The background of the entire page is a repeating pattern of olive branches with dark green leaves and small olives, set against a light grey background. A semi-transparent dark grey square is centered on the page, containing the title and author information.

IL TURISMO SOSTENIBILE
E I PROCESSI DI VALORIZZAZIONE
MULTISCALA:

UNA PROPOSTA PER I TERRITORI
DELL'OLIVA TAGGIASCA
NELL'ENTROTERRA
DELL'ESTREMO PONENTE LIGURE

ERICA CARIDI



Politecnico di Torino

Architettura per il restauro e la valorizzazione del patrimonio

A.a. 2020/2021

Settembre 2021

Il turismo sostenibile e i processi di valorizzazione multiscala:

una proposta per i territori dell'oliva taggiasca nell'entroterra dell'estremo
ponente ligure

Relatore:

Prof.ssa Cristina Coscia

Candidata:

Erica Caridi

Correlatore:

Arch. Sara Ghirardini

*Alla mia terra,
dove sono le mie radici
e la mia famiglia a cui devo tutto*

INDICE

0

Introduzione

Abstract

1

Capitolo 1

Il tema della sostenibilità secondo l'approccio del turismo sostenibile: concetti introduttivo

1.1 | Le origini dello sviluppo sostenibile nell'ambito internazionale

- 1.1.1 Dalle origini alla svolta di Rio de Janeiro
- 1.1.2 Lo sviluppo sostenibile Dall'Agenda '20 all'Agenda '30

1.2 | La questione dello sviluppo sostenibile in Europa

- 1.2.1 Origini e sviluppo dell'UE sulle questioni ambientali
- 1.2.2 I Programmi di Azione comunitaria per l'Ambiente (PAA)

2

Capitolo 2

Il turismo sostenibile nelle sue molteplici declinazioni e attuali prospettive

2.1 | Le nuove frontiere del turismo legato alla sostenibilità

- 2.1.1 Ecoturismo, turismo responsabile e sostenibile
- 2.1.2 Turismo sostenibile: inquadramento del tema e caratteristiche
- 2.1.3 I vantaggi del Turismo sostenibile per il territorio

2.2 | Il turismo sostenibile nell'ambito internazionale: dalle origini a oggi

- 2.2.1 Le origini: del turismo come risorsa pulita a fattore inquinante
- 2.2.2 I principali piani di sviluppo nell'ambito internazionale

2.3 | Il turismo sostenibile nei programmi europei e gli strumenti a disposizione

| 12

| 18

| 20

20

24

| 27

27

28

| 32

| 34

35

38

40

| 42

42

44

| 52

52

56

61

63 |

63

70

72 |

74 |

75 |

76

78

80

88 |

89

94

102

111 |

117 |

127 |

127

129

2.3.1 I programmi europei prima del 2000

2.2.2 I programmi europei dopo il 2000

2.2.3 Gli strumenti comunitari per certificare gli impatti sull'ambiente

2.4 | Lo sviluppo del turismo sostenibile in Italia

2.4.1 I momenti fondamentali del turismo sostenibile in Italia

2.4.2 Le associazioni nazionali attive sulle tematiche della sostenibilità

3

Capitolo 3

Il settore del turismo nella Regione Liguria: attori, piani e flussi turistici

3.0 | Il turismo in Liguria: introduzione

3.1 | I piani turistici della Liguria: le strategie in materia prima del Covid-19

3.1.1 Piano Triennale del Turismo 2013-2015

3.1.2 I risultati del Piano Triennale del Turismo 2013-2015

2.1.3 Il piano Turistico Regionale 2020

3.2 | Covid-19 e i piani del turismo: interruzione delle politiche e dei flussi

3.2.1 Analisi dei flussi internazionali: viaggiatori stranieri in Italia e viaggiatori Italiani all'estero

3.2.2 Analisi dei flussi nazionali: Viaggi e Vacanze degli Italiani

3.2.3 Analisi del movimento turistico in Liguria

3.3 | Le strategie di ripresa della Regione Liguria dopo il Covid-19

3.4 | Progetto in corso: europei, interregionali e regionali

3.5 | Gli attori coinvolti nell'industria del turismo

3.5.1 Competenza del sistema regionale

3.5.2 Attori che militano nel turismo sul territorio

| | | |
|---|--------------|--------------|
| 3.6 L'offerta turistica in Liguria | 132 | 226 |
| 3.7 Il turista che visita la Liguria | 134 | 231 |
| 3.7.0 Nota metodologica | 134 | 231 |
| 3.7.1 Il turista che visita la regione | 135 | 234 |
| 3.7.2 Mezzi di trasporto e tipologia di alloggio | 138 | 248 |
| 3.7.3 Canali di comunicazione per la scelta del soggiorno | 140 | 252 |
| 3.7.4 Tipologia e preferenza dei turisti | 140 | |
| 3.7.5 La soddisfazione dei turisti | 143 | 264 |
| 3.7.6 La spesa per la vacanza | 146 | |
| 3.7.7 La stima dell'impatto economico del turismo | | 272 |

4
Capitolo 4
 Il quadro d'ambito:
 i territori dell'oliva taggiasca nell'estremo ponente ligure

| | | |
|--|--------------|--------------|
| 4.0 Nota metodologica | 154 | 274 |
| 4.1 Definizione dell'ambito territoriale | 156 | |
| 4.2 Inquadramento territoriale: ambito 2 e sub-ambiti | 164 | |
| 4.3 Governo del territorio | 170 | 276 |
| 4.3.1 Il Piano Territoriale Regionale (PTR) | 170 | 278 |
| 4.3.2 Il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale (PTC), Provincia di Imperia | 176 | 278 |
| 4.3.3 I Piani urbanistici comunali | 180 | 294 |
| 4.4 Progetti e promotori attivi sul territorio | 181 | 297 |
| 4.5 Accessibilità | 190 | |
| 4.6 Analisi socio-demografica | 200 | |
| 4.7 Analisi socio-economica | 210 | 300 |
| | | 304 |
| | | 310 |
| | | 330 |

| | |
|---|--|
| 4.8 Analisi dei servizi | |
| 4.9 Analisi del turismo | |
| 4.9.1_ Analisi del movimento turistico nella Provincia di Imperia | |
| 4.9.2_ Analisi del turista che visita la Provincia di Imperia | |
| 4.9.3_ I servizi legati al turismo | |
| 4.9.4_ L'offerta turistica | |
| 4.10 Analisi Swot | |
| 4.11 Conclusione dell'analisi dell'ambito | |

5
Capitolo 5
 Il progetto: la comunicazione e il percorso sostenibile del "Camin de l'Auriva Taggiasca"

| | |
|---|--|
| 5.1 Strategie progettuali | |
| 5.2 Creazione di un itinerario dell'Oliva Taggiasca | |
| 5.2.1 U camin de l'Auriva Taggiasca | |
| 5.2.2 Gestione e fruizione del percorso | |
| 5.3 Creazione di un brand per il "Camin de l'Auriva Taggiasca" | |
| 5.3.1 Il brand del cammino | |
| 5.3.2 Gestione e fruizione del brand | |
| 5.2 Il terzo obiettivo: lo scenario futuro del parco sostenibile | |

| | |
|----------------------------------|--|
| Conclusioni | |
| Sitografia e Bibliografia | |
| Allegati | |

INTRODUZIONE **0**

ABSTRACT

La Liguria è un territorio unico, la sua conformazione e la varietà dei paesaggi la rende una delle più importanti mete turistiche d'Italia. Il turismo in chiave sostenibile rappresenta senz'altro una delle leve economiche dei rilancio dei territori e nei processi di valorizzazione. L'aspetto della fruizione e dei target di domanda sono al centro dell'Agenda europea e del PNRR italiano. In particolare, per il caso studio indagato, riguardante i territori dell'estremo ponente Ligure, sono stati sviluppati in passato e ora piani e azioni finalizzate a generare valori sui territori e sul patrimonio diffuso anche in una prospettiva di bilanciamento dei flussi e delle iniziative tra il prodotto mare e quello dell'entroterra e quindi far virare il settore da consumistico e abitudinario a rispettoso e consapevole. Tale volontà non è da considerarsi come un'utopia, in quanto, grazie alle indagini effettuate dagli enti preposti, si è evidenziato come si stia proseguendo verso la tendenza definita turismo sostenibile, in particolare modo per i luoghi che spesso non rientrano nelle classiche mete turistiche. Il fruitore, in particolare il turista, risultano essere sempre più attento e sensibile all'aspetto culturale e ambientale, maggiormente rispettoso delle culture locali e volenteroso nel rapportarsi con le tradizioni. Mediante tali considerazioni ne è scaturito il quesito iniziale che ha portato allo sviluppo del progetto di tesi: il turismo sostenibile può essere una delle azioni strategiche con cui valorizzare l'entroterra? Per fornire una risposta, è stata applicata una metodologia di indagine e sul territorio dell'estremo ponente ligure, nei luoghi interessati dalla centenaria tradizione della cultura dell'Oliva Taggiasca. In una fase iniziale si sono analizzate, mediante una serie di appositi documenti e azioni su più livelli, le tematiche legate al turismo sostenibile, capendo quelle che sono le sue differenti declinazioni e le modalità in cui questo può essere considerato come un

vantaggio per la valorizzazione e promozione dei beni culturali che tutt'oggi risulta essere un campo in continua esplorazione e analisi. Si è reso necessario approfondire il comparto del turismo in Liguria attraverso l'analisi di tutti i suoi aspetti tenendo come filo conduttore le azioni intraprese dai vari piani e atti messe in opera alla Regione stessa in un periodo precedente e postumo alla pandemia da Covid-19. Successivamente si è definito un ambito che comprendesse i territori della Taggiasca, prendendo in considerazione solo i comuni in cui siano attive le due associazioni più importanti, ovvero il Concilio Europeo dei Cammini Culturali e l'Associazione Nazionale Città dell'Olio. Tutta la ricerca ha permesso di definire delle linee progettuali chiare seguendo sia le esigenze del territorio sia le direttive date dalla Regione ottenendo un unico obiettivo, la creazione di azioni che uniscano lo sviluppo di un turismo sostenibile con il marketing del territorio. Questo si è concretizzato in tre obiettivi alla base delle proposte metaprogettuali di valorizzazione, tra cui due immediatamente realizzabili come un nuovo cammino tra i terrazzamenti e gli uliveti che permetta di scoprire e valorizzare al meglio il territorio, in secondo luogo la costruzione di un apposito brand in modo da promuovere e far conoscere il territorio anche utilizzando i mezzi comunicativi più attuali. Mentre il terzo obiettivo, ovvero la formazione di un parco protetto con apposita certificazione ambientale EUROPARC, è un auspicio per il futuro, con il presente lavoro si spera di sensibilizzare il territorio, in modo che venga investito da un nuovo interesse sia da parte dei fruitori sia dalle autorità e associazioni competenti in modo tale che venga compresa l'unicità del luogo così da valorizzare e proteggerne il patrimonio materiale e immateriale ancora troppo poco compreso.



FIG. 0.1
Terrazzamenti con le piante
di Oliva faggisca
Fonte: Erica Cardì, agosto,
(2021)

CAPITOLO 1

IL TEMA DELLA SOSTENIBILITÀ SECONDO L'APPROCCIO
DEL TURISMO SOSTENIBILE: CONCETTI INTRODUTTIVI

1.1.1 Dalle origini alla svolta di Rio de Janeiro

Tra la fine degli anni sessanta e l'inizio degli anni settanta, specialmente a causa della crisi petrolifera del 1973¹ e le tensioni politiche da essa derivate, per l'Occidente fu l'occasione perfetta per riflettere sulla questione ambientale e il possibile impiego di fonti rinnovabili, ritenute di minor impatto sia ecologico che economico, a scapito delle fonti non rinnovabili originando così un ampio dibattito sul futuro del pianeta che tutt'oggi rimane una delle tematiche fondamentali della società. Uno dei primi passi verso questa rivoluzione venne fatta dal **Club di Roma**, ovvero un gruppo di intellettuali costituitosi formalmente nel 1970 per volere dell'industriale Aurelio Peccei, dedicandosi allo studio e all'analisi dei rapporti tra l'economia, l'ambiente e la società. Tra tutti gli studi effettuati quello più incisivo e che ebbe maggiore risonanza nell'ambiente fu *World Dynamics* (1971) che venne commissionata dallo stesso club al Massachusetts Institute of Technology (MIT) formulato sul rapporto di fine degli anni 60' dell'ingegnere Jay Forrester² sui limiti dello sviluppo in cui descriveva l'andamento e lo sfruttamento delle risorse naturali in relazione allo sviluppo demografico e ambientale. Nonostante i limiti e le critiche mosse a quest'analisi, il giorno successivo alla pubblicazione si cominciò a diffondere l'idea che le risorse della terra dovessero essere prosviate mediante una pianificazione e un uso consapevole delle stesse³.



FIG.1.1

L'economista olandese J. Tinbergen (sx) e Aurelio Peccei (dx), a Francoforte nel 1976
Fonte: VICE
<https://www.vice.com/it/article/8xjzw3/club-di-roma-50-anni-limiti-dello-sviluppo-futuro-transformation-is-feasible>

1. Francesco Petri, *La crisi energetica del 1973. Le multinazionali del petrolio e la fine dell'età dell'oro (nero)*, in "Contemporanea, Rivista di storia dell'800 e del '900" 3/2012, pp. 445-473

2. <https://www.treccani.it/enciclopedia/jay-wright-forrester>

3. Aurelio Angelini con presentazione di Giovanni Puglisi, *Il futuro di Gaia*, Armando editore, Roma, 2008 (I libri dell'UNESCO), cap.1, pp. da 49 a 52

4. United Nations, *Report of the United Nations Conference on the Environment*, Stockholm, 5-16 June 1972
https://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/CONF.48/14/REV.1

5. Aurelio Angelini con presentazione di Giovanni Puglisi, *Il futuro di Gaia*, Armando editore, Roma, 2008 (I libri dell'UNESCO), cap.1, pp. da 53-54

6. United Nations, *Report of the World Commission on Environment and Development*, 4 August 1987
<https://sustainabledevelopment.un.org/milestones/wced>

7. politico norvegese che ricoprì vari incarichi tra cui l'essere la prima donna eletta come capo del governo. La sua vita fu incentrata alla difesa dei diritti delle donne e sull'impegno ecologista in favore dei paesi sottosviluppati.
<https://www.treccani.it/enciclopedia/gro-harlem-brundtland>

8. United Nations, *Our Common Future*, 1987
<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>

Infatti a questa analisi susseguì l'importantissima conferenza delle nazioni unite denominata *On the human environment*⁴ tenutasi a **Stoccolma** tra il 5 e il 16 giugno del **1972** alla quale parteciparono 113 nazioni elaborando un piano di azione con 109 raccomandazioni e una dichiarazione formata da 26 principi, contenete diritti e doveri. Le tematiche maggiormente trattate furono: libertà, uguaglianza, adeguate condizioni di vita, protezione e razionalizzate delle risorse in previsione delle future generazioni. Per permettere che questi principi venissero rispettati si istituì un organismo apposito ovvero UNEP (United Nations Environment Programme). La conferenza di Stoccolma fu il primo tentativo di politiche ambientali condivise a livello globale ma le aspettative si infransero velocemente a causa della palese differenza tra nord e sud del mondo e non si riuscì a trovare una soluzione adeguata per trattare la tematica fondamentale⁵. Con l'arrivo degli anni ottanta cambia anche la concezione verso i problemi ambientali, infatti si passa dal limitare l'impatto ambientale dello sviluppo a prevenirne gli effetti negativi che potrebbero aggravarsi con il passare del tempo. Il 19 dicembre 1983 con la risoluzione 38/161, l'assemblea generale dell'ONU istituì la Commissione per lo Sviluppo Ambientale la quale doveva produrre e rendere disponibili rapporti sull'ambiente e sulle problematiche globali come obiettivo finale il 2000 e oltre comprendendo anche delle proposte per lo sviluppo sostenibile⁶. La commissione venne presieduta da **Gro Harlem Brundtland**⁷ la quale stilò nel 1987 un'importantissima relazione chiamata *Our Common Future*⁸ anche conosciuto come *Rapporto Brundtland*. Viene suddivisa in ventidue punti divisi in tre sezioni (nella prima sono contenute le preoccupazioni comuni, nella seconda le sfide collettive e la terza da delle proposte per la protezione ambientale e dello sviluppo sostenibile), i quali rappresentano i nuovi principi per il raggiungimento dello sviluppo sostenibile intesi come la strategia vincente sia per tutelare l'ambiente che per una giusta redistribuzione delle risorse naturali incorporandoli perfettamente in qualsiasi livello politico.



Il rapporto, inoltre, contiene la prima definizione⁹ di **sviluppo sostenibile** che recita come segue:

Lo sviluppo è sostenibile se soddisfa i bisogni delle generazioni presenti senza compromettere le possibilità per le generazioni future di soddisfare i propri bisogni
(WCED, 1987)¹⁰

Dalla definizione si comprende come lo sviluppo sostenibile non sia semplicemente una tematica che tratta di tutela ambientale ma cerca di offrire giustizia e medesime opportunità a tutti gli individui, essendo però oculati e rispettosi del pianeta e delle sue risorse naturali. Sulla base del rapporto Brundtland dal 3 al 14 giugno del **1992** si tenne a **Rio de Janeiro**¹¹ la Conferenza delle Nazioni Unite su Ambiente e Sviluppo Verticale della Terra (UNCED) in cui i capi dei vari governi si incontrarono per costruire un progetto universale così da formare un mondo sempre più incentrato sullo sviluppo sostenibile. Il tutto venne fatto redigendo due convenzioni e tre fondamentali dichiarazioni tra cui i le due essenziali furono: la *Dichiarazione di Rio su Ambiente e Sviluppo*¹² dove vengono definiti i ventisette principi tra diritti e doveri delle nazioni nei confronti dello sviluppo sostenibile

FIG.1.2

Gro Harlem Brundtland
Fonte: <https://www.permacultura-transizione.com/citta-transizione/sostenibilita-permacultura/le-parole-della-sostenibilita-suo-alfabeto-ddonne/>

9. se ne senti già parlare nei primi anni settanta sia nel primo rapporto del Club di Roma, *Limits to Growth*, sia nel WCS dell'Unione Internazionale per la Conservazione della Natura e delle Risorse Naturali, apparendo anche successivamente nel 1980 nel *Global 2000 Report to the Presidente*

10. Aurelio Angelini, Angela Giurrandino, *Risorse culturali, ambientali e turismo sostenibile*, Franco Angeli, Milano, 2019

11. <https://sustainabledevelopment.un.org/milestones/unced>

12. [https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/\[%fileurl%\]](https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/[%fileurl%])

13. United Nations Conference on Environment & Development, *Agenda 21*, Rio de Janeiro, Brazil, 3 to 14 June 1992
<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>

14. <https://sustainabledevelopment.un.org/intergovernmental/csd>

e l'*Agenda 21*¹³, il *Programma d'Azione per il XXI secolo* dove lo sviluppo sostenibile deve divenire la finalità da perseguire di ogni Stato.

Quest'ultimo rappresenta il principale e completo documento in seguito alla Conferenza di Rio in quanto affronta moltissime questioni proponendo soluzioni e i mezzi per poterle realizzare. Il documento si articola in quattro sezioni (dimensioni sociali ed economiche, conservazione e gestione delle risorse dello sviluppo, maggiore ruolo dei soggetti sociali e strumenti attuativi) con sei macro-obiettivi prioritari tra cui la costruzione di un mondo prospero, giusto, vivibile; la promozione di un mondo fertile, condiviso e pulito. Nel dicembre 1992 venne istituita la Commissione delle nazioni Unite per lo Sviluppo Sostenibile (CSD) che divenne effettivamente operativa nel 1993 in quanto doveva occuparsi di revisionare e mantenere le prospettive del summit¹⁴. Quindi Rio de Janeiro rappresentò un punto di svolta delle politiche ambientali a livello internazionale in quanto si passò dal concetto di sviluppo sostenibile al concetto di sostenibilità dello sviluppo, quindi da un modello in cui l'economia prevale sull'ambiente a uno dove l'ambiente diventa integrato allo sviluppo economico sino a diventarne l'obiettivo principale, considerando lo stesso sviluppo non come un processo lineare ma come un processo continuativo che coinvolge l'aspetto ambientale, economico e sociale.



FIG. 1.3

Conferenza di Rio de Janeiro nel 1992
Fonte: <https://www.inquabatore.it/u-come-unced/>

Infatti da Rio in poi lo sviluppo sostenibile verterà su quelli che sono i tre pilastri principali che lo caratterizzano, quali la **sostenibilità sociale** che viene intesa come capacità di garantire un certo livello di benessere per l'essere umano in modo egualitario; la **sostenibilità economica** che viene intesa come capacità di sviluppare lavoro e flusso monetario, e, infine la **sostenibilità ambientale** intesa come capacità di mantenere un equilibrio tra l'utilizzo e la conservazione delle risorse naturali. Mentre le parole che si leggono tra una categoria e l'altra, quali equo, realizzabile e vivibile rappresentano un monito mediante il quale si verifica la validità e la messa in opera delle precedenti. Il tutto, quindi, è atto a formare quello che oggi giorno denominiamo **sviluppo sostenibile**.

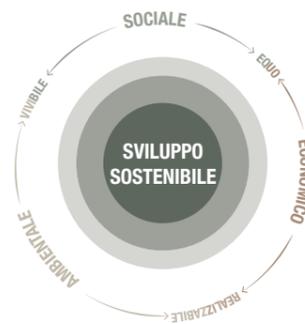


FIG. 1.4
Rielaborazione personale delle tre componenti fondamentali dello sviluppo sostenibile

1.1.2 Lo sviluppo sostenibile Dall'Agenda '20 all'Agenda '30

Nello stesso anno della discussione del protocollo di Kyoto (1997), e dopo cinque anni da Rio de Janeiro, si tenne una sessione speciale dell'Assemblea Generale delle Nazioni Unite (UNGASS) a New York in modo da revisionare i progressi compiuti nell'Agenda 21 facendo così il punto della situazione su come e su chi avesse affrontato o meno le tematiche. Nel **2001** si svolse a **Doha**, Qatar, il vertice del World Trade Organization (WTO) fondamentale per tre motivazioni principale: tra gli stati partecipanti vediamo come prima volta la Cina; viene approvata la Dichiarazione Ministeriale; vengono affrontate delle tematiche essenziali come l'agricoltura, l'ambiente il lavoro e i farmaci. L'anno successivo, nell'anniversario dei dieci anni da Rio de Janeiro, si svolse a **Monterrey** in Messico tra il 18 e il 22 marzo **2002** la *Conferenza Internazionale per il Finanziamento dello Sviluppo*¹⁵ voluto dalle Nazioni Unite per poter risolvere le questioni finanziarie legate alle tematiche dello sviluppo. Nello stesso anno si terrà uno dei summit più importanti per lo sviluppo sostenibile tanto da essere preceduto da quattro riunioni preparatorie per far emergere le tematiche fondamentali e sulle quali concentrarsi e, nelle quali, si toccarono moltissimi punti. Tra il 26 agosto e 2 settembre del **2002** si svolse a **Johannesburg**, per volere dell'Assemblea Generale delle Nazioni Unite, il *Vertice Mondiale per lo Sviluppo Sostenibile*.

