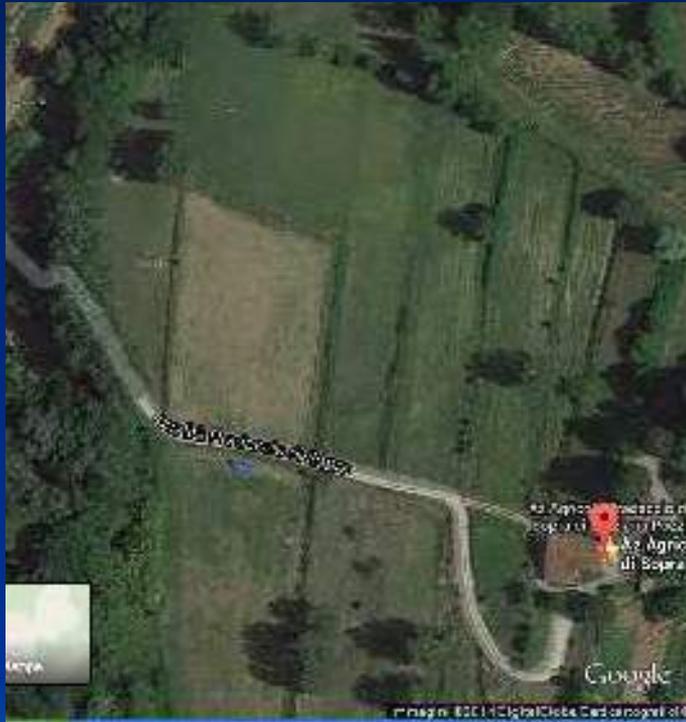
Il luogo e la sua storia

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.

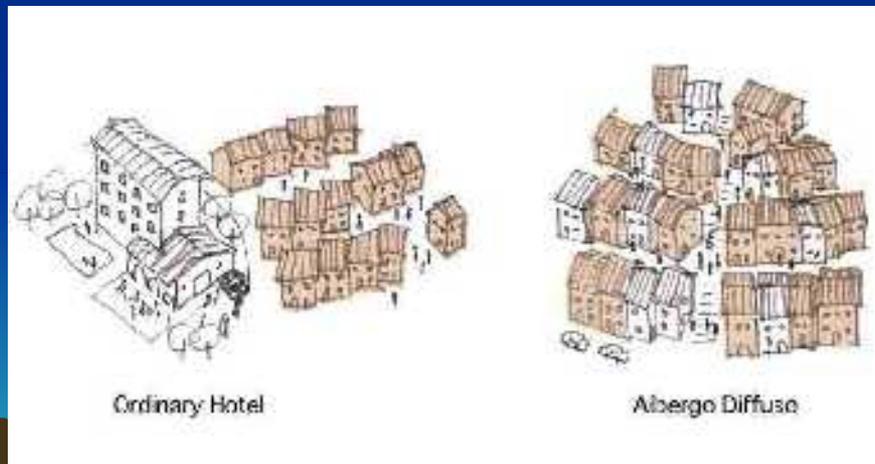
- luoghi della memoria personale;
- luoghi della memoria della comunità;
- territorio su cui “costruire esperienze” per altri.

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:

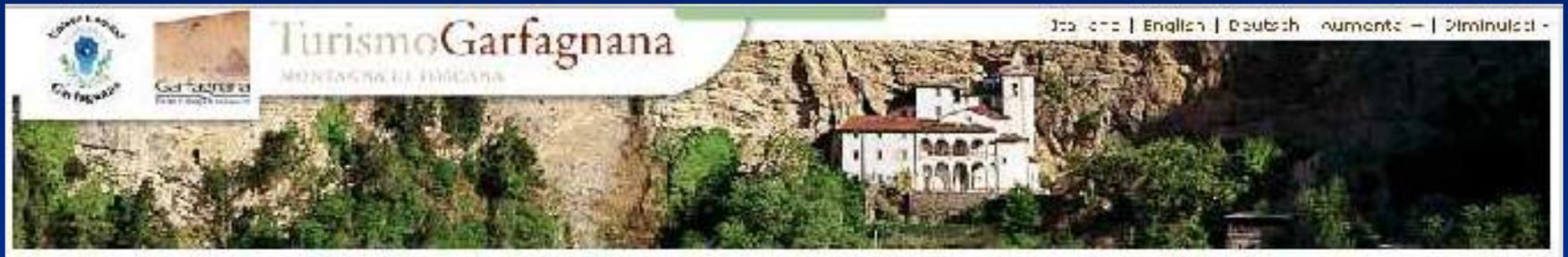
Un modello replicabile sul territorio?

**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



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

MASTER UNIVERSITARIO DI PRIMO LIVELLO

GESTIONE DELLO SVILUPPO LOCALE NEI PARCHI E NELLE AREE NATURALI