15. <https://www.un.org/esa/ffd/ffdconf/>



FIG. 1.5
Conferenza di Johannesburg nel 2002
Fonte: <http://eatparade.eu/il-vertice-mondiale-di-johannesburg-sullo-sviluppo-sostenibile/>

16. Aurelio Angelini con la presentazione di Giovanni Puglisi, *Il futuro di Gaia*, Armando editore, Roma, 2008 (I libri dell'UNESCO), cap.1, pp. da 77 a 81

17. United Nations, Resolution adopted by the General Assembly on 27 July 2012, *The future we want*, A/RES/66/288*, 11 settembre 2012
https://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/66/288&Lang=E

18. <https://sustainabledevelopment.un.org/hlpf>

Da questa conferenza emersero tre prodotti essenziali:

1. la Dichiarazione di Johannesburg sullo sviluppo sostenibile; 2. il Piano di Attuazione¹⁶; 3. una partnership tra i vari attori coinvolti e interessati. Nonostante gli immensi sforzi durante il summit molti punti andarono persi mentre altri si trasformarono in impegni ma senza alcuna data di scadenza¹⁶. Dopo venti anni da **Rio de Janeiro** le Nazioni Unite vollero riproporre una conferenza sullo sviluppo sostenibile sempre nella stessa città che si svolse tra il 20 e il 22 giugno del **2012**. Il risultato fu un documento denominato *Future we want* con misure molto chiare e pratiche per l'attuazione dello sviluppo sostenibile, sviluppando anche una serie di obiettivi che si basavano sugli obiettivi pregressi e quelli successivi che sarebbero culminati con l'agenda di sviluppo post-2015¹⁷. L'anno successivo, nel **2013**, venne istituito un forum politico¹⁸ ad alto livello in modo da poter seguire e attuare le linee guida dettate dai summit sullo sviluppo sostenibile, rappresentando una leadership sia come figura politica, sia come guida e sia come consigliera, infatti venne nominata per seguire e osservare le attuazione dell'Agenda 2030.



FIG. 1.6
Manifesto di Rio de Janeiro 2012, The Future We Want
Fonte: <http://www.comitatoscientifico.org/temi%20SD/Rio2012/>

Dopo la Conferenza mondiale sullo sviluppo sostenibile *Rio+20* e l'istituzione degli Obiettivi del Millennio (Millennium Development Goals - MDGs) venne redatto tra il 25-27 settembre del 2015 dal Summit solo Sviluppo Sostenibile un importantissimo documento denominato *Trasformare il nostro mondo*. L'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile dove vengono individuati gli impegni di sviluppo con i 17 obiettivi globali (SDGs) e i 169 target. Gli SDGs sono validi sia per i paesi in via di sviluppo che per quelli con un'economia già avanzata in quanto fonde le tre dimensioni dello sviluppo sostenibile (ambientale, sociale ed economica) con obiettivo principale quello di contrastare la povertà nel miglior modo possibile e favorire il benessere sia per l'umanità che per il pianeta. Il piano attualmente presente è in costante evoluzione in quanto i suoi parametri vengono costantemente analizzati e se necessario modificati per meglio adeguarsi alle esigenze predominanti¹⁹.

19. <https://www.minambiente.it/pagina/lagenda-2030>



FIG. 1.7
Obiettivi dell'Agenda '30 per lo sviluppo sostenibile
Fonte: <https://www.agenziacoesione.gov.it/comunicazione/agenda-2030-per-lo-sviluppo-sostenibile/>

1.2.1 Origini e sviluppo dell'UE sulle questioni ambientali

I primi atti legislativi europei verso la sensibilizzazione delle tematiche ambientali furono nel 1972 quando il Consiglio Europeo si riunì a Parigi in seguito alle richieste delle Nazioni Unite sull'ambiente svoltesi a Stoccolma nel medesimo anno. Con il *Trattato di Roma*, nel 1987, si inserì per la prima volta la parola *ambiente* in un trattato ufficiale, costituendo la prima base giuridica sulle questioni legate alla salvaguardia del pianeta e delle sue risorse e la salute umana. Con il successivo trattato di Maastricht, 1993, l'ambiente divenne un argomento importante nelle questioni dell'UE introducendo necessariamente una cooperazione tra i vari Stati e i delineando i quattro principi generali su cui si basano le differenti politiche²⁰: principio **dell'azione preventiva** dove vengono prese delle misure per evitare e prevenire danni ambientali, principio della **correzione dei danni provocati all'ambiente** dove si invita a rimuovere immediatamente la fonte di inquinamento, il principio di **chi inquina paga**²¹ dove il soggetto deve versare un risarcimento alla collettività per il danno provocato e il principio della **precauzione** dove i soggetti che provocano maggiori danni ambientali sono tenuti a impedire nell'immediato tali eventi e ricercare metodologie meno invasive²². Nel 1994 ad Aalborg in Danimarca, con l'approvazione dell'Agenda '21, si svolse la *Conferenza Europea sulle città sostenibili* in cui i partecipanti si impegnavano a mettere in atto le legislazioni internazionali avviando una campagna di sensibilizzazione sulla tematica ambientale. Nel 1996 si svolse a Lisbona la *Seconda Conferenza sulle Città Sostenibili* approvando il *Piano d'Azione di Lisbona* diviso in dodici punti in cui si legavano le politiche di Rio alle città sostenibili. Nonostante gli sforzi e la volontà di cooperazione alla fine degli anni '70 furono evidenti i ritardi nell'attuare le politiche tanto che si cercò di trovare una risoluzione mediante il *Trattato di Amsterdam* del 1997 nel quale vennero ripresi, integrati e potenziati i principi già in atto con Maastricht. Nel dicembre del 1999, il Consiglio Europeo di Helsinki invitò la Commissione Europea a predisporre dei piani a lungo termine in materia economica, sociale ed ecologica approvando proposte concrete e obiettivi specifici nel giugno 2001²³.

20. Christian Kurrer, *Politica ambientale: principi generali e quadro di riferimento*, note sintetiche sull'Unione Europea 2020, 11/2020

21. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/ALL/?uri=CELEX:32004L0035>

22. Aurelio Angelini, Angela Giurrandino, *Risorse culturali, ambientali e turismo sostenibile*, Franco Angeli, Milano, 2019, pp. 17

23. Aurelio Angelini con presentazione di Giovanni Puglisi, *Il futuro di Gaia*, Armando editore, Roma, 2008 (I libri dell'UNESCO), cap.1, pp. da 87 a 89

1.2.2 I Programmi di Azione comunitaria per l'Ambiente (PAA)

Dal 1973 la Commissione Europea sei avvalse dei PAA (Programmi di Azione comunitaria per l'Ambiente), strumenti essenziali con scadenza quinquennale contenenti le proposte legislative e gli obiettivi futuri per le politiche ambientali. I primi quattro²⁴ si svolsero tra gli anni '70 e '80 indirizzandosi verso la definizione di direttive e regolamenti che avevo il compito di imporre dei limiti. È da tenere in considerazione che questi nacquero in un momento in cui l'ambiente e la sua tutela venivano visti come un ostacolo e un costo e non come un'opportunità, ma questa concezione pian piano mutò e ci si rese conto che una politica efficace non poteva basarsi solo su limiti e normative perchè spesso di difficile interpretazione e applicazione quindi si decise di modificare la linea politica con i programmi successivi. La vera rivoluzione si ebbe con il **quinto programma**, *Per uno sviluppo durevole e sostenibile* nel 1992 dove si riconosce come la sola legislazione a tema ambientale non basti più in quanto si modificano le finalità del programma, la visione verso le problematiche ambientali e i temi infatti *"Il documento ... non è che la prima tappa importante di un processo di ampio respiro che intende perseguire la tutela dell'ambiente e della qualità della vita nella Comunità e sull'intero pianeta."*²⁵.

24. I programma 1973-1977; Il programma 1977-1982; III programma 1982-1986; IV programma 1986-1991

25. Commissione Europea, *Per uno sviluppo durevole e sostenibile, Programma politico e d'azione della Comunità europea a favore dell'ambiente e di uno sviluppo sostenibile*; Gazzetta ufficiale delle Comunità europee, N.C 138/5, 17/05/1993, punto 7

26. Commissione Europea, *Ambiente 2010: il nostro futuro, la nostra scelta*; *Decisione n. 1600/2002/CE del Parlamento Europeo del consiglio del 22 luglio 2002 che istituisce il sesto programma comunitario di azione in materia ambientale*, Gazzetta ufficiale della comunità europea, L 242/1, 10/09/2002, articolo 2: principi e scopi globali, punto 1

27. Commissione Europea *Decisione n.1386/2013/UE del Parlamento Europeo e del consiglio del 20 novembre 2013 su un programma generale di azione dell'Unione in materia di ambiente fino al 2020, Vivere bene entro i limiti del nostro pianeta*, *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*, L 354/171, 28/12/2013, allegato, punto 1

28. è un nuovo gruppo di lavoro, voluto dal Comitato europeo composto da 13 membri ed entrato in azione il 15 giugno 2020 con il compito di elaborare e applicare le strategie dell'UE per la crescita sostenibile e trasformare i piani per la ripresa della crisi da COVID-19 in finanziamenti diretti rivolti alle città e alle regioni e quindi ai territori che necessitano <https://cor.europa.eu/it/engage/Pages/green-deal.aspx>

Tra i settori su cui il programma intende focalizzarsi (l'industria, l'energia, i trasporti, l'agricoltura) ne spicca uno in quanto rappresenta una novità, ovvero quello del **turismo** per il quale si individuano tre linee di azione principali: diversificazione dell'offerta turistica per non avere solo turismo di massa ma anche forme alternative, migliorare la qualità dei servizi e incrementare l'azione positiva sul comportamento del singolo turista. Con il **sesto programma** d'azione, *Ambiente 2010: il nostro futuro, la nostra scelta*, mutua la sua scadenza quinquennale in decennale trovandoci di fronte ad un programma più esteso il quale *"rappresenta una base della dimensione ambientale della strategia europea per lo sviluppo sostenibile e contribuisce all'integrazione delle tematiche ambientali in tutte le politiche comunitarie, fissando fra l'altro per essa priorità ambientali."*²⁶. Il programma, nonostante siano stati fatti numerosi passi avanti intende concentrarsi ancora sulle frequenti tematiche che si sarebbero dovute già attuare nei programmi precedenti. Il **settimo programma**, dal 2012 sino al 2020, denominato *Vivere bene entro i limiti del nostro pianeta*, si pone un termine non più di breve durata ma con un occhio verso il futuro in particolare verso il 2050 nel quale, in modo speranzoso, si legge: *"Nel 2050 vivremo bene nel rispetto dei limiti ecologici del nostro pianeta. Prosperità e ambiente sano saranno basati su un'economia circolare senza sprechi, in cui le risorse naturali sono gestite in modo sostenibile e la biodiversità è protetta, valorizzata e ripristinata in modo tale da rafforzare la resilienza della nostra società. La nostra crescita sarà caratterizzata da emissioni ridotte di carbonio e sarà da tempo sganciata dall'uso delle risorse, scandendo così il ritmo di una società globale sicura e sostenibile."*²⁷. Infatti con queste affermazioni il programma segna il passaggio definitivo da un'economia di tipo lineare a una di tipo circolare dove al centro della questione rientra preponderante e fondamentale la tematica ambientale. La totale svolta nelle politiche ambientali si ebbe con l'**ottavo programma**, valido sino al periodo 2030 e reso necessario per essere un'integrazione del Green Deal Europeo²⁸, divenuto uno strumento essenziale e fondamentale in



FIG. 1.8 (SX)
Copertina del V PPA
Fonte: <https://op.europa.eu/it/publication-detail/-/publication/8d88c56b-5f56-4c4d-94fab36177cdb5e3/language-it>

FIG. 1.9 (DX)
Copertina del VI PPA
Fonte: https://ec.europa.eu/environment/archives/action-programme/pdf/6eapbooklet_it.pdf

particolare modo in seguito alla pandemia COVID-19 che ha investito il mondo e in particolar modo l'UE. Fondamentali per recepire quelle che sono le politiche messe in atto da questo nuovo programma sono le parole di Dimitrios Karnavos, sindaco di Kallithea (Grecia) e relatore del CdR sull'ottavo PAA, in un'importantissima intervista dove in pochissime domande spiega essenzialmente quali sono le intenzioni che si intende perseguire rafforzandosi e diventando sempre più predominanti in seguito a ciò che è successo in quest'ultimo anno. Nell'intervista l'argomento viene messo subito in primo piano quasi da sembrare il motore che spinge verso nuove politiche sostenibili infatti lo stesso dice come *“La pandemia di COVID-19 ci ha insegnato che tutte le politiche dell'UE che promuovono la salute umana, un pianeta salubre, un'economia sana e una società in buona salute con opportunità per tutti devono essere basate su un approccio improntato a una vita sana. In quest'ottica, è tanto fondamentale quanto necessario un migliore collegamento tra salute e ambiente”* e aggiunge *“Mi sembra evidente che la crisi della COVID-19 vada considerata come un'opportunità per premere sull'acceleratore dell'agenda ambientale. Negli ultimi mesi abbiamo registrato un miglioramento della qualità dell'aria, un ripristino della biodiversità e un generale miglioramento degli ecosistemi. È questa la base da cui dovremmo partire. Mi compiaccio del fatto che l'UE pianifichi una ripresa dalla crisi della COVID-19 che vada di pari passo con la duplice transizione verde e digitale.”*²⁹.



FIG. 1.10
Dimitrios Karnavos
<https://cor.europa.eu/EN/members/Pages/memberprofile.aspx?MemberId=2038271>

29. La crisi del Covid-19 è l'occasione per premere sull'acceleratore dell'agenda ambientale, intervista a Dimitrios Karnavos (EL/PPE), 19/01/2021
<https://cor.europa.eu/it/news/Pages/COVID-19-opportunity-speed-up-environment-agenda.aspx>

FIG. 1.11 (SX)
Copertina del VII PPA
<https://ec.europa.eu/environment/pubs/pdf/factsheets/7eap/it.pdf>



FIG. 1.12 (DX)
Logo The European Green Deal
<https://eo4society.esa.int/2020/09/18/european-green-deal-call-just-launched/>



Vivere bene entro i limiti del nostro pianeta

30. Commissione Europea, Proposal for a Decision of the European Parliament and of the Council on a General Union Environment Action Program 2030, COM (2020) 652 final, 14/10/2020, Brussels, art. 2, point 2, pp.11

In base a questi fattori la Commissione europea il 14 ottobre 2020 pubblica la proposta per l'ottavo programma con la clausola di perseguire gli obiettivi già dettati dal programma precedente e da quelli a lungo termine del 2050. Si richiede un impegno attivo di tutte le parti interessate così da migliorare la governance tra le fazioni garantendo che gli impegni vengano realmente attuati costituendo così la base per il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 e per fare tutto ciò individua sei obiettivi prioritari³⁰ da perseguire: 1. conformarsi con l'obiettivo 2030 per la riduzione dei gas serra nell'ambiente e raggiungere la neutralità climatica entro il 2050; 2. migliorare la capacità di adattamento, rafforzare la resilienza e ridurre la vulnerabilità ai cambiamenti climatici; 3. procedere verso un modello di crescita rigenerativa, favorendo un'economia circolare rispetto al degrado ambientale e alla crescita economica dall'uso delle risorse; 4. perseguire l'obiettivo di inquinamento zero sia per l'aria, acqua, suolo ma anche per la salute e il benessere degli esseri umani; 5. proteggere, preservare e ripristinare la biodiversità e migliorare il capitale naturale; 6. ridurre le pressioni ambientali e climatiche legate alla produzione e al consumo. Perciò per valutare e rendere noto se l'UE sta proseguendo sulla strada corretta al fine di conseguire tali obiettivi ha suggerito di istituire un nuovo quadro di monitoraggio aiutando così il sistema a determinare in che misura stiamo vivendo nella maniera più corretta.

CAPITOLO 2

IL TURISMO SOSTENIBILE NELLE SUE
MOLTEPLICI DECLINAZIONI E ATTUALI PROSPETTIVE

L'arte del viaggiare e le esigenze del turista si sono modificate nel corso degli anni passando da un approccio meramente estetico a quello attuale definito **partecipativo** in cui si prova ad andare oltre il semplice concetto di viaggio. Si cerca, quindi, un'esperienza di vita a tutto tondo e a contatto diretto con la cultura e con l'ambiente del territorio stesso. Il turista diventa sempre più attento e sensibile all'aspetto culturale e ambientale, rispettoso nei confronti delle tradizioni e culture locali facendo mutare anche l'industria stessa diventando il vero promotore, non solo di un cambiamento legato alle tematiche di cui si occupa, ma anche una risorsa imprescindibile dell'economia e dello sviluppo dei luoghi e delle popolazioni. Negli ultimi anni, seguendo queste nuove esigenze, si sono attestate diverse declinazioni di viaggio tenendo sempre come presupposto fondamentale il senso etico e l'estremo rispetto per le popolazioni e per il territorio in cui risiedono, queste modalità sono state definite come: turismo sostenibile, consapevole, responsabile e l'ecoturismo. Osservando la molteplicità di terminologie potrebbero sembrare che ne esistano svariate e con diversi significati e accezioni, ma nella realtà ciò che le contraddistingue è un confine sottilissimo infatti le prime tre si differenziano semplicemente per delle piccole sfumature tanto che spesso i termini vengono equiparati e accorpati sotto la voce generica di turismo sostenibile che negli anni ha inglobato tutte le caratteristiche delle altre forme facendosi sempre più completo e totalitario. Infine, nonostante l'ecoturismo abbia avuto nel corso del tempo delle caratteristiche ben definite e proprie, tutt'oggi anch'esso si tende ad inglobarlo nella categoria più ampia del turismo sostenibile. Questo viene fatto nonostante vi siano delle sottilissime differenze che, a differenza delle altre categorie, sono più percettibili ma comunque partecipative del concetto più ampio di turismo sostenibile. Perciò prima di analizzare approfonditamente l'evoluzione e il significato di turismo sostenibile è necessario presentare quelle che sono le sue declinazioni fondamentali in modo da capire al meglio le accezioni che lo definiscono¹.

1. Conscious Journeys,
Turismo sostenibile e responsabile, cos'è e come praticarlo
<https://www.consciousjourneys.com/it/2021/03/15/turismo-sostenibile-e-responsabile/>

2.1.1_ Ecoturismo, Turismo consapevole e responsabile:

L'**ecoturismo** indica una tipologia di turismo che si focalizza sui beni naturali e sull'aspetto ecologico dell'ambiente. La prima definizione venne dell'architetto e ambientalista messicano Ceballos-Lascuriàin, in cui disse:

*Viaggiare in aree naturali relativamente indisturbate o incontaminate con lo specifico obiettivo di studiare, ammirare e apprezzare lo scenario, le sue piante e animali selvaggi, così come ogni manifestazione culturale esistente (passata e presente) delle aree di destinazione.*²

Questa importantissima definizione diede l'incipit decisivo alle Nazioni Unite di proclamare il **2002** come l'**Anno Internazionale dell'Ecoturismo** in occasione del summit mondiale che si svolse in Quebec, Canada individuandone quindi una nuova definizione.

2. Ceballos-Lascuriàin Hector, *The future of Ecotourism*, Mexico Journal, 27 gennaio 1988

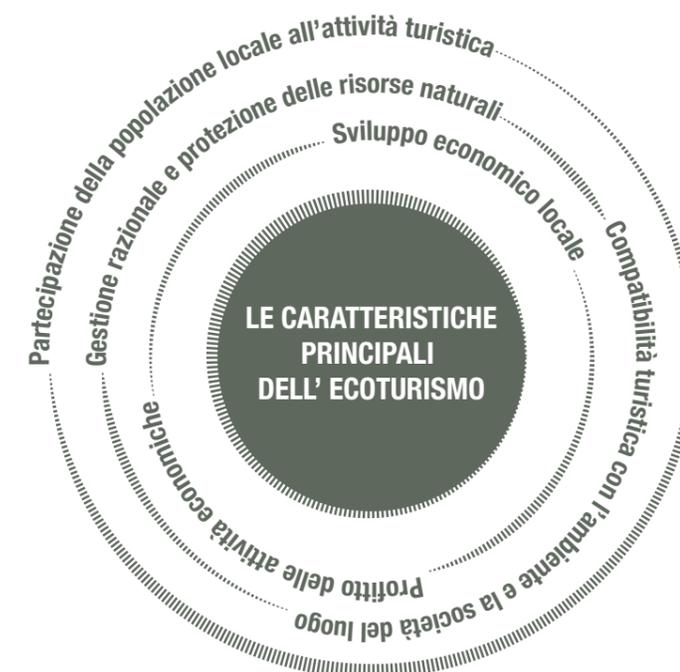
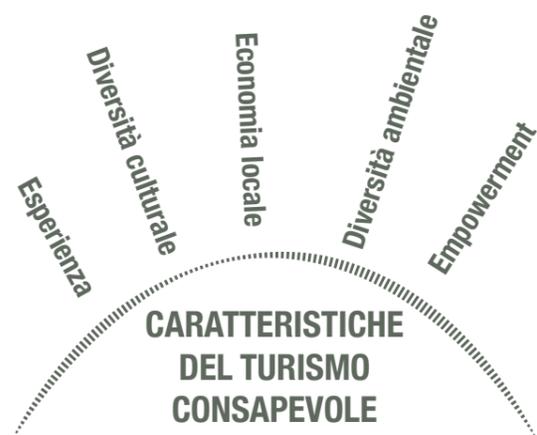


FIG. 2.1
Rielaborazione personale delle caratteristiche dell'ecoturismo

L'ecoturismo è un modo di viaggiare responsabile, il cui il turista visita e soggiorna in un paese straniero conservando e rispettando l'ambiente naturale e la cultura del luogo, sostenendo e contribuendo alla crescita economica e al benessere della popolo.³

Mediante questa più ampia definizione si attribuisce finalmente importanza al settore, infatti in questo senso l'ecoturismo deve essere in grado di coniugare il rispetto dell'ambiente con la cultura e società del luogo, con lo sviluppo economico e la soddisfazione del turista. In tal senso deve contribuire attivamente alla conservazione del patrimonio naturale e culturale generando così benefici sia economici che lavorativi per le popolazioni locali ma sempre tenendo fermamente conto che il suo impatto non deve causare degrado o contaminazione all'ambiente in cui si sviluppa ma anzi deve adeguarsi e adattare le proprie esigenze a questo rispettando quindi la natura del luogo. Per tutte queste caratteristiche può perfettamente rientrare nel turismo sostenibile essendo praticamente identiche come vedremo in seguito. La peculiarità del **turismo consapevole** è quella di avere un atteggiamento attivo nei confronti del viaggio, infatti il turista si immerge totalmente nell'esperienza rendendola quasi spirituale mediante il contatto diretto con la popolazione del luogo, scoprendone la loro cultura e le tradizioni così da contribuire all'economia e al rispetto dell'ambiente.



3. WTO, *Final Report: Sustainable Development of Ecotourism*, Quebec City, Canada; 19-22 maggio 2002
<https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/Final-Report-WES-Eng.pdf>

FIG. 2.2
 Rielaborazione personale delle caratteristiche del turismo consapevole

4. AITR, *Che cos'è il turismo responsabile?*
<http://www.aitr.org/turismo-responsabile/cose-il-turismo-responsabile/>

FIG. 2.3
 Rielaborazione personale del vademecum del turista responsabile



PRIMA

Il **turismo responsabile** viene dettagliatamente definito dall'AITR (Associazione Italiana Turismo Responsabile) come una tipologia di attività atta a garantire un'ottima esperienza seguendo i principi cardine di giustizia sociale ed economica dell'ambiente e delle popolazioni in cui si istaura senza creare squilibri o iniquità⁴. Perciò tutti gli attori che vi operano, tra cui turista, organizzatore e comunità ospitante, devono essere consapevoli che il loro ruolo è fondamentale nel processo in quanto non si tratta di focalizzarsi sul singolo o sulla singola finalità ma pensare di essere un tutt'uno che contribuisce al medesimo fine.

- Cercare più informazioni possibili su tematiche come sulla storia, cultura, economia ecc.. sul paese che si sta per visitare
- Scegliere compagnie aeree, operatori turistici, hotel che si impegnano nei confronti delle comunità locali e dell'ambiente



DURANTE

- Adattarsi agli usi e costumi della popolazione locale
- Informarsi su quelle che sono le pratiche usuali nel luogo
- Indossare un abbigliamento consono, soprattutto nei luoghi di culto
- Supporta le manifestazioni culturali e l'artigianato locale
- Cercare di instaurare rapporti e relazioni con i locali
- Usare i servizi gestiti dalla popolazione locale come trasporti o strutture ricettive
- Curarsi del territorio perciò non lasciare rifiuti o graffiti e non prendere souvenir dagli ambienti naturali
- Negli ambienti naturali cercare di seguire i sentieri predefiniti
- Chiudere il rubinetto, l'aria condizionata e la luce per non sprecare risorse eccessive
- Chiedere sempre il consenso
- Provare la cucina locale



DOPO

- Una volta tornato a casa è cosa buona riflettere su ciò che si è visto e cosa si è imparato durante il viaggio
- Se si sono notate delle situazioni gravi o intollerabili nel luogo visitato sarebbe meglio segnalarlo

2.1.2_ Turismo sostenibile: inquadramento del tema e caratteristiche

Il turismo sostenibile nel corso degli anni è passato dall'essere un argomento quasi mai menzionato e affrontato a divenirne il perno secondo cui tutto il settore turistico ruota. Nel corso degli anni si è acceso un enorme dibattito in cui si è molto discusso rispetto alla tematica e alle sue implicazioni sia a livello internazionale, europeo ma anche nazionale come si osserverà nei paragrafi successivi, ma, nonostante tutto, la definizione che ancora oggi lo accompagna è quella dettata dall'Organizzazione Mondiale del Turismo⁵ (OMT) nel 1988. Qui si parla di un turismo rivolto verso il futuro e che raggruppa una serie di scelte e pratiche atte a **tutelare l'ambiente** e il **territorio** in cui si istaurano e che favoriscano uno **sviluppo economico** durevole che non danneggi le **comunità locali** e le loro tradizioni ma anzi che ne contribuisca al miglioramento della qualità della vita seguendo sempre il principio dell'**etica** ritenuto essenziale. Inoltre il turismo sostenibile è caratterizzato da peculiarità quali la **durevolezza** che si basa sugli effetti a lungo e medio termine del modello turistico che si intende adottare e cercando di equilibrare la crescita economica con la conservazione dell'ambiente e dell'identità locale. Altro tratto caratteristico è il **rispetto dell'ambiente** che viene dimensionato nel tempo e nello spazio in modo da cercare di ridurre il fenomeno della stagionalità e i suoi effetti e quindi capire qual sia la capacità di accoglienza del luogo in modo da definire una soglia limite per preservare il luogo e garantire qualità al turista. Inoltre, il turismo sostenibile viene definito anche come **integrato** e **diversificato** in quanto l'offerta turistica deve essere il risultato naturale di cosa offrono le risorse locali, dato che il fenomeno deve essere un elemento integrato sia dal punto di vista culturale che economico e deve coinvolgere il territorio circostante così da proporre la medesima offerta turistica. Inoltre è importante che il turismo sostenibile sia **pianificato** in quanto deve implicare un'attenta analisi della situazione presente e delle prospettive future che devono essere unite alla presa di coscienza delle diverse varianti che intervengono nel processo turistico. Oltre che pianificato deve essere anche **partecipato** in quanto

5. Ved. Paragrafo 2.2.1_ Le origini: dal turismo come risorsa pulita a fattore inquinante

i soggetti devono essere coinvolti nel processo decisionale e realizzativo riguardante il territorio in cui si opera. Ultima caratteristica fondamentale è che deve essere **vitale** anche dal punto di vista economico in cui l'obiettivo finale deve essere quello di promulgare la natura e la vitalità del tempo e degli investimenti e non la rapida crescita dei redditi turistici. Il turismo sostenibile, quindi, si fonda su tutte queste differenti caratteristiche che ritroviamo perfettamente integrate ed espresse anche nell'ecoturismo, nel turismo responsabile e consapevole inglobandole e facendole proprie per esprimere una nuova modalità di vivere la vacanza e il luogo che sta prendendo sempre più forza man mano che se ne parla.

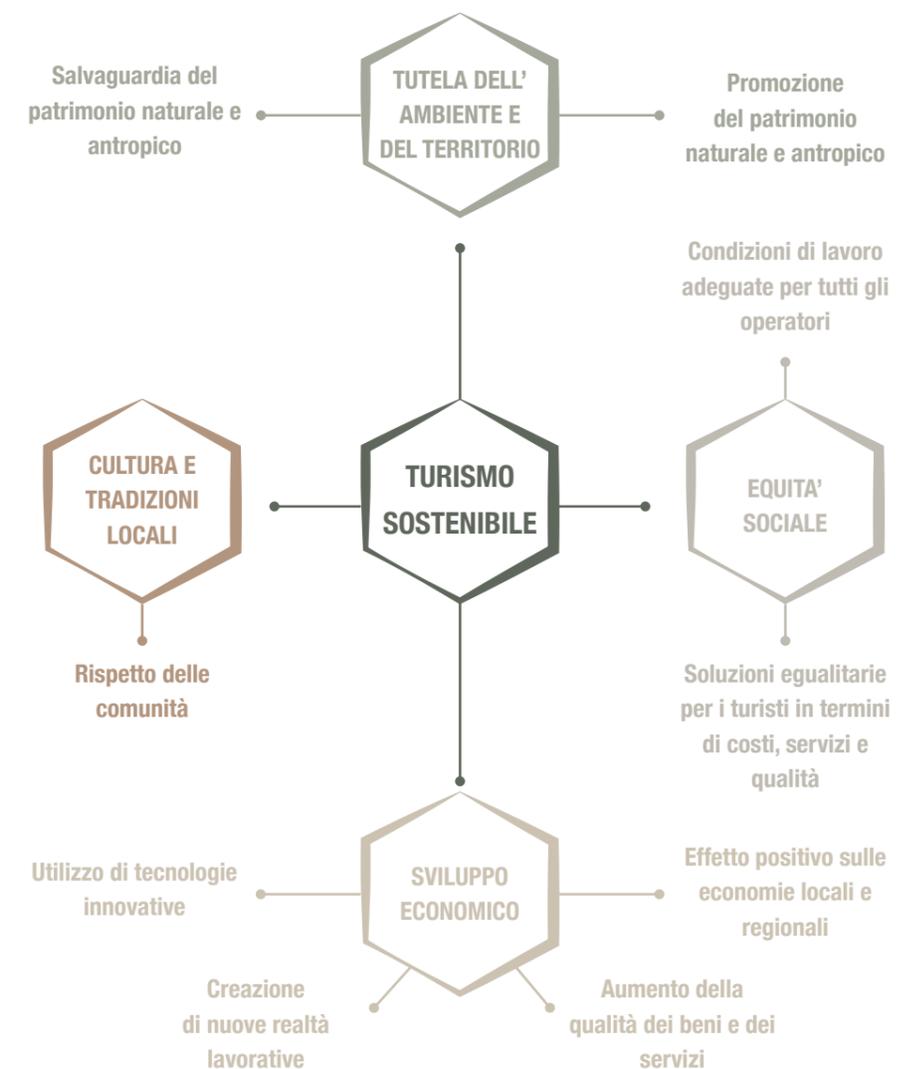


FIG. 2.4 Rielaborazione personale degli aspetti fondamentali del turismo sostenibile

2.1.3_I vantaggi del Turismo sostenibile per il territorio

Il turismo sostenibile è ormai diventato imprescindibile per contrastare gli effetti negativi che l'industria stessa provoca sia dal punto di vista ambientale quali ad esempio la degradazione dell'ambiente naturale, lo sfruttamento eccessivo delle risorse naturali, eccessiva cementificazione ecc...e sia dal punto di vista culturale e sociale come la perdita delle tradizioni per favorire un turismo di massa, abbandono di mestieri tradizionali o aree dedite ad attività tipiche in favore di altri luoghi. La responsabilità di questi effetti non va attribuita ad un solo soggetto ma a tutti coloro che militano all'interno dell'industria tra cui, in primis, ai soggetti pubblici e privati che hanno un ruolo all'interno del corso del servizio turistico i quali spesso volte prediligono facili e immediati guadagni in favore di una crescita più regolare ed equilibrata nei confronti delle attività turistiche. Tra queste vi sono soggetti che svolgono funzioni nelle istituzioni centrali prendendo delle decisioni determinanti per tutti coloro che mobilitano nel settore e che, quindi, dovrebbero dare per primi il buon esempio ed essere degli insegnanti per i cittadini che si prestano ad effettuare una vacanza. In secondo luogo anche il turista stesso ha una certa responsabilità in merito in quanto è esso stesso a vivere il luogo perciò risulta esserne in contatto diretto. Ma il turismo non è solo effetti negativi ma anche scambi culturali, svago, divertimento, scoperta ecc... quindi si deve operare in modo tale da arginare il più possibile gli aspetti negativi favorendo quelli positivi in favore di una qualità nell'ambiente del luogo prescelto e il rispetto per le popolazioni che vi risiedono e le loro tradizioni. Infatti è essenziale che nel processo siano coinvolti gli enti locali in quanto sono le prime e dirette sul campo che possono utilizzare tutti gli strumenti a loro disposizione per favorire il turismo sostenibile ovviamente sempre tenendo conto di quelle che sono le necessità del territorio e le volontà e abilità di chi vi opera⁶. È fondamentale partire dall'analisi del territorio e delle attività in esso presenti e capire come interagiscono tra loro, in seguito si possono utilizzare degli strumenti di attuazioni e certificazioni

6. [http://www.arpalazio.net/ sviluppo_sostenibile/pagina.php?id_sezione=3&isezione=3&idSottoSezione=14](http://www.arpalazio.net/sviluppo_sostenibile/pagina.php?id_sezione=3&isezione=3&idSottoSezione=14)

ambientali che vedremo nello specifico successivamente e che possono essere utilizzati dai vari soggetti con finalità diverse come la tutela e la gestione del territorio o per differenziare l'offerta e la promozione di prodotti e servizi. Questi sono strumenti perfetti da utilizzare in quei territori dove il turismo rappresenta una componente significativa soprattutto per quanto riguarda la sfera economica ma sempre tenendo a mente del luogo in cui ci si colloca e le sue caratteristiche intrinseche e quindi qui i principi del turismo sostenibile, e dello sviluppo sostenibile, trovano una perfetta connotazione in quanto i due settori sono strettamente connessi e dipendenti l'uno dall'altro. Quindi se si incentiva una politica mirata verso il turismo sostenibile questo può rappresentare per un ente locale l'occasione perfetta di promuovere il proprio territorio, prodotti e servizi verso questa direttiva principale in quanto può essere applicata e integrata in molteplici settori e attività. Si discute molto di queste tematiche perché possono realmente essere il punto di partenza per una promozione territoriale veramente efficace. Di seguito, perciò per comprendere al meglio come il dibattito attuale sia arrivato a questo punto e perché stia molto spingendo sul turismo sostenibile è però necessario rileggerne la storia e capire quali sono stati i momenti che hanno realmente dato un punto di svolta al settore sia dal punto di vista internazionale, europeo ma anche nazionale.

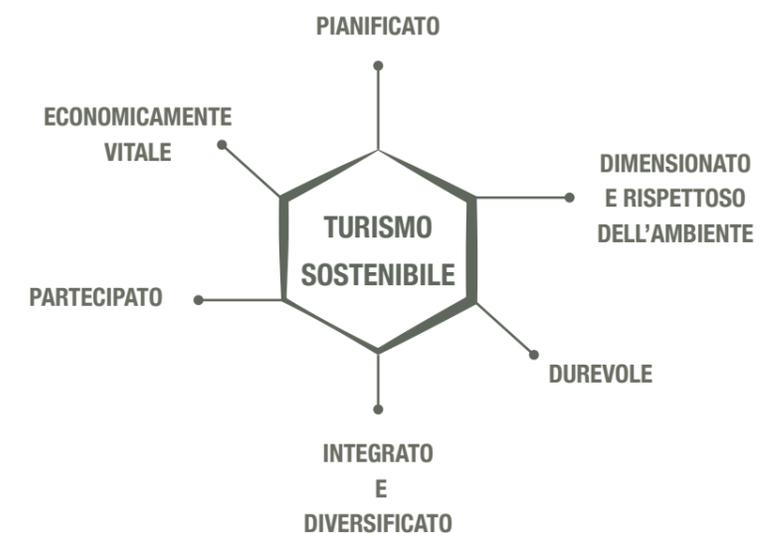


FIG. 2.5 Rielaborazione personale delle caratteristiche del turismo sostenibile

2.2.1_ Le origini: dal turismo come risorsa pulita a fattore inquinante

'60

Il turismo viene spesso volte osservato come un fenomeno capace di portare esclusivamente dei benefici ai settori che tange senza avere alcuna controversia, ma come vedremo questo concetto, nelle visioni più ampie del tema, nel corso degli anni è mutato prendendo sempre più consapevolezza dei suoi limiti ma soprattutto delle problematiche che vi si legano. Dal periodo post-bellico con le ricostruzioni, il successivo boom economico e la conseguente agiatezza, sino agli anni sessanta il turismo veniva considerata come un'industria in grado di generare un ritorno economico pulito, di rappresentare un alto fattore di benessere e di promuovere l'ambiente in cui si radica e sviluppava.

7. <https://asvis.it/notizie/929-538/limits-revisited-un-esame-del-dibattito-sui-limiti-della-ccre-scitasezione=3&idSottoSezione=14>

'70

Tale visione cominciò a modificarsi a partire dagli anni settanta, in particolar modo in seguito al dibattito teorico sui *limiti dello sviluppo*⁷ sollevato dal Club di Roma nel 1971, che contribuì ad aprire un dibattito che non si sarebbe mai chiuso, cominciando ad evidenziare sia gli aspetti positivi che quelli negativi del turismo. Inoltre la crepa si fece ancora più grande in seguito alla creazione nel 1977 da parte OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico), ovvero un gruppo di esperti che avevano il compito di studiare gli effetti provocati dal turismo sull'ambiente pubblicandone così i risultati nel 1980 e mettendo sempre più in crisi l'idea ormai idilliaca del settore evidenziando sempre più la connessione tra turismo e problematiche ambientali. Ne emersero sia aspetti positivi che negativi i quali culminarono in una *"necessità di controllare il rapporto tra l'incremento turistico e gli effetti sulle risorse naturali e culturali dei luoghi interessati"*⁸ creando così un apposito programma e un'apposita legislazione in merito.

8. Aurelio Angelini, Angela Giurandino, *Risorse culturali, ambientali e turismo sostenibile*, Franco Angeli, Milano, 2019, pp.39

'80

Con tale consapevolezza a partire dagli anni ottanta si cerca di trovare un equilibrio tra la tematica dell'ambiente e quella del turismo tanto che quest'ultima viene intesa come risorsa utile per migliorare la qualità della vita delineando dei limiti oltre i quali si rivelerebbe difficoltoso un ritorno al passato. Grazie al contributo del Rapporto Brundtland nel 1987 si cerca di legare il concetto di sostenibilità con quello del turismo generando quello che attualmente definiamo come **turismo sostenibile** definito per la prima volta nel **1988** dall'Organizzazione mondiale del Turismo (OMT)⁹ ponendo le basi per un piano preciso il quale mirava a sviluppare e garantire un certo reddito ad un determinato territorio seguendo direttive a lungo termine con obiettivi integrati e mirati all'aspetto ecologico, socioculturale ed economico. Per definire al meglio la tematica si dà un chiaro e definitivo significato al turismo sostenibile, come segue:

*"Le attività turistiche sono sostenibili quando si sviluppano in modo tale da mantenersi vitali in un'area turistica per un tempo illimitato, non alterano l'ambiente (naturale, sociale ed artistico) e non ostacolano o inibiscono lo sviluppo di altre attività sociali ed economiche"*¹⁰.

9. creata nel 1975 con l'obiettivo di promuovere e sviluppare il turismo, al fine di contribuire all'espansione economica, stabilire e mantenere rapporti di cooperazione, stimolare e sviluppare collaborazioni tra i settori pubblico e privato, con particolare attenzione agli interessi dei Paesi in via di sviluppo (https://www.esteri.it/mae/it/politica_estera/economia/cooperaz_econom/omt.html)

10. Definizione di turismo sostenibile, OMT, 1988



FIG. 2.6
Simbolo del UNWTO o OMT
Fonte: <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard>

2.2.2_ I principali piani di sviluppo nell'ambito internazionale

'90

Dalla definizione del turismo sostenibile del 1988 a come viene inteso odiernamente si sono susseguiti una serie di piani internazionali importantissimi per cercare di unire sempre più il concetto di sostenibilità e turismo, qui vengono presentati i principali. L'input decisivo fu il **Summit di Rio de Janeiro del 1992** e dal suo prodotto finale ovvero l'**Agenda '21** dalla quale si sviluppano una serie di incontri e successivi programmi che saranno fondamentali nelle tematiche dello sviluppo ambientale dando così origine ad una catena che, mediante carte, intenti e strategie, rafforzerà sempre più le iniziative verso un turismo conscio. Fondamentale fu la **I Conferenza Mondiale sul Turismo Sostenibile** tenutasi nelle Isole Canarie, più precisamente a **Lanzarote** tra il 27/28 aprile del **1995** nella quale venne discussa e approvata la *Carta per il turismo sostenibile* o più comunemente conosciuta come la *Carta di Lanzarote* che rappresenta il primo documento ufficiale, valido a livello internazionale, dedicato nella sua interezza alla tematica del turismo sostenibile suddivisa in diciotto punti. Nella premessa della Carta viene quindi definito in primis cosa si intende per turismo: *“un fenomeno mondiale e un elemento per lo sviluppo socio-economico di molti paesi”*¹¹ al quale però viene riconosciuta la sua forma *“ambivalente poiché può potenzialmente contribuire al raggiungimento di obiettivi socio-economici e culturali ma può anche, allo stesso tempo, essere causa del degrado ambientale e della perdita di identità locali, deve essere affrontato con un approccio globale”*¹¹ e che quindi la tematica va trattata con una premessa dalla quale non si può assolutamente scindere perché bisogna essere consapevoli che *“le risorse sulle quali è basato il turismo sono limitate e che c'è una richiesta crescente per una migliore qualità dell'ambiente”*¹¹. Nel documento, inoltre, si osserva come questa tutela, sia turistiche che ambientale, non sia solo compito di un potere centrale ma deve essere osservato da

11. Carta di Lanzarote, premessa, 27/28 aprile 1995
<http://www.sinanet.isprambiente.it/gelso/files/carta-lanzarote-1995.pdf>

12. Carta di Lanzarote, primo principio, 27/28 aprile 1995
<http://www.sinanet.isprambiente.it/gelso/files/carta-lanzarote-1995.pdf>

13. World Travel and Tourism Council è l'autorità globale che si occupa dei viaggi e del turismo, è composto da membri dell'imprenditoria essenzialmente del settore privato che lavora per aumentare nei governi la consapevolezza sull'industria del turismo e dei viaggi (<https://wttc.org/>)

14. International Hotel and Restaurant Association è l'associazione e organizzazione senza scopo di lucro e internazionale che si dedica alla promozione e alla difesa dell'industria alberghiera e della ristorazione in tutto il mondo (<http://www.ih-ra.org/about-ihra-today.php>)

15. è un'organizzazione internazionale senza scopo di lucro che opera in associazione con le Nazioni Unite con scopo nei confronti del rispetto dell'ambiente, difesa dei diritti umani, giustizia sociale, sostegno degli indifesi, dialogo tra popoli e culture diverse (<http://www.ecitalia.org/stages/it/storia.html>)

16. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284403714>

17. Patrizia Romei, *Turismo sostenibile e sviluppo locale*, Dott. Antonio Milani, 2008, pp. 7

tutti coloro che vi lavorano e che hanno un qualsiasi attività legata al settore in modo da poter controllare in ogni ambito che le intenzioni della carta siano rispettate. Perno fondamentale di tutta la premessa e del documento è il primo principio qui di seguito:

*“Lo sviluppo del turismo deve essere basato sul criterio della sostenibilità, ciò significa che deve essere ecologicamente sostenibile nel lungo periodo, economicamente conveniente, eticamente e socialmente equo nei riguardi delle comunità locali.”*¹²

Nel **1996** il WTTC¹³ insieme a l'IHRA¹⁴ e all'Earth Council¹⁵ decisero di lanciare un programma d'azione chiamato *Agenda 21 for the travel & tourism industry: towards environmentally sustainable development*¹⁶, un documento che si adegua alle direttive dell'Agenda 21 e che si indirizza verso il settore del turismo, riconoscendolo come una delle più grandi industrie del mondo e uno dei settori di maggiore espansione. Ne stabilisce i principi come l'interesse diretto nei confronti della conservazione e protezione sia delle risorse culturali che naturali, la programmazione di viaggi e di un turismo che si basa sulla sostenibilità e l'appoggio dello sviluppo in favore delle popolazioni locali, le loro culture, tradizioni e interessi. Quindi lo scopo è quello di *“sviluppare una pianificazione effettiva per massimizzare la qualità ambientale e i benefici economici del settore Travel & Tourism, cercando al contempo di minimizzare i danni ambientali e culturali”*¹⁷.

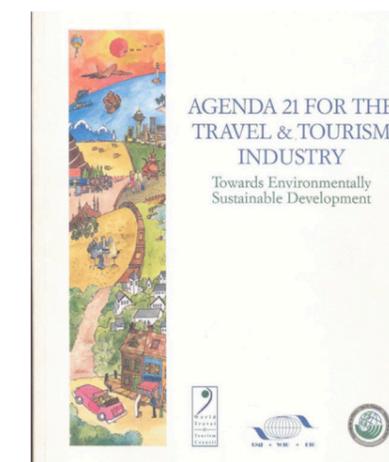


FIG. 2.7
Copertina di Agenda 21 for the travel & tourism industry
Fonte: <https://www.e-unwto.org/book/10.18111/9789284403714>

Nel 1997 con la **I Conferenza internazionale dei Ministri dell'ambiente sulla biodiversità e il turismo** a Berlino tra il 6-7 marzo che si concluse con il documento finale definito *Berlin Declaration on Biological Diversity and Sustainable Tourism*. Ha la forma di una dichiarazione d'intenti in cui si chiede, a coloro che operano nel settore turistico e alle istituzioni che la governano, di integrare e adottare nelle attività regole legate alla sostenibilità toccando il tema economico, ambientale, socioculturale. Il turismo nel momento della redazione del documento, viene inteso come uno dei settori trainanti e in piena crescita che deve puntare nel rafforzarsi in un ambiente salubre e dedito alla conservazione del patrimonio paesaggistico in quanto dovrebbero essere solide le basi dal quale partire ed espandersi. Da questa serie di incontri e di documentazioni il WTO nel 1988 definisce, in maniera condivisa, il concetto di turismo sostenibile:

“Lo sviluppo turistico sostenibile è capace di soddisfare le esigenze dei turisti di oggi e delle regioni ospitanti, prevedendo e accrescendo le opportunità per il futuro. Tutte le risorse dovrebbero essere gestite in modo tale che le esigenze economiche, sociali ed estetiche possono essere soddisfatte mantenendo l'integrità culturale, i processi ecologici essenziali, la diversità e i sistemi biologici”¹⁸
(WTO, 1998, pp.21)

Si individuano tre principali linee strategiche sulle quali si svilupperanno le politiche future e necessarie, cioè:

1. conservare le risorse naturali, culturali e storiche non solo per i benefici attuali e diretti alle località interessate ma anche per garantire il loro sviluppo futuro;
2. tutelare e migliorare le condizioni e la qualità dell'ambiente complessivo delle aree turistiche sia in previsione del presente che del futuro;
3. pianificare e gestire le risorse sia ambientali, sia economiche, sia sociali nelle zone turistiche distribuendole in modo equo a tutti i settori in particolare modo alle attività locali.

Sempre nello stesso anno si tenne, ad aprile a Calvià

18. WTO, *Berlin Declaration on Biological Diversity and Sustainable Tourism*, 1998, pp 21

19. Dichiarazione di Calvià, 1997
<http://www.sinanet.isprambiente.it/gelso/files/dichiarazione-calvia-1997.pdf/view>

20. Roberto Gemmiti; *Ecoitalia 21, Principi, strumenti, tecniche per lo sviluppo sostenibile in Italia. Una griglia di lettura a supporto delle politiche regionale*, Dicembre 2020, pp. 8
https://web.uniroma1.it/memotef/sites/default/files/Ecoitalia21_2001.pdf

21. Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo, *Codice Mondiale di Etica del Turismo*, adottato mediante risoluzione A/RES/406(XII) alla tredicesima Assemblea Generale della OMT (Santiago del Cile, 27 Settembre - 1 Ottobre 1999) http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/files/ONT_2001-12-21_02289.pdf

22. UNWTO, *Codice Mondiale di Etica del Turismo*, ristampa a cura di PromuovItalia, 21/12/2001
http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/files/ONT_2001-12-21_02289.pdf

nelle Isole Balnerari, la **I Conferenza Internazionale dei Ministri su Turismo e Sviluppo sostenibile nel Mediterraneo** nella quale si redisse la *Carta di Calvià*¹⁹. Nasceva dalla necessità di riconoscere gli sforzi compiuti dagli Stati sia nel trasformare le strategie di Rio e di altri piani in vere e proprie politiche, sia dall'urgenza di implementare il piano di azione in una prediligendo un piano ad una scala più ridotta ma che meglio si confacesse alle necessità di realtà minori. Nella carta si sottolinea quanto sia fondamentale il turismo per lo sviluppo del bacino del mediterraneo che dovrebbe essere mediante una governance, infatti nel punto 2 si legge come *“il turismo sostenibile non può esistere senza comunità sostenibili, e le comunità sostenibili non possono esistere senza economie sostenibili, giustizia sociale e pace. È dunque urgente sconfiggere la crescente ingiustizia sociale e lo squilibrio ambientale”²⁰*.

Altro passo fondamentale nello sviluppo delle politiche verso il turismo sostenibile avvenne quando a **Santiago del Cile** tra il 27 settembre e il 1 ottobre **1999**, per volontà del WTO e mediante l'Assemblea Generale stessa, nacque il **Codice Mondiale di etica di turismo** contenente dieci articoli²¹ tra i quali spicca il terzo che unisce il turismo e la sostenibilità. Si prefisse come obiettivo fondamentale quello di promuovere un turismo sostenibile, accessibile e responsabile nel quale si auspica sia *“il diritto al turismo e alla libertà di movimento per motivi turistici”* sia *“la promozione di un sistema turistico mondiale equo, responsabile e sostenibile, i cui benefici ci siano condivisi da tutti i settori della società, nel contesto di un'economia internazionale aperta e liberalizzata”²²*. Con questo documento si definisce una sorta di censura tra i piani e la documentazione redatta tra il 1990 e il nuovo millennio atta a gettare e consolidare, almeno a livello internazionale, quelle che sono le basi per un turismo sostenibile. Con il nuovo millennio si apre una fase atta a portare una maggiore diversificazione e specializzazione di concetti che divennero sempre più concreti e attuativi.

'00

Il 30 giugno del **2001** a Rimini, sempre per volere de WTO, si tenne la **II Conferenza Internazionale sul turismo sostenibile** alla quale parteciperanno i maggiori esperti e le organizzazioni più rappresentative del settore sia turistico che sostenibile, conclusasi con l'adozione della *Carta di Rimini* e la nascita nel *Network delle città per un turismo sostenibile*. La Conferenza cercò di entrare più nel particolare rispetto alla precedente così da coinvolgere direttamente gli enti locali che si dovettero assumere la responsabilità di ripensare alle proprie strategie per l'innovazione del prodotto turistico cercando di dare degli strumenti per una governance a più ampio raggio mediante l'elencazione di nove raccomandazioni.²³ Tra l'agosto e il settembre del **2002** si tenne, in contemporanea al Vertice mondiale sullo sviluppo sostenibile a Johannesburg, la **I Conferenza internazionale su Responsible Tourism in Destinations** tenutasi a **Città del Capo**, alla quale parteciparono 280 delegati provenienti da 20 paesi, approvando così la *Dichiarazione di Città del Capo* definendo le linee guida per il turismo sostenibile in Sud Africa rendendo la tematica sempre più internazionale. In tale dichiarazione si ritrovano molte tematiche precedentemente trattate ma, al suo interno, troviamo una definizione ampliata perchè tocca quelle che sono attualmente riconosciute come le tre dimensioni del turismo sostenibile (ambientale, socio-culturale ed economica) quindi dalla dichiarazione si evince come si debba: *"minimizzare gli impatti negativi dal punto di vista ambientale, culturale, sociale ed economico; genera maggiori benefici economici e migliorano il benessere della comunità locale, potenziato le condizioni di lavoro e l'accesso all'industria; coinvolge la comunità ospitante nelle decisioni; contribuisce alla tutela dell'eredità naturale e culturale ed al mantenimento della diversità; fornisce migliori esperienze ai turisti attraverso un rapporto più coinvolgente con la comunità ospitante e la comprensione della cultura locale e dei problemi ambientali; facilita la mobilità delle persone disabili; favorisce il rispetto reciproco*

23. 1. Promuovere l'utilizzo della partecipazione e rafforzare e costruire partenariati attivi; 2. Promuovere e rafforzare la gestione, la progettazione e la pianificazione integrata e sostenibile; 3. Mantenere l'impegno internazionale e locale per lo sviluppo e l'utilizzo di strumenti e analisi a supporto della decisione e dell'azione; 4. Rafforza le capacità dei giovani locali; 5. Attuare azioni specifiche centrate sulla mobilità; 6. Promuovere alternative sostenibili per il turismo stagionale di massa; 7. Promuovere strumenti economici per qualificare le destinazioni turistiche in senso sostenibile; 8. Assicurare e promuovere una buona gestione ambientale e sociale delle destinazioni e infrastrutture turistiche; 9. Rafforzare le attività finalizzate alla sensibilizzazione di imprese turistiche, dei tour operator e dei turisti <http://www.sinanet.isprambiente.it/gelso/files/carta-rimini-2001.pdf>

24. International Conference on Responsible Tourism in Destinations (2002) The Cape Town Declaration, Cape Town, August 2002 <https://responsibletourismpartnership.org/cape-town-declaration-on-responsible-tourism/>

25. Programma delle Nazioni Unite per l'ambiente. è un'organizzazione internazionale che opera sulla questione dei cambiamenti climatici favorendo la tutela ambientale e l'uso consapevole delle limitate risorse ambientali <https://www.unep.org>

26. *Quèbec Declaration on Ecotourism*, Québec City, Canada, 22 May 2002 <http://www.world-tourism.org/sustainable/IYE/quebec/anglais/declaration.html>

27. *Djerba Declaration on Tourism and Climate Change*, Djerba, Tunisia, 2003 <http://www.sinanet.isprambiente.it/gelso/files/dichiarazione-djerba-2003.pdf/view>

28. *Davos Declaration*, Davos, Switzerland, 3 October 2007 https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/Davos-Declaration_2007.

tra turisti e locali"²⁴.

Il **2002** venne designato come l'**Anno internazionale dell'Ecoturismo** per volontà dell'UNEP²⁵, dell' WTO e dell'Internation Ecotourism Society nel Summit che si svolse in Quebec (Canada) tra il 19 e il 22 maggio che si concluse con la *Dichiarazione di Quebec*²⁶. Esprimendo sempre più attenzione alle tematiche legate allo sviluppo economico, gestionale e conservativo dell'ambiente naturale, e definendo l'Ecoturismo e le sue particolarità (Ved. paragrafo 2.2.1). Ulteriore momento significativo fu nel **2003** quando si svolse la **I Conferenza Internazionale su Turismo e Cambiamenti Climatici** dove venne sottoscritta la *Dichiarazione di Djerba*²⁷. Evidenzia lo stretto rapporto tra il turismo e i cambiamenti climatici promuovendo una soluzione dedicata alle ricerche scientifiche così da individuare quelle che fossero le nuove e migliori tecnologie con obiettivo finale quello di provocare un minore impatto sull'ambiente. Con la **II Conferenza Internazionale sul Turismo e Cambiamenti Climatici** si tenne dall'1 al 3 ottobre del **2007** a **Davos** (Svizzera) per volontà della WTO, UNEP e OMM. Il prodotto finale fu la *Dichiarazione di Davos* in cui si ribadisce lo stretto rapporto tra il turismo e i cambiamenti climatici *"The tourism sector has an important place in that framework, given its global economic and social value, its role in sustainable development and its strong relationships with climate"*²⁸ e di come sia necessario rispondere nell'immediato alle conseguenze che tale rapporto comporta mediante la repentina chiamata all'azione degli attori, ovvero protagonisti e promotori del programma tra cui i Governi e le Organizzazioni Internazionali, l'industria del turismo e le destinazioni e i consumatori.



FIG. 2.8 Il conferenza Internazionale sul Turismo e Cambiamenti Climatici, Davos, 2007 https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Davos_2007.jpg

Tra il 27 e il 29 novembre del 2008 si tenne a **Riccione** la **II Conferenza Internazionale sul Turismo Sostenibile e Competitivo** che ebbe come prodotto finale la *Carta di Rimini* la quale *“vuole riservare un’attenzione particolare alla sfida del turismo sostenibile nelle destinazioni turistiche di massa, intese come distretti turistici che attraggono un numero di visitatori assolutamente rilevante rispetto al flusso turistico complessivo”*²⁹. Per arginare le problematiche si sono individuate due macro raccomandazioni che devono essere adottate sia da soggetti pubblici che privati al fine di rendere il settore turistico sempre più inclusivo nei confronti della sostenibilità, dichiarando di destagionalizzare, diversificare e rendere qualitativa l’offerta turistica soprattutto a livello locale. Fondamentale furono le caratteristiche descritte per l’affermazione della sostenibilità, come: *“fare un uso ottimale delle risorse ambientali, che costituiscono un elemento chiave per lo sviluppo del turismo, tutelando il mantenimento dei processi ecologici essenziali e contribuendo a conservare il patrimonio naturale e la biodiversità; rispettare l’autenticità socio-culturale delle comunità ospitanti, promuovere la conservazione del loro patrimonio culturale, materiale ed immateriale, dei loro valori tradizionali, e contribuire alla comprensione e alla tolleranza fra diverse culture; assicurare in un’ottica di lungo termine benefici socio-economici equamente distribuiti a tutte le parti interessate, tra cui la stabilità dell’occupazione; garantire la partecipazione informata di tutte le parti interessate; monitorare in modo costante gli impatti; mantenere un elevato livello di soddisfazione dei turisti aumentando la loro consapevolezza sui temi della sostenibilità.”*³⁰

29. Regione Emilia-Romagna e Comune di Rimini, *Carta di Rimini*, Riccione, 2008, pp.4
<http://www.a21italy.it/medias/AA98D81CB4923DF7.pdf>

30. Regione Emilia-Romagna e Comune di Rimini, *Carta di Rimini*, Riccione, 2008, pp.2
<http://www.a21italy.it/medias/AA98D81CB4923DF7.pdf>

FIG. 2.9
 Locandina II conferenza Internazionale sul Turismo Sostenibile
 Fonte: <https://www.riminibeach.it/eventi/conferenza-turismo-sostenibile-riccione>



31. 1.Crescita economica inclusiva e sostenibile; 2.Inclusività sociale, occupazione e riduzione della povertà; 3. Efficienza delle risorse, tutela ambientale e cambiamento climatico; 4.Valori culturali, diversità e patrimonio; 5.Comprendimento reciproco, pace e sicurezza
<https://www.unwto.org/es/world-tourism-day-2017>

32. <https://www.unwto.org/world-tourism-day-2017responsibletourismpartnership.org>

FIG. 2.10
 Locandina della giornata mondiale per il turismo sostenibile
<https://www.unwto.org/es/world-tourism-day-2017>

Momento fondamentale fu la **70a Assemblea Generale delle Nazioni Unite**, venne designato il **2017** come l’**Anno Internazionale del turismo sostenibile** in seguito all’Assemblea generale delle Nazioni Unite del 22 dicembre 2015 e all’approvazione dell’Agenda ‘30. Consacrò, così, il rapporto tra la sostenibilità e il turismo promuovendo il suo ruolo in cinque aree chiave³¹. Venne organizzato mediante una serie di conferenze come quella tenutasi il 27 settembre **2017** a **Doha** (Qatar) ovvero la **Giornata Mondiale del Turismo**³² intesa come opportunità unica per promuovere la consapevolezza nel viaggiare in modo sostenibile, a rispettare l’ambiente, la cultura e perseverare costantemente nella pace perché solo in questa condizione può fiorire lo sviluppo e il progresso. Successivamente si svolsero altre giornate mondiali de turismo come quella del **2018** sempre legata alle tematiche di sostenibilità e turismo e di come questi siano trasformate e influenzate dai processi digitali. Anche l’edizione del **2020** trattò delle medesime tematiche ma legate alle problematiche sollevate dalla pandemia COVID-19 che ha investito tutto il mondo sollevando nuove domande e problematiche da risolvere che osserveremo successivamente nel particolare.



2.3.1_I programmi europei prima del 2000:

'80

L'Europa e la Commissione Europea cominciarono ad interessarsi alla tematica del turismo legata alla sostenibilità e ad inserirla nei piani a partire da metà degli anni '80 mediante una serie di iniziative e decisioni come la creazione nel dicembre del **1986** di un comitato consultivo nel settore del turismo di cui *"compito del comitato è agevolare gli scambi d'informazione, la consultazione ed eventualmente la cooperazione in materia di turismo ed in particolare in materia di prestazione di servizi turistici."*³³

33. Commissione Europea, *Decisione del consiglio del 22 dicembre 1986 che istituisce una procedura di consultazione e di cooperazione nel settore del turismo (86/664/CEE)*, Gazzetta ufficiale delle Comunità Europee, N.L. 384/52, 31/12/86, Art.2 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/>

33. Commissione delle Comunità Europee, *1990, Anno Europeo del Turismo*, Schede Europee, Febbraio 1990, 2/90, pp. 8 <https://op.europa.eu/it/publication-detail/-/publication/b1882186-1e9e-4a93-bb66-8ef58647b629PDF/?uri=CELEX:31986D0664&from=ENresponsibiletourismpartnership.org>

33. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e6829951-2523-4667-bea9-0297aabc1a66/language-en>

34. Roberto Gemmiti, *Ecoitalia 21, Principi, strumenti, tecniche per lo sviluppo sostenibile in Italia. Una griglia di lettura a supporto delle politiche regionale*, Dicembre 2020, pp. 28 https://web.uniroma1.it/memotef/sites/default/files/Ecoitalia21_2001.

Il piano, che venne redatto per l'occasione fu *"consapevole dell'importanza del turismo nell'economia europea e del suo ruolo sempre più rilevante nella prospettiva del grande mercato e dell'Europa dei cittadini"*³³ e proprio per questo vennero definiti gli obiettivi, come *"l'agevolazione del turismo intracomunitario, la promozione del turismo in Europa, il miglioramento del contesto in cui lavorano gli operatori collegati al turismo, una distribuzione più razionale stagionale e geografica del turismo e una più approfondita conoscenza del settore"*³³, che dovevano imporsi come continuativi e rappresentare una strategia da attuare per consolidare il turismo. Altro cambiamento che segnò il settore fu l'**Action Plan to Assist Tourism**,³³ adottato dal Consiglio il 13 luglio **1992**, ovvero un programma di finanziamento biennale per progetti incentrati sul turismo sostenibile, rurale, culturale, sociale e dei giovani con attenzione sulla conoscenza, la misurazione e i finanziamenti del settore. Da questo si istituirono due azioni specifiche: l'istituzione nel 1995 del premio europeo per il turismo e l'ambiente per quelle mete che riuscivano a dimostrare ottime capacità nella gestione, nello sviluppo, nella programmazione e nella pianificazione del settore. la selezione di otto progetti che avevano come tematica principale i visitatore e la gestione di questi³⁴. Altro passo fondamentale fu la pubblicazione nel **1995** del **Green Paper** in seguito ad un incontro tra i Ministri Europei del turismo e la volontà dell'U.E. di aprire un dibattito in merito alla tematica sempre più preponderante del turismo.

'90

Con gli anni '90 si ebbe un radicale cambiamento grazie al processo della globalizzazione e alla concorrenza con i paesi asiatici chediedero all'Europa una nuova spinta originando nuove riflessioni sul settore turistico. Un chiaro e forte segnale di cambiamento fu la scelta da parte del Consiglio dei Ministri Europei di riunirsi e dichiarare il **1990** come l'**Anno del Turismo** in quanto si stava anche cominciando a considerare il settore come una colonna portante nell'ambito economico, culturale e politico.

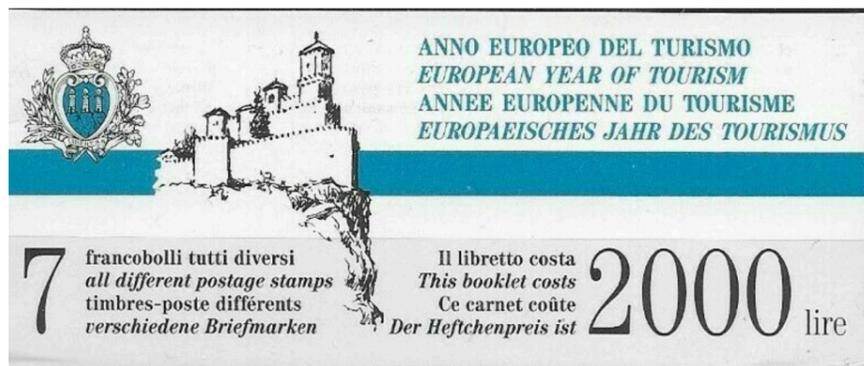


FIG. 2.11
Libretto di francobolli per l'Anno Europe del Turismo, San Marino <https://picclick.it/SAN-MARINO-libretto-1990-anno-europeo-del-turismo-224455876650>.



FIG. 2.12
Copertina del Green Paper, 1995
Fonte: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/ad1d6f21-0b2e-423f-9301-c608035e906f>

L'obiettivo principale fu quello di aprire un ampio dialogo tra gli attori interessati, sia pubblici che privati, in merito al tema principale delineando quindi degli obiettivi fondamentali dalla quale scaturirono 13 linee di azione così da stimolare l'intera comunità ad impegnarsi nel compiere queste e trasformarle in progetti concreti³⁵.

In seguito, sul piano operativo, per volontà dell'UE si inaugurò il primo programma pluriennale in favore del settore turistico europeo chiamato **Philoxenia (1997-2000)** reso necessario per definire delle linee guide comunitarie e precise su come affrontare l'ingente crescita del settore turistico. L'obiettivo principale fu quello di *"promuovere la qualità e la competitività del turismo europeo per contribuire alla crescita e all'occupazione"* fatto mediante l'individuazione di quattro obiettivi intermedi, ovvero: *"A. miglioramento delle conoscenze in materia di turismo; B. miglioramento del contesto legislativo e finanziario per il turismo; C. miglioramento della qualità del turismo europeo; D. aumento dei turisti di paesi terzi"*³⁶. Fondamentale fu il punto C del documento in quanto si dedicava interamente alla tematica del turismo sostenibile, ormai presente nelle quotidiane discussioni internazionali. La Commissione individua tre azioni su cui intende concentrarsi per promuoverlo come: *"sostegno alle iniziative locali dirette ad una sana gestione dei flussi di visitatori e promozione del loro collegamento; sostegno dell'attuazione di sistemi di gestione delle strutture turistiche compatibili con l'ambiente; organizzazione di un premio europeo Turismo e Ambiente (biennale)"*³⁷.

Ma le prime vere applicazioni interessarono in primo luogo la valorizzazione turistica delle aree protette con la formazione del FNNPE³⁸ che, mediante le legislazioni sulla sostenibilità già in corso, produsse uno dei documenti più celebri, la **Carta Europea del Turismo Sostenibile nelle Aree Protette** nel 1999 sulla scia delle raccomandazioni dell'Agenda 21, in occasione del Summit della Terra a Rio de Janeiro nel 1992, e nel VI programma di Azione Ambientale e Strategia per lo Sviluppo Sostenibile sotto. Contiene le linee-guida e i principi, rappresentando uno strumento prettamente pratico per la gestione del turismo sostenibile e delle aree interessate.

35. Commissione Europea, *Libro verde sull'innovazione*, Documento redatto sulla base del documento COM(95) 688 def, Bollettino dell'Unione Europea, Supplemento 5/95, pp.6 obiettivi, da pp.53 a pp.62 linee d'azione <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/ad1d6f21-0b2e-423f-9301-c608035e906f>

36. Commissione delle Comunità Europee, *Proposta di decisione del consiglio relativa a un primo programma pluriennale a favore del turismo europeo Philoxenia (1997-2000)*, COM (96) 168 def., 96/0127 (CNS), Bruxelles, 30/04/1996, pp.6 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/>

37. Commissione delle Comunità Europee, *Proposta di decisione del consiglio relativa a un primo programma pluriennale a favore del turismo europeo Philoxenia (1997-2000)*, Commissione delle Comunità Europee, COM (96) 168 def., 96/0127 (CNS), Bruxelles, 30/04/1996, pp.16 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/>

38. *Federation of Nature Parks of Europe; attualmente EUROPARC. E' un organo rappresentativo delle aree protette europee, naturali e paesaggistiche mediante la cooperazione internazionale e lo scambio di idee ed esperienze* <https://www.europarc.org/about-us/>

39. *Carta Europea del Turismo Sostenibile nelle Aree Protette*, La Carta, revisionato dalla Federazione EUROPARC nel 2007 e nel 2010, pp. 4 <http://www.parks.it/federparchi/PDF/IT.LaCarta.pdf>

La Carta rappresenta un innovativo strumento con importantissime novità come una nuova definizione di turismo sostenibile: *qualsiasi forma di sviluppo, pianificazione o attività turistica che rispetti e preservi nel lungo periodo le risorse naturali, culturali e sociali, e che contribuisca in modo equo e positivo allo sviluppo economico ed alla piena realizzazione delle persone che vivono, lavorano e soggiornano nelle aree protette*³⁹. Per mettere in pratica questa forma di turismo è necessario porre al centro della questione la collaborazione tra gli attori in modo da sviluppare una strategia che si basi sul singolo caso mediante un'analisi approfondita, che segue fondamentalmente 5 principi generali che definiscono e riconoscono quelle che sono la gestione e lo sviluppo del turismo sostenibile. La Carta rappresenta uno strumento di gestione pratica delineando tre elementi su cui operare: la prima parte, nonché quella fondamentale, si rivolge alle Destinazioni Sostenibili ovvero quei contesti geografici in cui ricade un'area protetta. La seconda parte si rivolge ai partner sostenibili ovvero alle aziende locali che operano nel settore mentre la terza parte ai tour operator e le agenzie che si occupano del turista una volta giunto a destinazione.

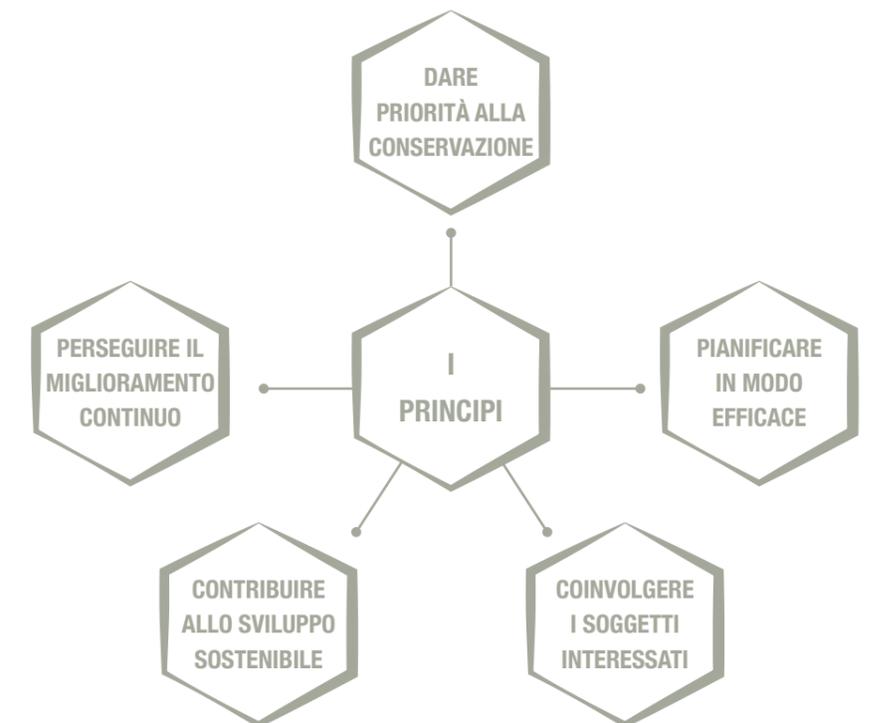


FIG. 2.13 Rielaborazione personale dei principi della Carta del Turismo sostenibile

2.3.2_ I programmi europei dopo il 2000:

'00

Nel 2003 la Commissione Europea pubblicò la comunicazione *Orientamenti di base per la sostenibilità del turismo europeo* in cui si trattò del turismo sostenibile in base agli attori coinvolti, le politiche in atto, le condizioni e le problematiche in cui riversa il settore cercando, di definire delle operazioni, istituendo un gruppo, denominato TSG, che *“avrà il compito di delineare un quadro d'azione particolareggiato che assegni attività specifiche alle singole parti interessate e comprenda i tempi concordati per l'attuazione.”*⁴⁰

Il gruppo costituito diede una svolta definitiva nel febbraio del 2007 con la pubblicazione del rapporto finale ovvero l'**Azione per un Turismo Europeo più Sostenibile** interamente sostenuta dal filo conduttore la relazione tra turismo e sostenibilità. Ma, questo rapporto, può avere sia un aspetto negativo, *“se mal pianificato o eccessivamente sviluppato, il turismo può distruggere tali caratteristiche speciali che sono essenziali per lo sviluppo sostenibile”*, mentre può avere un lato positivo in quanto *“può fornire impulso alla loro conservazione e promozione – in modo diretto, tramite la promozione della consapevolezza e la creazione del reddito necessari a sostenerle, e in modo indiretto, fornendo una giustificazione economica al supporto da parte di terzi.”* quindi, il rapporto diventa necessario in quanto *“rendere il turismo più sostenibile contribuirà in modo significativo alla sostenibilità della società europea”*⁴¹. Il rapporto delinea 8 obiettivi da perseguire mediandoli in un'unica definizione: *“L'obiettivo globale per il settore turismo è rimanere competitivo e allo stesso tempo adottare la sostenibilità, riconoscendo che, a lungo andare, la competitività dipende dalla sostenibilità. Dovremmo continuare a perseguire lo sviluppo turistico, ma, per farlo, sarà forse necessario cambiare gli schemi di consumo e produzione del turismo. Si dovrebbe porre l'accento sulla tutela ambientale e l'aumento dei proventi del turismo, ma con costi più bassi per l'ambiente e per le nostre culture particolari, e con un valore più alto per la società.”*⁴²

40. Commissione delle Comunità Europee, *Comunicazione della commissione consiglio, al parlamento, al comitato economico e sociale europeo (e al comitato delle regioni), Orientamenti di base per la sostenibilità*, COM (2003) 716 definitivo, Bruxelles, 21/11/2003, pp.3
<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2003:0716:FIN:IT:PDF>

41. Rapporto del Gruppo per la sostenibilità del Turismo, *Azione per un Turismo Europeo più sostenibile*, Febbraio 2007, pp.2
<http://www.sinanet.isprambiente.it/gelso/files/azione-per-un-turismo-europeo.pdf>

42. Rapporto del Gruppo per la sostenibilità del Turismo, *Azione per un Turismo Europeo più sostenibile*, Febbraio 2007, pp.5
<http://www.sinanet.isprambiente.it/gelso/files/azione-per-un-turismo-europeo.pdf>

FIG. 2.14

Rielaborazione personale degli obiettivi chiave per la sostenibilità nello sviluppo europeo

43. Commissione delle comunità europee, *Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo*, Comunicazione della commissione, COM(2007) 621 definitivo, Bruxelles, 19.10.2007
<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/.do?uri=COM:2007:0621:FIN:IT:PDF>

44. <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/it/sheet/5/il-trattato-di-lisbonaTXTdo?uri=COM:do?uri=COM:2007:0621:FIN:IT:PDF>

| | |
|---|---|
| OBBIETTIVO 1 | Ridurre il carattere stagionale della domanda |
| Affrontare l'impatto dei trasporti turistici | OBBIETTIVO 2 |
| OBBIETTIVO 3 | Migliorare la qualità del lavoro turistico |
| Mantenere e incrementare la prosperità e la qualità della vita della comunità nonostante i cambiamenti | OBBIETTIVO 4 |
| OBBIETTIVO 5 | Minimizzare l'uso delle risorse e la produzione di rifiuti |
| Conservare e dare valore al patrimonio naturale e culturale | OBBIETTIVO 6 |
| OBBIETTIVO 7 | Vacanze per tutti |
| Usare il turismo come strumento per lo sviluppo sostenibile globale | OBBIETTIVO 8 |

Nell'ottobre dello stesso anno, in seguito al **IV Forum europeo sul turismo e sostenibilità**, venne redatto il documento denominato *Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo* che divenne un vero e proprio strumento operativo basato sulla rapporto finale redatto dal TSG ma rappresentando un passo avanti cercando di dare un contributo reale verso la creazione di una prosperità proficua locale. La Commissione con l'aiuto del gruppo si impegna a delineare delle linee guida generali che tutti dovranno rispettare e che dovranno essere costantemente monitorare⁴³. Quello che ha segnato un drastico cambiamento nella legislazione e regolamentazione a livello Europeo fu il **Trattato di Lisbona**⁴⁴, entrato in vigore il 1 dicembre del 2009 in seguito ad un lunghissimo iter. Fondamentale in quanto introduce notevoli cambiamenti, come la sostituzione del termine comunità con unione, la creazione di una nuova struttura istituzionale e modificazione del processo decisionale con la partecipazione più attiva dei cittadini e chiarisce quelle che sono le diverse competenze e la loro divisione.

Il trattato specifica la divisione delle competenze tra Parlamento e Consiglio, indirizzando le politiche successive su tre assi fondamentali: cooperazione tra i vari attori, sostegno alle imprese e indirizzi ben precisi.

'10

L' applicazione delle nuove politiche dell'Unione si ripercuotono nel giugno del **2010**, in seguito a un difficile situazione dovuta dall'eruzione del vulcano Eyfajöll, alle ripercussioni della crisi economica del 2008 e allo stop del traffico aereo a causa di nuvole di ceneri e vulcaniche. Venne presentata dalla Commissione europea una comunicazione denominata *Un nuovo quadro politico per il turismo europeo* che intendeva "favorire un approccio coordinato alle iniziative in materia di turismo e definire un nuovo quadro d'azione per rafforzare la sua competitività e la sua capacità di crescita sostenibile"⁴⁶. Nel documento si delineano le azioni verso turismo ritenute necessarie in seguito alla conferenza tenutasi a **Madrid** il 14 aprile **2010** alla quale seguì la *Dichiarazione di Madrid* che "sottolinea una serie di raccomandazioni relative all'attuazione di una politica europea del turismo consolidata, sottolinea la necessità di rafforzare la competitività sostenibile di questo settore e riconosce il valore aggiunto dell'azione dell'UE a favore del turismo, azione che completa positivamente le iniziative degli Stati membri mediante un approccio integrato al turismo"⁴⁷. Le azioni principali in favore del turismo furono essenzialmente 4, che si espansero in 21 azioni mirate e concrete. Nonostante gli obiettivi identificati non siano cambiati si sentì la necessità di adottare una nuova strategia soprattutto in seguito all'approvazione de quadro finanziario pluriennale 2014-2020 culminata in una Risoluzione denominata *Nuove sfide e strategie per promuovere il turismo in Europa* stilata il 29 ottobre **2015** da parte del Parlamento Europeo alla Commissione per invitarli a definire nuove azioni da intraprendere implementando quelle già individuate. Il prodotto finale consistette in 8 azioni possibili e sfruttabili.

45. Rapporto del Gruppo per la sostenibilità del Turismo, *Azione per un Turismo Europeo più sostenibile*, Febbraio 2007, pp.5
<http://www.sinanet.isprambiente.it/gelso/files/azione-per-un-turismo-europeo.pdf>

46. Commissione Europea, *L'Europa, prima destinazione turistica mondiale-un nuovo quadro politico per il turismo europeo*, COM(2010) 352 definitivo, Bruxelles, 30/06/2010, pp.2
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0352&from=EN>

47. Commissione Europea, *L'Europa, prima destinazione turistica mondiale-un nuovo quadro politico per il turismo europeo*, COM(2010) 352 definitivo, Bruxelles, 30/06/2010, pp.7
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0352&from=EN>

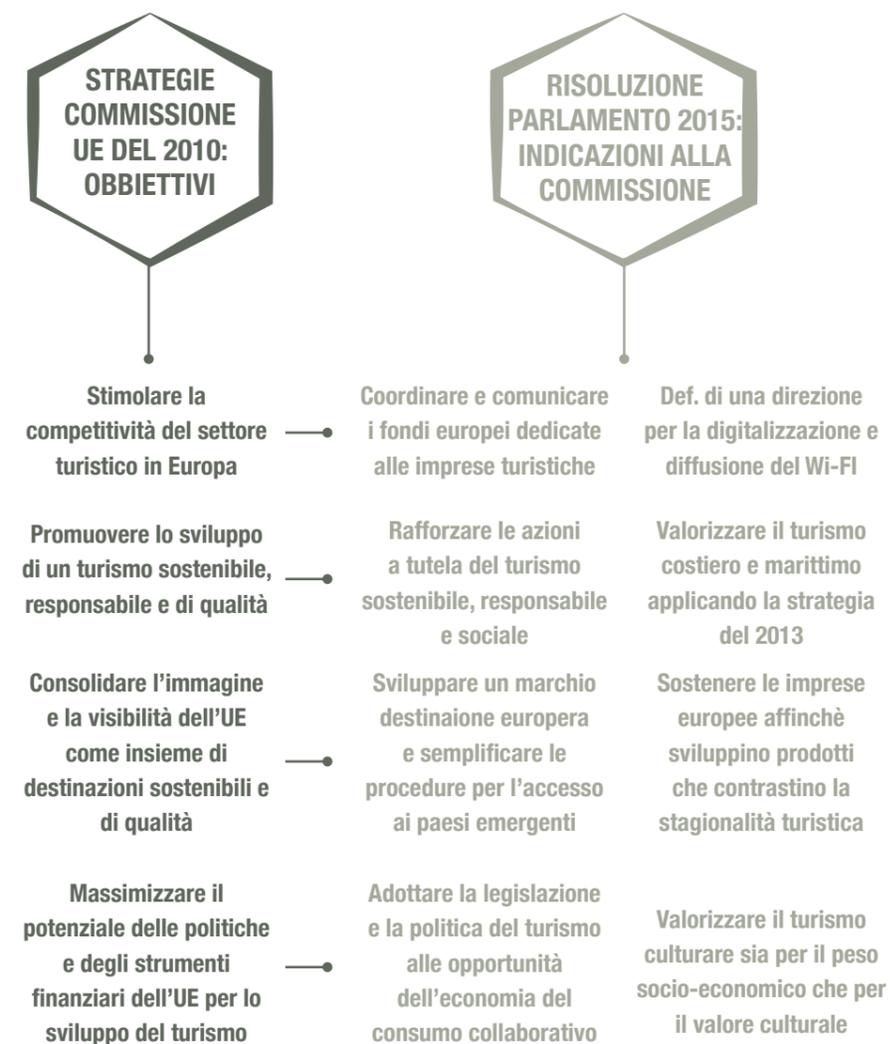


FIG. 2.15 Rielaborazione personale degli obiettivi intrapresi dalla commissione europea nel 2010 e le relative risoluzioni intraprese dal parlamento europeo nel 2015

48. <https://ecty2018.org/>

In base all'esigenza di nuove azioni da parte dell'UE in materia di turismo nel luglio del **2016**, e in seguito ad un incontro tra l'allora presidente della Commissione Europea Jean-Claude Juncker e il premier cinese Li Keqiang, si decise che il **2018** sarebbe stato l'**Anno del turismo UE-Cina (ECTY)**⁴⁸ in modo da permettere un aumento del flusso di viaggiatori cinesi verso l'UE, oltre che fornire opportunità di investimento dell'UE in Cina e migliorare la comprensione culturale. Così il 28 febbraio 2018 il presidente del Parlamento europeo Antonio Tajani e il Segretario generale del UNWTO Zurab Pololikashvili firmano un protocollo d'intesa con l'obiettivo di incrementare la cooperazione tra le due e procedere verso uno sviluppo del settore

turistico, come viene espresso dalle parole stesse dell'ex numero uno del PE Antonio Tajani: "Nei prossimi 10 anni, il turismo può creare oltre 5 milioni di nuovi posti, anche grazie al raddoppio del numero di viaggiatori che supererà i 2 miliardi. E' un'occasione che l'Europa non può sprecare per dare prospettive alle nuove generazioni e rafforzare altri comparti strategici, quali trasporti, commercio, alta gamma, cantieristica navale, costruzioni, agroalimentare o industrie culturali e creative" inoltre si sottolinea come sia "necessario lavorare, anche con il UNWTO, per rafforzare competitività, formazione, affrontando le sfide della digitalizzazione e promuovendo l'Europa come prima destinazione mondiale"⁴⁹.



Il 19 marzo 2019 a Bruxelles si tenne la **Conferenza sul Turismo**⁵⁰ e il documento pubblicato nell'ottobre del 2019 dal Parlamento europeo *Turismo europeo: sviluppo recenti e sfide future*⁵¹. La conferenza è servita per discutere e mostrare il valore dei progetti turistici in atto, stimolando la cooperazione, la partecipazione e una riflessione sui possibili futuri progetti, mentre il documento si pone come obiettivo fondamentale quello di analizzare ed esaminare la situazione attuale individuando quelle che saranno le sfide future che si evidenziano in 6 obiettivi specifici. In seguito a questi piani la ripartenza per formularne ulteriore è stata molto difficoltosa a causa della pandemia da Covid-19 che ha investito tutto il mondo facendo emergere nuove problematiche da affrontare e mettendo il settore del turismo in netta difficoltà.

49. Asa, Ue, Tajani firma protocollo con UNWTO e inaugura evento anno del Turismo Ue-Cina, 28 febbraio 2018 <https://agcult.it/a/2657/2018-02-28/ue-tajani-firma-protocollo-con-unwto-e-inaugura-evento-anno-del-turismo-ue-cina>

FIG. 2.16
Simbologia dell'Anno del turismo Cina Europa, 2018

50. https://ec.europa.eu/growth/content/showcase-conference-tourism_en

51. Dipartimento tematico Politica strutturale e di coesione, Weston et al. *Turismo europeo: sviluppo recenti e sfide future*, Direzione generale delle Politiche interne, PE 629.200; Ottobre 2019 [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629200/IPOL_S TU\(2019\)629200\(SUM01\)_IT.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629200/IPOL_S TU(2019)629200(SUM01)_IT.pdf)

2.3.3_ Gli strumenti comunitari per certificare gli impatti sull'ambiente

Fondamentali nel settore turistico sono le certificazioni ambientali riconosciute a livello comunitario in quanto, essendo strumenti, servono per garantire una certa qualità offrendo delle garanzie dal punto di vista della tutela ambientale. Non risultano essere obbligatorie in quanto nessuna legislazione le impone ma sono fortemente consigliate nelle singole imprese per stabilire delle scelte strategiche congrue agli obiettivi finali.

Il primo strumento indispensabile è il **VIA**⁵² (Valutazione di impatto ambientale) / **EIA** (Environmental Impact Assessment) è una procedura che ha la finalità di assicurarsi che l'attività antropica sia compatibile con lo sviluppo sostenibile perseguito muovendosi sempre nei termini del rispetto e della salvaguardia dell'ambiente distribuendo in maniera egualitaria le risorse. La procedura del VIA si struttura sul principio dell'azione preventiva secondo cui è sempre meglio prevenire i probabili effetti negativi di un progetto piuttosto che combattere quelli successivi.

Altro strumento essenziale per valutare l'impatto ambientale del progetto è il **VAS**⁵³ (Valutazione Ambientale Strategica) / **SEA** (Strategic Environmental Assessment) è una procedura che ha come finalità la verifica della coerenza con le proposte fatte nei precedenti piani in materia di sostenibilità, capendo quindi quali saranno le scelte e le modifiche che tali piani porteranno sul territorio.

Quindi per concretizzare realmente questi obiettivi di sostenibilità e perseguire gli obiettivi imposti dai Programmi comunitari di Azione per l'ambiente si sono introdotti degli strumenti appositi che si dividono essenzialmente in due gruppi ovvero i sistemi di Gestione Ambientale tra cui il più celeberrimo è l'**EMAS** e le certificazioni di prodotto tra cui **ECOLABEL** prefiggendosi, entrambi, l'obiettivo di promuovere lo sviluppo economico in armonia con l'ambiente in cui si inserisce.

52. nata negli USA nel 1969, introdotta nella Comunità Europa con Direttiva Comunitaria 85/337/CEE e recepita in Italia con la Legge n.349 dell'8 luglio 1986 <https://www.isprambiente.gov.it/it/attivita/autorizzazioni-e-valutazioni-ambientali/valutazione-di-impatto-ambientale-via>

53. introdotta nella Comunità Europea dalla Direttiva 2001/42/CE e recepita in Italia con il D.lgs. 3 aprile <https://www.isprambiente.gov.it/it/attivita/autorizzazioni-e-valutazioni-ambientali/valutazione-ambientale-strategica-vas>

Il primo, Eco-Management and Audit Scheme, è un sistema a cui possono accedere volontariamente imprese e organizzazioni che si trovano sul suolo comunitario che hanno il desiderio di valutare e migliorare il proprio impatto in termini ambientali⁵⁴. Mentre il secondo è un'etichetta ecologica o marchio di qualità volontario che contraddistingue quelli che sono i prodotti e servizi che garantiscono alti standard pur mantenendo un basso impatto ambientale durante il loro ciclo di vita il tutto garantito dall'attenta selezione di determinati criteri, definiti su base scientifica e su certificazioni fatte da enti indipendenti ed estremamente competenti⁵⁵.



Performance,
Credibility,
Transparency

54. Disciplinato dal regolamento n.1221 del 2009
<https://www.isprambiente.gov.it/attivita/certificazioni/emas/il-regolamento-emas>
https://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.html.pdfcina52010DC0352&from=EN

55. Disciplinato dal Regolamento (CE) n.66/2010 e modificato dal Regolamento (EU) n. 782/2013
<https://www.isprambiente.gov.it/attivita/certificazioni/ecolabel-ue>

FIG. 2.17
Logo dell'EMAS



FIG. 2.18
Logo ECOLABEL

2.4.1_I momenti fondamentali del turismo sostenibile in Italia

L'Italia è un paese ricco di storia e patrimonio in tutte le sue declinazioni e per questo risulta essere una delle mete preferite dai turisti, i quali non ricercano più solo la bellezza ma un'esperienza completa che comprenda una qualità dell'ambiente alta e un viaggio totalmente immersivo nella cultura locale e nelle tradizioni virando quindi verso un turismo definito sostenibile, infatti nel corso degli anni la domanda verso questa tipologia di turismo è costantemente in crescita nonostante gli obiettivi da raggiungere siano ancora molteplici. Rispetto a queste tematiche l'Italia è stata una delle prime a contraddistinguersi sul panorama internazionale nella formazione di movimenti locali volti a dare un impatto evidente sul settore e a promuovere i propri modelli i quali fungeranno da base per le politiche successive. Come descritto da Duccio Canestrini nel suo libro *Andare a quel paese - Vademecum del turista responsabile* il dibattito sul turismo sostenibile si fece sempre più attivo a partire dagli anni '90, con la questione dei danni ambientali che si stava facendo sempre più incalzante, con la creazione del Comitato Etico Internazionale Turismo e Ambiente su iniziativa del Touring Club Italiano mediante l'inserimento di figure autorevoli in materia sul panorama nazionale. Ma nell'anno successivo, **1991**, venne fondata a **San Rocco di Camogli** (GE) la prima vera associazione a proporre uno stile di viaggio alternativo chiamata con l'acronimo **RAM** (Roba dell'Altro Mondo) dal quale nacque il *Centro di Attenzione al Turismo* che ebbe un ruolo fondamentale nella creazione del *Forum Italiano sul Turismo Responsabile* ovvero un organismo in grado di promuovere una tipologia di turismo molto più attento e partecipato. A partire dal **1994** sino al **1997**, grazie al lavoro condiviso del forum e della neonata **Associazione Italiana Turismo Responsabile** (AIRT), si firmò l'importantissima *Carta d'identità per viaggi sostenibili* di cui se ne sentì la necessità in seguito al potente mercato che stava divenendo il turismo e al suo conseguente impatto e quindi segnalare quali fossero i danni che stava provocando sull'ambiente e sulla

popolazione. Sii decise di operare seguendo quattro principi ispiratori: 1. sviluppare una più oculata attenzione al rapporto tra turista, l'industria stessa e le comunità ospitanti in modo da favorire un migliore interscambio; 2. l'utente deve essere consapevole del proprio ruolo così da poter migliorare la propria condizione e la qualità dei luoghi e dei servizi visitati; 3. cercare di ridurre al minimo l'impatto del turismo, sia ambientale che socioculturale, nei luoghi di destinazione; 4. rispettare la volontà delle comunità stesse su come impiegare le proprie risorse e servizi come meglio credono nell'industria del turismo.⁵⁶ Nella Carta, inoltre, si vanno ad indicare delle specifiche raccomandazioni che hanno come principali destinatari i viaggiatori, gli organizzatori e le comunità ospitanti e ad ognuna di queste categorie vengono rivolti dei consigli che si riferiscono alle tre fasi che delineate nell'esperienza turistica quali il prima, durante e dopo il viaggio.

56. <http://www.filcams.cgil.it/turismo-responsabile-carta-didentita-per-viaggi-sostenibili/>

1. Promuovere l'utilizzo della partecipazione e rafforzare e costruire partenariati attivi
2. Promuovere e rafforzare la gestione, la progettazione e la pianificazione integrata e sostenibile
3. Mantenere l'impegno internazionale e locale per lo sviluppo e l'utilizzo di strumenti di analisi a supporto della devisione dell'azione
4. Rafforzare le capacità dei governi locali
5. Attuare azioni specifiche centrate sulla mobilità
6. Promuovere alternative sostenibili per il turismo stagionale di massa
7. Promuovere strumenti economici
8. Assicurare e promuovere una buona gestione ambientale e sociale delle destinazioni e infrastrutture turistiche
9. Rafforzare le attività finalizzate alla sensibilizzazione di imprese turistiche, dei tour operatori e dei turisti

FIG. 2.19
Rielaborazione personale delle raccomandazioni da tenere da parte del turista nella Carta d'identità per i viaggi sostenibili

Altro momento fondamentale per il turismo sostenibile in Italia fu il **2001** in quanto avvennero degli eventi che segnarono un punto di svolta di tale materia. In primo luogo venne organizzata, dal 28 al 30 giugno, la **Seconda Conferenza Internazionale a Rimini** con la conseguente stesura della *Carta di Rimini per il Turismo Sostenibile*. Venne scelta proprio la celeberrima cittadina romagnola perché divenuta meta principale del turismo sia nazionale che internazionale e quindi luogo perfetto per mettere in luce quali fossero le problematiche di un turismo di massa sottolineando, quindi, la necessità di un'azione concreta in modo da agire alla continua crescita della domanda e offerta turistica e cercarne di limitarne al meglio le possibili conseguenze disastrose mediante una serie di raccomandazioni mirate a tale scopo. La provincia di Rimini e il comune di Calvià (Spagna), essendo due mete tipiche del turismo di massa, di comune accordo, scelsero di indirizzarsi verso un modello di sviluppo sostenibile, così da valorizzare e armonizzare lo sviluppo economico, sociale e la salvaguardia dell'ambiente mediante il progetto **LIFE-Ambiente Strategie e Strumenti per un turismo sostenibile nelle aree costiere del Mediterraneo** in cui si andarono a individuare le strategie e gli strumenti per uno sviluppo sostenibile mediante tre macro obiettivi: *“integrare turismo e strategie ambientali europee, a partire dalla elaborazione ed implementazione dei Piani ICZM (Integrated Coastal Zone Management) di Rimini e Calvia; migliorare le performance migliorare le performance ambientali della filiera del prodotto turistico, in direzione della applicazione dei marchi di qualità ambientale, a partire dagli albergatori, tenendo conto delle loro specifiche caratteristiche ed esigenze economiche; sensibilizzare il mercato turistico sui benefici del turismo sostenibile, al fine di coinvolgere Tour Operator e turisti in un circolo virtuoso di miglioramento progressivo delle località di vacanza e dell'aumento del grado di soddisfazione.”*⁵⁷. Per far sì che questi obiettivi si concretizzassero sono seguite due linee guida principali la prima riguardava la decisione e la messa in campo di metodi, strategie e strumenti atti alla realizzazione degli obiettivi prefissati; la seconda,

57. LIFE00 ENV/IT/000167, *Strategie e strumenti per un turismo sostenibile nelle aree costiere del Mediterraneo*, Relazione Divulgativa, Relativa alle attività svolte dal 30/11/00 al 31/10/03, 30/01/04, pp.4

in stretta connessione con la prima, era atta alla revisione dei risultati, della ricerca di stakeholder e al coinvolgimento delle comunità locali. Sia la conferenza che il progetto diedero così vita a una nuova consapevolezza del ruolo del turista e delle modalità di viaggio tanto da stilare quelle che vengono chiamate *Le 10 regole d'oro del turista sostenibile* utili per delineare anche al grande pubblico in che direzione si stessero muovendo le nuove tendenze e consapevolezze.

10 REGOLE D'ORO DEL TURISTA SOSTENIBILE

1. **Ricerca strutture ricettive impegnate nella diminuzione dell'impatto ambientale**
2. **Selezionare tour operator coscienti dell'impatto ambientale del turismo**
3. **Preferire mezzi di trasporto meno inquinanti per raggiungere la località della vacanza**
4. **Utilizzare durante la vacanza mezzi di trasporto collettivi ed ecologici come la bicicletta**
5. **Produrre meno rifiuti e concorrere alla loro raccolta differenziata**
6. **Ridurre i consumi di acqua**
7. **Contenere il consumo di energia**
8. **Privilegiare l'acquisto di prodotti di artigianato locale e delle specialità gastronomiche locali**
9. **Adoperarsi attivamente per il rispetto dell'ambiente nelle località visitate**
10. **Proporre consigli e suggerimenti per il miglioramento ambientale dei luoghi di vacanza**

FIG. 2.20
Rielaborazione personale
delle dieci regole d'oro per
il turista sostenibile

58. Legge 29 marzo 2001, n.135; Riforma della legislazione nazionale del turismo; Art. 1, (Principi) https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?attoDataPubblicazioneGazzetta=2001-04-20&attoDiceRedazionale=001G0187&elenco30giorni=false

59. Legge 29 marzo 2001, n.135; Riforma della legislazione nazionale del turismo; Art. 1 (Principi); punto C https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?attoDataPubblicazioneGazzetta=2001-04-20&attoDiceRedazionale=001G0187&elenco30giorni=false

60. Legge 29 marzo 2001, n.135; Riforma della legislazione nazionale del turismo; Art. 3 (Conferenza nazionale del turismo); punto 1 https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?attoDataPubblicazioneGazzetta=2001-04-20&attoDiceRedazionale=001G0187&elenco30giorni=false

61. <https://www.turismo.eniculturali.it/turismo-sostenibile-la-via-italiana/stati-general-del-turismo-sostenibile/>

Altro avvenimento importante, sempre nel **2001**, fu dal punto di vista legislativo con la modifica del **titolo V della Costituzione** con cui si è andato a trasformare tutto l'assetto del governo territoriale ripartendo il potere legislativo e finanziario ai vari enti che presiedono sul territorio rendendole più autonome e libere dal potere centralizzato; mentre in materia turistica la vera rivoluzione si ebbe con la nuova Legge Quadro L.135 del 29 marzo 2001, la quale abroga e sostituisce la vecchia legge quadro n.217 del 17 maggio 1983. La nuova legge quadro intende definire *"i principi fondamentali e gli strumenti della politica del turismo"*⁵⁹ basandosi sugli articoli 117 e 118 della Costituzione e così riconoscendo, finalmente, il potente ruolo strategico del turismo dal punto di vista economico e culturale ritenendolo una risorsa e un potente strumento di sviluppo del territorio mediante la *"tutela e valorizzazione delle risorse ambientali, i beni culturali e le tradizioni locali anche ai fini di uno sviluppo turistico sostenibile"*⁶⁰. Ulteriore novità sono anche la nuova divisione delle competenze dettata mediante l'art. 2 e la formazione, come si osserva nell'art.3 della nuova Conferenza Nazionale del turismo con vari compiti tra cui *"la definizione e gli aggiornamenti del documento contenente le linee guida (...) lo scopo di verificare l'attuazione delle linee guida, con particolare riferimento alle politiche turistiche e a quelle intersettoriali riferite al turismo, e di favorire il confronto tra le istituzioni e le rappresentanze del settore."*⁶⁰. Con l'art.4 e art.5 si dà importanza al turista e al sistema turistico locale; infine con l'art. 6 viene istituito il fondo di cofinanziamento dell'offerta turistica e definita la ripartizione dei fondi del settore. Fondamentale passo avanti fu l'**assemblea degli Stati Generali del Turismo Sostenibile**, dal 1 al 3 ottobre del **2015** a **Pietrarsa** rappresentando il momento in cui esperti, tecnici e associazioni varie si incontrarono e confrontarono per gettare le basi per il nuovo piano nazionale per il turismo italiano mediante le parole introduttive del Ministro Dario Franceschini dichiarò l'apertura di *"nuova stagione nel turismo italiano, destinata a portare innovazione attraverso un percorso partecipato che individui le necessità del territorio e spinga con forza la vocazione italiana del turismo verso i temi della sostenibilità."*⁶¹

Al turismo si richiede di avere un ruolo centrale ed essere un mediatore e integratore tra le differenti componenti tra cui la natura ambientale, di mobilità, sostenibilità economica, accessibilità ecc... In seguito all'assemblea degli Stati Generali e alla proclamazione da parte dell'UNWTO del **2017** come **Anno del Turismo Sostenibile** venne elaborato e approvato il **Piano Strategico del Turismo**, per il periodo 2017-2022 mediante l'atto di Governo n.372, che *"intende promuovere una nuova modalità di fruizione turistica del patrimonio del nostro Paese, basata sul rinnovamento e ampliamento dell'offerta turistica delle destinazioni strategiche e sulla valorizzazione di nuove mete e nuovi prodotti, per accrescere il benessere economico, sociale e sostenibile"*⁶².

62. Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, *Piano strategico di sviluppo del turismo*, pp.8 https://www.turismo.beniculturali.it/wp-content/uploads/2017/07/Piano-Strategico-del-Turismo_2017_IT.pdf



FIG. 2.21
Logo anno internazionale del turismo sostenibile, 2017

Quindi il piano propone di essere un *"sistema organizzato"* partendo da una visione per il rilancio dell'Italia mediante quattro macrocategorie (territorio e patrimonio, il turista al centro, competitività e lavoro e integrazione e interoperabilità), seguito da 4 grandi obiettivi generali declinati in obiettivi specifici e definendo delle linee di intervento finalizzate al raggiungimenti dell'obiettivo specifico mediante delle azioni apposite il tutto sempre tenendo conto dei tre principi strategici: **SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE, ACCESSIBILITÀ**

Dall'assemblea e da Piano scaturirono diverse iniziative tra cui la tematizzazione dei diversi anni per portare l'attenzione su determinate tematiche, infatti il 2016 fu l'anno dei Cammini d'Italia dal quale ne scaturì l'Atlante dei Cammini, mentre il 2017 fu l'anno dedicato ai Borghi, il 2018 fu la volta del cibo, il 2019 fu l'anno del turismo lento mentre il 2020 è stato l'anno delle tratte ferroviarie.

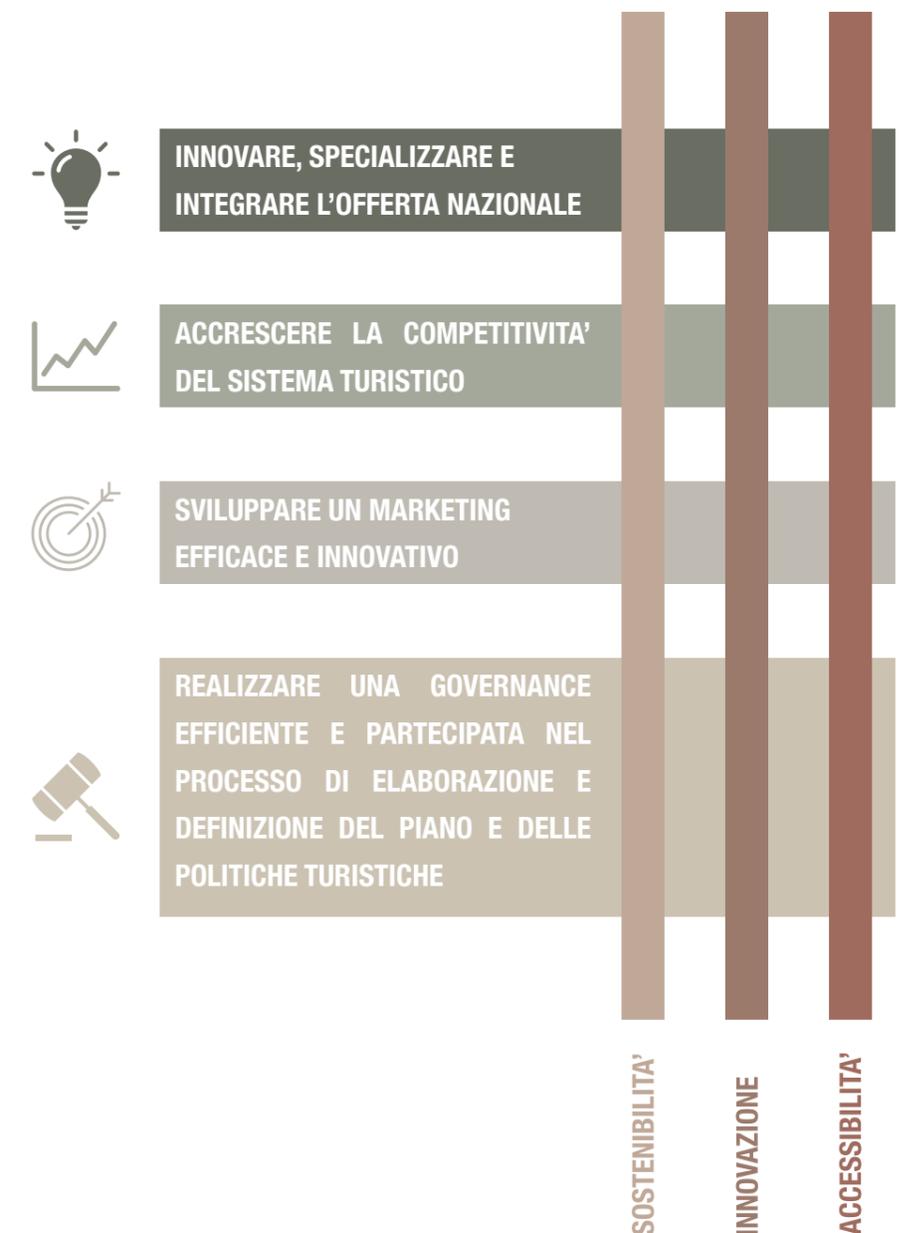


FIG. 2.22
Rielaborazione personale delle direttive del Piano per il turismo 2020

2.4.2_ Le associazioni nazionali attive sulle tematiche della sostenibilità

Non solo a livello istituzionale si sta dando un contributo preponderante alla tematica della sostenibilità ma anche associazioni riconosciute a livello nazionali quali l'**ACTA**, l'**AITR** e **ASviS** hanno dato e continuano a dare contributi essenziali alla tematica.

La prima, **Associazione Cultura Turismo Ambiente**⁶³, nasce a Milano nel 1994 ed è un'associazione che opera in progetti atti a sviluppare prodotti e servizi innovativi per il turismo. Importantissima a livello nazionale perché diede un contributo fondamentale all'elaborazione della Carta Europea del Turismo Sostenibile.



63. <https://www.actanet.it/>

FIG. 2.23 e 2.24
Logo ACTA E AITR

La seconda, **Associazione Italiana Turismo Responsabile**, è nata nel 1998 a Milano e si occupa di promuovere la cultura ed esorta la pratica verso un turismo responsabile soprattutto dal punto di vista etico e democratico. Tale associazione è impegnata su moltissimi fronti ma una delle promozioni più importanti fu la redazione del codice etico *Bel paese Buon Turismo* nel 2002, che potrebbe essere considerato come un rifacimento della *Carta d'identità per i viaggi sostenibili*⁶⁴ in quanto si fa riferimento al comportamento che dovrebbero tenere i tre soggetti coinvolti nell'industria del turismo (viaggiatore, organizzatore turistico e la comunità ospitante) nelle tre fasi del viaggio (prima della partenza, durante e dopo).

64. http://www.aitr.org/wp-content/uploads/2019/02/ Carta_Italia_turismo_sostenibile.pdf

Mentre l'ultima, **Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile**, è una rete nata nel 2016 e formata da organizzazioni civili italiane che si occupano essenzialmente di tematiche legate alla sostenibilità, all'ambiente, all'aspetto economico e sociologico di quest'ultimi. Fondamentale il contributo che da annualmente in quanto dal 2017 organizza il **Festival dello sviluppo sostenibile**⁶⁵ per sensibilizzare, sulle tematiche previste dall'Agenda '30, cittadini, imprese, associazioni e istituzioni.

65. <https://festivalsvilupposostenibile.it/2021/il-festival/codiceRedazionale=001G0187>
dataPubblicazione Gazzetta=2001-04-20&atto..



FIG. 2.25
Logo ASviS



FIG. 2.26
Logo Festival dello sviluppo sostenibile

CAPITOLO 3

IL SETTORE DEL TURISMO NELLA REGIONE LIGURIA:
ATTORI, PIANI E FLUSSI TURISTICI

Il turismo in Liguria è un fenomeno antico sin dall'inizio dei Grand Tour settecenteschi per poi divenire meta della ricca borghesia ottocentesca come dimostrano i numerosi edifici disseminati lungo la costa. Il turismo di nicchia venne presto sostituito dal periodo delle vacanze aperto ad ogni ceto sociale iniziando, così, la stagione del boom del turismo di massa in particolare per l'offerta legata al mare e alla balneazione, ma soprattutto alla comodità di sopraggiungere in regione grazie alla sua vicinanza mediante l'utilizzo dell'automobile e del sistema infrastrutturistico collegato con il resto dell'Italia, soprattutto per in Nord. Ai flussi nazionali presto si aggiunsero quelli internazionali e il livello di servizi e strutture si è sempre più andato a direzionare verso esercizi di dimensioni modeste e la compravendita di seconde case che hanno permesso alla regione di avvalersi di un successo senza precedenti, ma questo segnò il declino per il settore si era ormai abituati ad avere una rendita e una clientela fissa che non ha stimolato alcun cambiamento rendendo l'offerta conservatrice e annichilendo il settore stesso. Altro problema che da sempre affigge la Regione è il divario tra "centro" e "periferia" in quanto la prima ha sempre sovrastato la seconda creando uno squilibrio interno e permettendo a determinare zone di crescere massivamente rispetto ad altre¹. Nonostante le problematiche la Regione negli ultimi anni, in particolar modo a partire dal 2012 con l'approvazione del piano triennale per il turismo 2013 e 2015 e con l'approvazione nel 2017 del successivo piano del turismo 2020, ha impostato delle direttive e obiettivi ben chiari sui quali operare per migliorare i servizi e la domanda turistica che la regione offre mediante una governance che coinvolga tutti gli attori del territorio ad essere parte attiva del settore in modo che collaborino tra di loro per offrire sia al turista, sia all'operatore ma anche al cittadino di vivere al meglio l'esperienza di viaggio e di scoperta del territorio. In questo capitolo capiremo chi e come si occupa di turismo, quali sono i piani, i progetti in atto, analizzeremo i flussi sia di persone che economici della regione in materia, quali tipologie di turista richiama la regione e l'offerta che si sta sempre più cercando di affinare in base alle esigenze.

1. Regione Liguria, *Il turismo in Liguria negli ultimi quindici anni*, Allegato 1- Piano del turismo 2020, 26 luglio 2017 https://www.regione.liguria.it/components/com_publiccompetitions/includes/download.php?id=11636:turismo-ultimi-quindici-anni.pdf

2. Regione Liguria, *Piano Turistico Triennale 2013/2015 della Regione Liguria*, 27 novembre 2012, pp. 8 https://www.regione.liguria.it/components/com_publiccompetitions/includes/download.php?id=1419:piano-turistico-triennale-2013-2015.it

La Regione Liguria ha adottato il suo primo piano strategico in materia di turismo in tempi recenti infatti è stato approvato il **Piano Turistico Triennale 2013-2015** il 27 novembre del **2012** mediante la delibera n.24 con *"l'ambizione dichiarata di generare nuovo valore nelle imprese, nel territorio e nelle relazioni di scambio"* in quanto ormai si era diventati consci di dover implementare quella che stava divenendo una nuova concezione di turismo e di creare un'economia solida e matura *"capace di produrre reddito, neo impresa e occupazione, e allo stesso tempo di promuovere con forza l'intero sistema economico e sociale della Liguria nel mondo"*². Il piano 2013-2015 ha quindi permesso di porre le basi per il piano successivo che venne approvato con la delibera del consiglio regionale n.10 del 26 luglio 2017 il **Piano Turistico 2020** che vedremo in dettaglio successivamente.



FIG. 3.1 Rielaborazione personale della temporaneità dei piani turistici

3.1.1_ Piano Triennale del Turismo 2013-2015

L'obiettivo principale che il Piano si era prefissato fu quello di "sviluppare incoming e offerta turistica sostenibile e qualificata all season"³ secondo delle motivazioni fondate quali lo sviluppo di un offerta turistica qualificata in quanto il movimento turistico stava crescendo e mutando, proporre la formula all season per poter permettere la fruibilità dei luoghi tutto l'anno e non solo nel periodo estivo; riconoscendo la forza socio-economica del turismo come una delle fonti prioritarie di reddito e, infine, orientarsi verso le direttive internazionali del turismo sostenibile in ogni sua forma così che sia complementare al tradizionale turismo balneare. Perciò il piano prevede la sua attuazione mediante una serie di azioni:

3. Regione Liguria, *Piano Turistico Triennale 2013/2015 della Regione Liguria*, 27 novembre 2012, pp. 9 https://www.regione.liguria.it/components/com_publiccompetitions/includes/download.php?id=1419:piano-turistico-triennale-2013-2015.it



Rendere internet accessibile a tutti mediante lo sviluppo del WI-Fi a banda larga su tutto il territorio

Cercare e attirare clienti che amano la bellezza e la solidità profonda della nostra terra.



Valorizzare e incrementare la visibilità e la reputazione online e offline

Collaborare con le imprese e privilegiare le capacità imprenditoriali e d'innovazione sostenendone i processi di stabilizzazione e d'incremento dei livelli occupazionali.



Puntare sul capitale umano e su un'attenta formazione

Attivare un sistema di fondi per sostenere la promozione e il marketing turistico



Puntare verso una nuova organizzazione turistica⁴ attraverso tre livelli quali on site (cittadini e istituzioni), online (internet) e abroad (rete di partner)

4. l'organizzazione di una rete di uffici IAT (Informazione e Accoglienza Turistica) gestite dalle Province e il Comune di Genova, ora città metropolitana, cura sull'offerta turistica e prodotti innovativi attraverso entri pubblici e privati degli SLT (Sistemi Turistici Locali) e infine la promozione del brand Liguria

Definire un prodotto unico che sia nello stesso momento sia globale che locale mediante il consolidamento dei turismi tradizionali (balneare, nautico e congressuale) integrandoli con le tipologie di turismo territoriale (outdoor, borghi storici, cicloturismo, ecoturismo, rurale dell'entroterra, hiking, golf, enogastronomia, etc...)



Istituire una cabina di regia e dei tavoli di consultazione per favorire al meglio la governance

Per la sua attuazione il piano del Turismo 2013-2015 ha ricevuto diversi **finanziamenti** da differenti fonti come i **fondi ordinari regionali**, ovvero quelli stanziati nel bilancio annualmente o pluriennale dalla regione stessa per il funzionamento e la promozione turistica mediante l'utilizzo dell'Agenzia In Liguria mediante la cooperazione con le Province e l'attuale città metropolitana di Genova. Tali fondi, come si osserva dallo evince dallo stesso piano a causa della crisi finanziaria in Italia sono ridotti rispetto al passato e si ripartiscono per i tre anni previsti dal piano e sono necessari per le spese di funzionamento e promozione dell'Agenzia, per la gestione degli IAT e per le funzioni turistiche in generale per un ammontare annuo di 4.400.000 €⁵.

5. Regione Liguria, *Piano Turistico Triennale 2013/2015 della Regione Liguria*, 27 novembre 2012, pp. 27 https://www.regione.liguria.it/components/com_publiccompetitions/includes/download.php?id=1419:piano-turistico-triennale-2013-2015.it

Ulteriore progetto di finanziamento promosso dal piano proviene dai fondi per l'incentivazione come il **Fondo di Rotazione Regionale** per le PMI (piccole e medie imprese) e il loro sostegno per la riqualificazione dell'offerta turistica regionale. Il fondo prevedeva somme di aiuti per rimborsi ad un tasso fisso ma già nel 2012 era stato istituito un bando di circa 13 milioni di € per la qualificazione dell'offerta ricettiva delle strutture turistiche⁶. Sempre all'interno del bando vennero stanziati dei finanziamenti per i **Progetti di Eccellenza** (Ved paragrafo) che hanno acconsentito a portare prodotti e servizi della regione verso un cambiamento e una forte attrattività nel settore mediante la promozione nel corso del triennio del Piano per un totale di 4.959.320,84 €⁷. Mentre gli ultimi finanziamenti importantissimi per implementare l'offerta turistica in Liguria vennero recepiti da **Fondi Europei** che interessarono sia tutto il territorio che specifiche porzioni che ne necessitano maggiormente.

6. Regione Liguria, *Piano Turistico Triennale 2013/2015 della Regione Liguria*, 27 novembre 2012, pp. 27 https://www.regione.liguria.it/components/com_publiccompetitions/includes/download.php?id=1419:piano-turistico-triennale-2013-2015.it

7. Regione Liguria, *Piano Turistico Triennale 2013/2015 della Regione Liguria*, 27 novembre 2012, pp. 29 https://www.regione.liguria.it/components/com_publiccompetitions/includes/download.php?id=1419:piano-turistico-triennale-2013-2015.it

3.1.2_ I risultati del Piano Triennale del Turismo 2013-2015

Come descritto nel rapporto iniziale del Piano del Turismo 2020 si percepisce come determinati obiettivi siano stati raggiunti, altri parzialmente, altri ancora siano stati modificati mentre altri non abbiano avuto alcun esito o non siano stati raggiunti. Ma la rilettura e analisi del piano precedente ha permesso, mediante la formazione di un'analisi SWOT e l'osservazione e interpretazione dei flussi e comportamenti dei turisti, di capire quali fossero gli aspetti positivi e negativi su cui andare a lavorare o migliorare l'assetto. Da questa analisi si sono ricavate quattro linee guida (la costruzione delle linee guida attraverso il prodotto turistico e il marketing territoriale; la riorganizzazione del territorio permettendo più interazione tra i vari attori; promozione del brand e dei prodotti esclusivi della regione; puntare sull'innovazione sia comunicativa che tecnologica in modo da regalare al turista un'esperienza completa e di qualità) essenziali per la costruzione del successivo piano.

FIG.3.2
Rielaborazione personale dell'analisi SWOT del Piano del Turismo Triennale 2013-2015 (pagina accanto)



Vision

Il Piano Turistico Regionale si è reso necessario in seguito all'approvazione della legge nazionale 56 del 2014 (legge Delrio), recepita in Liguria come l.r. 15/2015 in merito alle disposizioni delle competenze delle città metropolitane, province e unione dei comuni ampliando così le competenze della regione a discapito delle province e i comuni⁸. Perciò la regione assume il potere di partecipare alle iniziative turistiche, alla regolamentazione delle professioni turistiche, all'attività delle agenzie di viaggio, al riconoscimento delle associazioni Pro Loco, alla classificazione e controllo delle strutture ricettive con conseguente modifica delle l.r. 28/2006 intervenendo quindi sugli SLT (sistemi turistici locali). Questi cambiamenti hanno provocato uno svuotamento in termini di governance dei compiti delle province, sopprimendo gli SLT e provocando una mancanza di coordinamento con la conseguenza di un'ulteriore frammentazione soprattutto tra le aziende private e gli enti locali. Perciò la regione ha deciso di costruire il seguente piano del turismo in modo tale da sopperire a tutte queste mancanze e ricucire i rapporti tra i vari enti. Anche con la lettura del piano strategico precedente si sono riscontrate delle mancanze da sopperire come lo scarso collegamento tra il settore e il prodotto stesso limitando lo sviluppo del turismo nonostante il numero considerevole di potenzialità emerse. Si ritiene necessario intervenire avviando una trasformazione verso uno sviluppo più sostenibile con la collaborazione di tutti i soggetti.

8. Le province in precedenza si occupavano di curare i rapporti con le imprese mentre i comuni erano il punto di riferimento per le politiche di sviluppo, promozione dei brand territoriali e delle offerte dei prodotti turistici sul territorio, gestendo inoltre i punti IAT

Mission

Le parole d'ordine per il nuovo piano strategico sono **valore aggiunto** e **differenziale** in quanto, il turista che giunge in regione, deve poter godere di un sistema integrato che gli permetta di godere di una vacanza esponenziale in toto individuando degli obiettivi.

9. Regione Liguria, *Piano Turistico Triennale 2013/2015 della Regione Liguria*, 27 novembre 2012, pp. 17 https://www.regione.liguria.it/components/com_publiccompetitions/includes/download.php?id=1419:piano-turistico-triennale-2013-2015.it

La prima strategia si incentra sul **prodotto turistico** e il **marketing territoriale** in quanto la Liguria si presenta come una regione ricca di attrattive e risorse di varia natura ma con un'offerta limitata rispetto alle nuove necessità volte verso un turismo sostenibile ed esperienziale con proposte personalizzabili. La maggior parte dei prodotti non presentano alcuna di queste caratteristiche o solo parzialmente e soprattutto non possiedono complementarietà il che ne rende difficile la fruizione. Si è avviato un processo guidato e coordinato da parte della Regione stessa con l'ausilio dell'Agenzia per la promozione turistica in Liguria volti a creare nuove linee sia per i prodotti tradizionali e sia per i potenziali. Il punto di partenza e di riferimento deve essere il mercato stesso analizzando i bisogni del turista e puntando su un prodotto autentico, con proposte diversificate e sostenibili che siano compatibili ed equilibrate tra le varie componenti come ambiente, paesaggio, cittadini e culture locali, *"deve essere fondamentale il passaggio dall'offerta di risorse a quella delle esperienze"*⁹ sostenuto da un sistema di aggregazioni dalle imprese locali e la loro cooperazione.



FIG.3.3
Rielaborazione personale degli obiettivi della strategia numero 1 del prodotto turistico e marketing

La strategia intrapresa propone di dividere i prodotti presenti sul territorio in tre livelli osservando sia l'attrattività, la potenzialità e concorrenza e le potenzialità di sviluppo. Al primo gruppo appartengono i prodotti **Prioritari** sui quali si concentreranno maggiormente le risorse a disposizione

- **Offrire un prodotto da vivere tutto l'anno e non solo nel periodo prevalentemente estivo**

- **I target a cui si punta sono famiglie, giovani, senior e coppie**

- **Le imprese/imprenditori da coinvolgere sono il ricettivo, ristoranti, stabilimenti balneari, associazioni sportive, guide sportive, noleggiatori di imbarcazioni, club nautici, servizi di spettacolo ed educativi, trasporto**

- **"Short break" basandosi sui paesaggi di pregio, città famose e centri minori e borghi con un ricco patrimonio artistico, culturale e storico**

- **Imprese/aziende e imprenditori da coinvolgere sono le strutture ricettive, ristorazione, qualsiasi attività in collegamento e integrazione con il prodotto gastronomico, musei, monumenti, luoghi di culto, castelli e residenze, botteghe di artigiani, caffè storici e aziende tipiche di produzioni locali, guide**

- **Il prodotto culturale si intreccia con quello enogastronomico, bike, trekking e itinerari**

- **Rafforzamento dell'offerta gastronomica locale con una cura particolare per i prodotti ittici mediante la valorizzazione delle ricette e delle tradizioni culturali legate ad esse**

- **Gli operatori e le aziende coinvolte sono cantine, aziende vitivinicole, agriturismi, fattorie didattiche, frantoio, produttori consorzio tutela olio DOP, scuole di cucina, presidi slow food, percorsi dell'olio e del vino, ristoranti**

- **La strategia prevede di partire dai parchi perché rispondenti ai trend della domanda di attività all'aperto e la riscoperta del territorio mediante una visione sostenibile autentica. Quindi si prevede lo sviluppo di una migliore organizzazione dei servizi e delle risorse del territorio mediante escursioni e proposte di percorsi naturalistici**

- **Perfetto per il turismo familiare e sportivo ma se soft anche per il comparto senior**



MARE



CULTURA



ENO
GASTRONOMIA



PARCHI



BORGHI E
RURAL
SLOW



BIKE



TREKKING

- **Le aziende e gli operatori da coinvolgere sono la ricettiva, ristorazione, parchi tematici, parchi naturali, guide di varia tipologia, istruttori di vari sport, noleggi, servizi educativi e di spettacolo, divertimento e animazione, agriturismo, rifugi, produttori locali**

- **Il prodotto parchi si integra perfettamente con le varie categorie**

- **Il prodotto è volto a favorire la scoperta dell'entroterra e cerca di rispondere agli obiettivi dei trend che si stanno sviluppando attorno al turismo sostenibile del 2030 inter sian termini di conservazione del patrimonio naturale e paesaggistico ma anche quello culturale locale cercando di implementare i servizi e le informazioni così da consentire al visitatore di scoprire il territorio in modo lento e dolce**

- **Le aziende da coinvolgere sono la ricettività in generale, ristorazione, servizi turistici, guide di varia natura, istruttori, fattorie didattiche, alberghi diffusi, case vacanze, country house e agriturismi**

- **È fondamentale per questa tipologia di turismo organizzare le risorse e definire gli standard comuni così da valorizzare i borghi nelle loro peculiarità in tradizioni, arti, mestiere ecc...**

- **Si prendono in considerazione le varie associazioni a cui sono iscritte**

- **Il servizio è ancora poco sviluppato l'interesse dai turisti appassionati, la strategia punta a sfruttare le infrastrutture esistenti, i progetti interregionali e a potenziare l'offerta in quanto risulta parecchio carente**

- **Lo sviluppo dovrà comprendere sia le attività che il paesaggio**

- **Le aziende da coinvolgere sono quelle ricettive, di ristorazione, noleggio, assistenza meccanica/riparazione, istruttori e guide, associazioni e circoli sportivi**

- **L'intervento dovrà prevedere un potenziamento sia dei servizi che delle strutture ricettive specializzate, rafforzare la parte infrastrutturale creando dei punti informativi dedicati valutando una collaborazione con altre regioni in base agli accordi già presi**

- **Esperienze a vari livelli i quali possono essere effettuati da più target come le famiglie, gli sportivi, anziani e gli appassionati grazie anche alla presenza di itinerari come Altavia dei Monti Liguri, Sentiero Liguria e Via Francigena**

- L'obiettivo della strategia quindi deve creare un prodotto che promuova il territorio come destinazione ideale sia per stare a contatto con la natura che per conoscere il territorio stesso in modo più approfondito mediante la pratica sportiva a tutti i livelli variando quindi l'offerta in base alle necessità

- Le aziende da coinvolgere sono guide e istruttori, noleggiatori, maneggi, campeggi, aree camper, agriturismi, associazioni sportive

Sono brand affermati e riconosciuti che fungono da attore principale per a la conoscenza e il posizionamento della regione sia sul mercato nazionale che internazionale

Al secondo gruppo appartengono i prodotti **Secondari o Complementari** sono una forte opportunità di sviluppo in base a target di riferimento.

- La strategia, visto il ricco patrimonio di tradizioni e risorse sia culturali che storiche, prevede la costruzione di itinerari tematici di vario genere (culturali, religiosi, gastronomici, trekking e gastronomici) da integrare con i prodotti prioritari

- Le risorse, aziende e operatori da coinvolgere sono i musei, monumenti, luoghi di culto, castelli, residenze storiche, botteghe artigiane, ristorazione, guide e istruttori, ricettività, scuole di cucina ecc..

- Si sviluppa nell'area metropolitana di Genova grazie sia alle infrastrutture esistenti sia alla presenza di una Convention Bureau molto attivo e le tipologie di aziende e operatori da coinvolgere sono i centri congressi, fiere, settore enogastronomico, produttori, ville...

- si articola sia verso incentive e meeting aziendali che propone attività complementari grazie al team building in vari aspetti come il trekking, canoa ecc.. che al settore wedding e le tipologie di aziende e operatori da coinvolgere sono associazioni sportive, istruttori e guide, musei, animazione locale, gastronomia, produttori, spa, ricettiva e ristorazione

- Gli eventi che costituiscono una motivazione di viaggio in regione sono pochi perciò gli sforzi organizzativi e di marketing si dovranno concentrare maggiormente su questo punto



- Per gli eventi minori come animazione locale la strategia deve concentrarsi su una strutturazione e programmazione in linea con la strategia generale e i prodotti principali

- Si integra con altri prodotti della categoria prioritaria come le declinazioni nei vari sport acquatici, le escursioni in mare, enogastronomia e il rural slow

- La strategia dovrebbe quindi includere basi nautiche che fungano da hub per gli sport acquatici ma anche noleggio di vari mezzi

Infine al terzo gruppo appartengono i prodotti di **nicchie ad alto potenziale** (wedding e moto) e **a basso potenziale** (scolastico, accessibile e golf) sono prodotti che possono completare, arricchire e personalizzare l'esperienza.

Il secondo obiettivo che il piano intende perseguire è quello di **riorganizzare il territorio** e soprattutto la **governance** perchè una delle debolezze evidenziate dall'analisi del piano precedente in Liguria è la limitata collaborazione tra le istituzioni regionali e gli operatori. La strategia di governance prevede cinque punti fondamentali da perseguire:



01 Creare aggregazioni di operatori e imprese per filiera di prodotto simili o complementari

02 Formazione continua per le varie competenze e qualsiasi livello

03 Costruzione e partecipazione dei vari soggetti a progetti nazionali di cooperazione transfrontalieri europei e interregionali

FIG. 3.4 Rielaborazione personale degli obiettivi della strategia numero 3 del prodotto turistico e marketing

04

Creazione di servizi a supporto degli operatori e delle reti/ aggregazioni a livello centrale permettendo un sistema di ricerca, misurazione dei risultati, trend di mercato e prodotti mediante il supporto dell'osservatorio turistico regionale

05

Creare un sistema continuativo e collaborativo tra il pubblico (regione e enti territoriali) e privati (operatori e aggregazioni) e creare tavoli di lavoro di compartecipazione così da creare un allineamento strategico mettendo in campo due strumenti fondamentali ovvero il Patto per il Turismo¹⁰ (accordo tra regione, comuni, unione di comuni e parchi regionali) e il Fondo Strategico per il Turismo¹¹ (contributi per aziende ed enti locali)

10. possono partecipare comuni, unione di comuni e enti parco ma con devono rispettare dei punti quali la partecipazione al progetto "La Mia Liguria" e Wi-Fi a banda larga, collaborazione con l'Agenzia "In Liguria", gestione e collaborazione con enti pubblici/privati per l'informazione e accoglienza turistica, se richiesta impostare una tassa di soggiorno, condivisione delle attività turistiche sul territorio, adesione alle campagne volte al turismo sostenibile.

11. si prevede di investire sulla gestione dei fondi sia per le imprese che per le infrastrutture, in particolar modo mediante aiuti economici per la riqualificazione e il miglioramento delle strutture ricettive alberghiere, ricettive all'aperto e alle iniziative imprenditoriali per la realizzazione dei servizi turistici innovativi intenti al miglioramento della destinazione

12. la strategia comprende lo sviluppo di due progetti sull'innovazione digitale già avviati nel Programma Strategico Digitale della Regione Liguria 2016-2018 approvata con atto nr. 9 dd. 29 marzo 2016. Il primo si chiama Big Data e mira a fornire alla regione una fonte di dati corposa e dettagliata insieme all'Osservatorio Turistico Regionale mentre il secondo progetto è l'App La Mia Liguria come strategia di marketing sia online che offline

Il terzo obiettivo che il piano intende perseguire è di **promozione e marketing**. La strategia destinata al marketing è in primis volta ad incrementare la notorietà e la conoscenza della regione sia a livello nazionale che internazionale facilitando l'accessibilità ai servizi e nel contempo emozionare il visitatore. Inoltre la regione deve puntare sulla comunicazione mediante la valorizzazione degli elementi che la contraddistinguono rispetto ai suoi competitori rafforzando la propria autenticità e peculiarità cercando di aumentare la visibilità del suo brand e rafforzando l'idea che la regione sia una meta ideale per ogni stagione. Il modello di marketing e promozionale si basa sul **Piano Prodotti Turistici e promocommercializzazione - ristrutturazione del sistema di informazione e accoglienza turistica - Strategia di Promozione e di comunicazione offline e online** e deve tenere conto di tutte le cinque fasi che solitamente compongono un viaggio (sognare, pianificare, prenotare, vivere e condividere. La strategia migliore da adottare sarà quella di mixare le strategie offline con quelle online (digital marketing, social media marketing, public relations ecc..) articolandosi in azioni e tattiche per diversi mercati, target e prodotti e creando un qualcosa di valore che susciti interesse mediante l'utilizzo di innovazioni digitali¹².

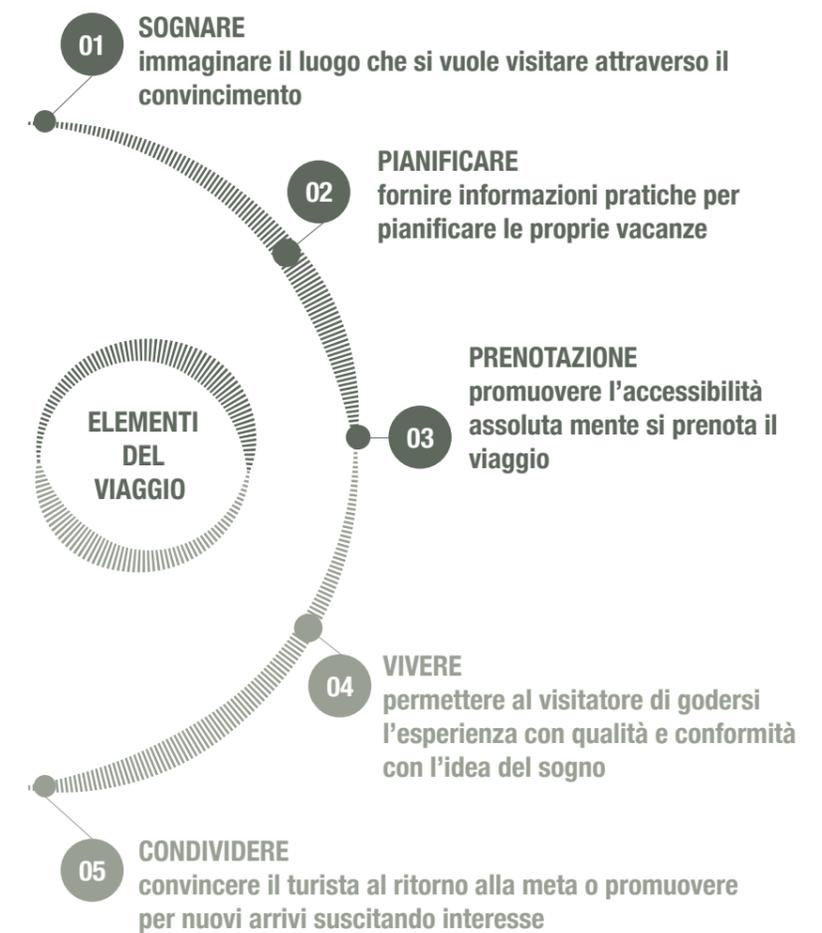


FIG. 3.5 Rielaborazione personale degli elementi su cui si basa il viaggio

Il quarto obiettivo che il piano intende perseguire è l'**innovazione e l'informatizzazione dell'accoglienza**, delinandosi una serie di obiettivi ben precisi come migliorare la qualità dei servizi offerti coordinando e omogeneizzando sia le modalità che le procedure del punto informativo e quindi di facilitare e rendere accessibili al turista tali servizi ma con un rinnovo tecnologico costante così da poter seguire i trend turistici; aggiornare le competenze del personale innovando le funzioni e qualità del servizio in modo da essere percepito dal turista sia online che offline; creare una rete di uffici interconnessi in grado di dare informazioni generali a più livello e in più lingue sul territorio e adeguamento e omogeneizzazione della tecnologia impiegata

Con il 2020 si sarebbe dovuto concludere il Piano del Turismo e iniziare a programmare quello successivo ma a seguito della pandemia da Covid-19 si sono potuti osservare gli effetti negativi che questa ha causato sull'industria stessa facendo emergere una crisi economica molto grave. Infatti uno degli effetti più evidenti è stato proprio il blocco dei flussi turistici in base alla decisione presa dall'Ex Presidente del Consiglio Giuseppe Conte con il DPCM n.19 del 25 marzo 2020 in quanto si sono poste delle "limitazione della circolazione delle persone, anche prevedendo limitazioni alla possibilità di allontanarsi dalla propria residenza, domicilio o dimora se non per spostamenti individuali limitati nel tempo e nello spazio o motivati da esigenze lavorative, da situazioni di necessita' o urgenza, da motivi di salute o da altre specifiche ragioni;"¹³ azzerando quindi qualsiasi opportunità di spostamento e, come annunciato nell'articolo dell'Istat del 29 aprile 2020, chiudendo quelle che erano considerate attività non essenziali ma pur sempre legate al comparto turistico sia in maniera diretta, come strutture ricettive di qualsiasi tipo, sia indiretta come ristoranti, servizi di trasporti, commerci ecc..¹⁴. Anche il documento denominato Piano delle attività 2021 dell'Agenzia Liguria analizza la situazione critica dell'economia del settore infatti secondo una stima dell' UNWTO "la pandemia COVID 19 ha messo a rischio tra i 100 mln e 120 mln di posti di lavoro andando a paralizzare l'oltre 1 mld di turisti che ogni anno si muovono in tutto il mondo, quasi il 100% del totale"¹⁵.
 Perciò, prima di capire quali siano state da parte della Regione le modalità per contrastare questo fenomeno è necessario effettuare un preambolo e osservare cosa sia successo al settore del turismo a livello internazionale mediante l'analisi dei flussi internazionali, per poi invece analizzare quelli a livello nazionale in merito ai viaggi e alle vacanze degli Italiani e infine i flussi che hanno interessato la Regione stessa. I dati che si sono presi in considerazione vanno di pari passo con i piani turistici triennali della regione Liguria seguendone l'ordine cronologico e l'inter in modo da capire come si siano modificati tra i due piani con particolare attenzione al fenomeno e alle implicazioni della Pandemia da Covid-19.

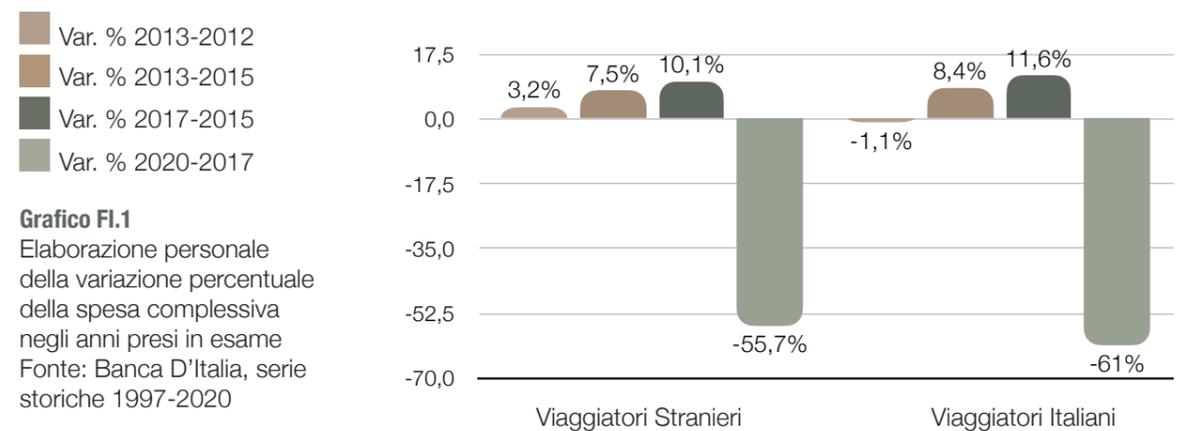
13. DL 25 marzo 2020, n. 19; *Misure urgenti per fronteggiare l'emergenza epidemiologica da COVID-19*. (20G00035), art. 1 comma 2a <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2020/03/25/20G00035/>

14. Istat, *Una stagione mancata: impatto del Covid-19 sul turismo*, 29 aprile 2020 https://www.istat.it/it/files/2020/04/STATISTICATODAY_TURISMO.it

15. In Liguria, Agenzia Regionale per la promozione turistica, *Piano delle attività 2021*, Genova, 18 marzo 2021, pp.5 <https://www.agenziainliguria.com/it/download/piano-di-marketing-2021/?wpdmdl=2991&refresh=6123fc7208a6c1629748338>

3.2.1_ Analisi dei flussi internazionali: viaggiatori stranieri in Italia e viaggiatori Italiani all'estero

In primo luogo si è deciso di analizzare il turismo internazionale e capire come fossero cambiati i flussi e comportamenti sia dei viaggiatori stranieri in Italia che di quelli Italiani in territorio straniero mediante i report denominati *Indagine sul turismo internazionale* e alla *Serie storica 1997-2020* della Banca d'Italia attraverso tre macro categorie: spesa complessiva, numero di viaggiatori e pernottamenti. Ognuna è stata declinata nelle categorie specifiche osservate quali luogo di provenienza e regione visitata per i viaggiatori stranieri mentre regione di provenienza e luogo visitato per quelli italiani; mentre per entrambe le categorie si sono osservati sia i motivi che hanno spinto al viaggio e sia il tipo di alloggio scelto.



Se si osserva il comportamento del turista straniero e italiano verso il primo punto preso in esame, la **spesa complessiva**, si possono riscontrare delle analogie. Si ha una continua crescita sino alla variazione del 2017 per calare drasticamente nel 2020 a causa delle chiusure imposte dalla pandemia tanto da far registrare picchi in discesa di oltre il - 50% infatti per quanto riguarda la spesa effettuata dal turista straniero si ha un calo del - 55,7% passando da poco più di 39 miliardi di € nel 2017 a circa 17 miliardi di € nel 2020; mentre cala in maniera drastica la spesa complessiva effettuata dal viaggiatore italiano toccando il -61% e passando da 24,5 miliardi di € nel 2017 a 9,5 miliardi di € nel 2020 (Ved. Grafico FI.1).

Analizzando nel particolare la situazione del 2020, per quanto riguarda il turista straniero, la spesa complessiva effettuata da un turista che proviene dall'Oceania presenta il dato peggiore con il -84,3% mentre quello che presenta il dato relativamente dai turisti provenienti dall'area UE con il -41,5% rispetto al 2017 (Ved. Grafico e Tabella FI1.1S), invece la situazione una volta giunto sul territorio nazionale il dato peggiore si registra nel centro con il -68,8% mentre quello migliore nel Nord in generale, ma in particolare modo dal Nord-Est con il -47,7% (Ved. Grafico e Tabella F1.2S), in seguito, i motivi per cui un turista straniero è mosso ad eseguire un viaggio il dato più drastico si registra per motivi personali con un calo del -57,3% rispetto a quelli per lavoro con il -45,7% (Ved. Grafico e Tabella FI1.3S), infine, per la struttura ricettiva in cui si predilige sostare il dato peggiore viene registrato dagli Alberghi, villaggi, B&B e agriturismi con il -68,7%, probabilmente dovuto alla chiusura prolungata degli stessi esercizi, mentre il dato migliore si registra presso amici e parenti con il -12,3%, nonostante i numerosi divieti imposti nel 2020 (Ved. Grafico e Tabella FI1.4S). Se si analizzano i medesimi parametri nei confronti del turista Italiani risultano essere più omogenei. La spesa complessiva effettuata da un turista diretto verso l'America presenta il dato peggiore con il -77,2% mentre quello che presenta il dato relativamente migliore sono da parte dei turisti provenienti dall'area Europea con il -55,2% rispetto al 2017 (Ved. Grafico e Tabella FI1.1I). La situazione per regione di provenienza il dato peggiore si registra nel centro con il -64% mentre quello migliore nel Nord-Ovest con il -58,5% (Ved. Grafico e Tabella FI1.2I), in seguito i motivi per cui un turista straniero è mosso ad eseguire un viaggio il dato peggiore si registra per motivi personali con un calo del -62,4% rispetto a quelli per lavoro con il -57,8% (Ved. Grafico e Tabella FI1.3I), infine, per la struttura ricettiva in cui si predilige sostare il dato peggiore viene registrato dagli Alberghi, villaggi, B&B e agriturismi con il -70,5%, mentre il dato migliore si ha presso amici e parenti con il -21%(Ved. Grafico e Tabella FI1.4I).

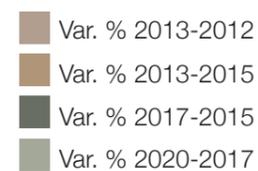
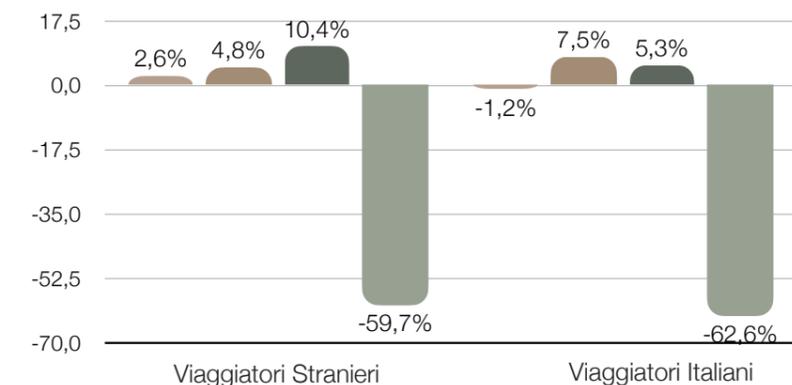


Grafico FI.2
Elaborazione personale della variazione percentuale dei viaggiatori negli anni presi in esame
Fonte: Banca D'Italia, serie storiche 1997-2020



Analizzando il comportamento del turista straniero e italiano verso il secondo punto preso in esame, il **flusso di turisti**, si possono riscontrare delle analogie infatti si ha una continua crescita sino alla variazione del 2017 per calare drasticamente nel 2020 a causa delle chiusure imposte dalla pandemia tanto da far registrare picchi in discesa di oltre il -50% infatti per quanto riguarda i flussi dei viaggiatori effettuato dallo straniero si ha un calo del -59,7% passando da poco più di 116 milioni di persone nel 2017 a circa 47 milioni di persone nel 2020; mentre cala in maniera ancora più drastica la spesa complessiva effettuata dal viaggiatore italiano toccando il -61% e quindi passando da 24,5 milioni di persone nel 2017 a 9,5 milioni di persone nel 2020 (Ved. Grafico FI.2). In particolare, se si analizza la situazione del 2020, per quanto riguarda il turista straniero, il dato peggiore del viaggiatore per paese di origine è dato dall'America con il -84,2%, mentre quello che presenta il dato relativamente migliore proviene dalla zona UE con il -51,4% rispetto al 2017 (Ved. Grafico e Tabella FI2.1S), invece la situazione una volta giunto sul territorio nazionale il dato peggiore si registra nel centro con il -73,3% mentre quello migliore nel Nord in generale, ma in particolare modo dal Nord-Est con il -54,6% (Ved. Grafico e Tabella FI2.2S), in seguito, se si osservano i motivi per cui un turista straniero è mosso a fare un viaggio il dato peggiore si registra per motivi personali con un calo del -60,5% rispetto a quelli per lavoro con il -40% (Ved. Grafico e Tabella FI2.3S), infine, osservando la struttura ricettiva in cui si predilige sostare il dato peggiore viene dato peggiore viene registrato

dagli Alberghi, villaggi, B&B e agriturismi con il -71,2%, mentre il dato migliore si registra presso amici e parenti con il -39,1%(Ved. Grafico e Tabella FI2.4S). Se si analizzano i medesimi parametri nei confronti del turista Italiani i risultano essere molto più omogenei il flusso di viaggiatori che si è diretto verso l'America presenta il dato peggiore con il -77,5% seguito dagli altri continenti con dati molto simili infatti quello che presenta il dato relativamente migliore giunge in Africa con il -58,4% rispetto al 2017 (Ved. Grafico e Tabella FI2.1I), invece la situazione per regione di provenienza è molto omogenea con il dato peggiore registrato nel centro con il -66,7% mentre quello migliore nel Nord-Ovest con il -61,9% (Ved. Grafico e Tabella FI2.2I), in seguito, se si osservano i motivi per cui un turista italiano è mosso ad eseguire un viaggio il dato peggiore si registra per motivi personali con un calo del -67% rispetto a quelli per lavoro con il -51,2% (Ved. Grafico e Tabella FI2.3I), infine, osservando la struttura ricettiva in cui si predilige sostare il dato peggiore viene registrato dagli Alberghi, villaggi, B&B e agriturismi con il -68,8%, mentre il dato migliore si registra presso amici e parenti con il -48,2%(Ved. Grafico e Tabella FI2.4I).

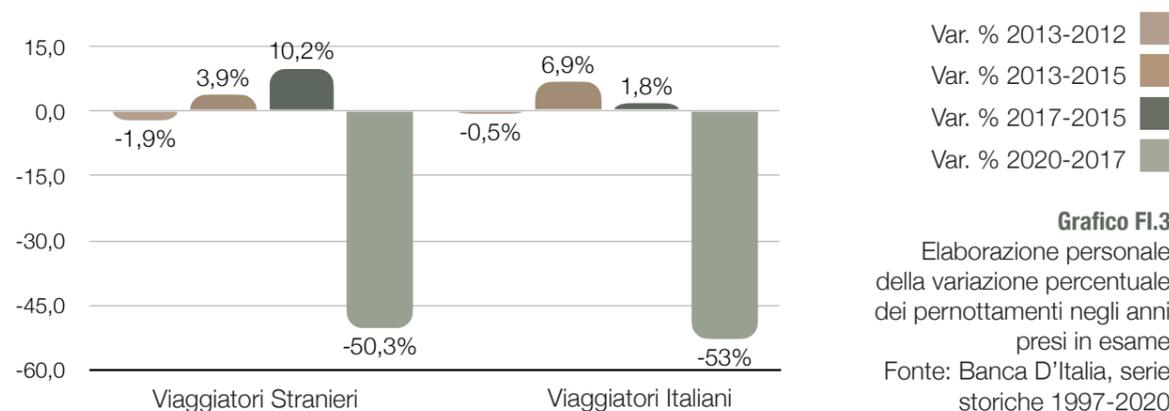


Grafico FI.3
Elaborazione personale della variazione percentuale dei pernottamenti negli anni presi in esame
Fonte: Banca D'Italia, serie storiche 1997-2020

Infine si è analizzato l'andamento dei **pernottamenti** sia del turista straniero sia italiano, nel primo caso si ha una continua crescita sino alla variazione del 2017 per calare drasticamente nel 2020 a causa delle chiusure da far registrare dati negativi di circa la metà rispetto all'anno precedente preso in esame infatti si ha un calo del -50,3% passando da poco meno di 370 milioni di notti nel 2017 a circa 184

milioni nel 2020. Il pernottamento del turista italiano si differenzia in quanto il picco massimo viene raggiunto nella variazione del 2015 sul 2013 con il 6,9% per poi calare nel 2017, rimanendo pur sempre positivo, mentre nel 2020 si osserva il dato peggiore con il -53% di pernottamenti passando da circa 280 milioni di notti nel 2017 a 130 milioni nel 2020 (Ved. Grafico FI.3). In particolare, se ci si focalizza sulla situazione del 2020, per quanto riguarda il turista straniero, il dato peggiore del pernottamento per paese di origine è dato dall'America con il -74,4%, mentre quello che presenta il dato migliore proviene dall'Africa con un netto distacco dal precedente registrando una variazione negativa di -1,5% rispetto al 2017 (Ved. Grafico e Tabella FI3.1S), invece se si osserva la situazione una volta giunto sul territorio nazionale il dato peggiore si registra nel centro con il -58,6% mentre quello migliore nel Nord in generale, ma in particolare modo dal Nord-Ovest con il -44,7% (Ved. Grafico e Tabella FI3.2S), in seguito, se si osservano i motivi per cui un turista straniero è mosso a fare un viaggio il dato peggiore si registra per motivi personali con un calo del -52,6% rispetto a quelli per lavoro con il -31,1% (Ved. Grafico e Tabella FI3.3S), infine, osservando la struttura ricettiva in cui si predilige sostare il dato peggiore viene registrato dagli Alberghi, villaggi, B&B e agriturismi con il -69,3%, mentre il dato migliore si registra presso amici e parenti con il -20,5%(Ved. Grafico e Tabella FI3.4S). Se si analizzano i medesimi parametri nei confronti del turista Italiani i risultano essere molto più omogenei il flusso di viaggiatori che si è diretto verso l'America presenta il dato peggiore con il -70,6% seguito dagli altri continenti con dati molto simili infatti quello che presenta il dato relativamente migliore giunge in Africa con il -43,2% rispetto al 2017 (Ved. Grafico e Tabella FI3.1I), invece la situazione per regione di provenienza è molto omogenea con il dato peggiore registrato nel Nord-Ovest con il -53,9% mentre quello migliore nel Nord-Est con il -51,9% (Ved. Grafico e Tabella FI3.2I), in seguito, se si osservano i motivi per cui un turista italiano è mosso a pernottare per un viaggio i dati sono simili infatti sia per motivi personali che per lavoro si registra un -53%.

(Ved. Grafico e Tabella FI2.3I), infine, osservando la struttura ricettiva in cui si predilige sostare il dato peggiore viene registrato dagli Alberghi, villaggi, B&B e agriturismi con il -69,2%, mentre il dato migliore si registra presso amici e parenti con il -29,8% (Ved. Grafico e Tabella FI3.4I).

IN SITESI

Osservando i tre grafici e le tabelle si osserva come la spesa complessiva e il flusso dei turisti sia stranieri che italiani presentino la medesima andatura con una crescita progressiva sino alla variazione % del 2017 rispetto al 2015 con un crollo oltre -55% nel 2020, mentre si differenzia la categoria dei pernottamenti in quanto presenta la prima variazione analizzata (2013 su 2012) con un valore negativo mentre per quanto riguarda i turisti stranieri la miglior variazione si ha nel 2015, per quelli italiani nel 2017 ma presentando anch'essi un calo leggermente minore rimanendo al di sotto del -55%. Quindi nel 2020 il turismo internazionale analizzato, sia per spesa, sia per flussi che pernottamenti rispetto al 2017 ha più che dimezzato le cifre.

3.2.2_ Analisi dei flussi nazionali: Viaggi e Vacanze degli Italiani

In seguito si sono analizzati i flussi nazionali, in particolare i viaggi e le vacanze mediante i report dell'ISTAT *Viaggi e Vacanze degli Italiani* prendendo in considerazione gli anni e i report del 2012, 2013, 2015, 2017 e 2020 e osservare come fossero cambiate le abitudini nel corso del lasso di tempo analizzato in particolar modo dividendo per i viaggi di piacere e quelli di lavoro. Analizzando i viaggi che gli Italiani hanno effettuato nel lasso di tempo preso in esame si osserva come l'andamento sia vario oscillando tra variazioni percentuali positive e negative per poi avere un evidente crollo nel 2020 con il -43,4% passando da 66,3 miliardi di viaggi nel 2017 alla metà nel 2020 con 37,5 miliardi di viaggi con il calo peggiore per i viaggi effettuati per lavoro (-56,1%) rispetto a quelli per vacanza (-42,2%) a causa dello stop agli spostamenti tra regioni deciso dal governo e alla propensione allo smart-working (Ved_ Tabella e Grafico FN4.1).

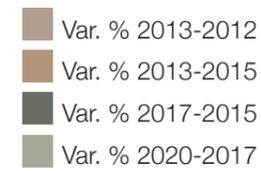
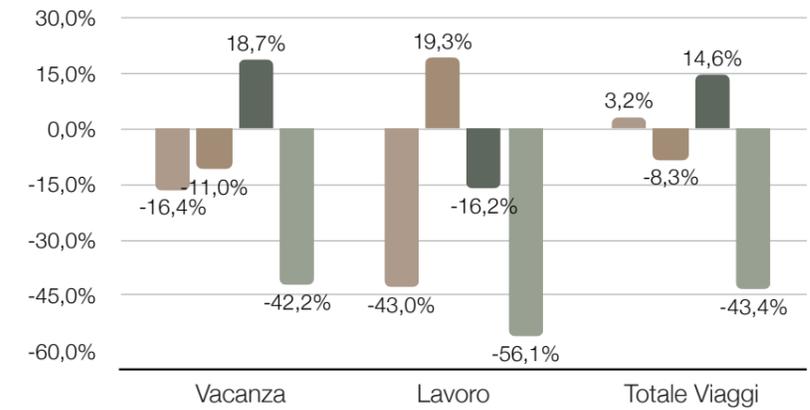


Grafico FN 4.1
Elaborazione personale della variazione percentuale dei viaggiatori Italiani negli anni presi in esame
Fonte: Istat, Report Viaggi e Vacanze degli Italiani in Italia e all'estero 2012, 2013, 2015, 2017 e 2020



Stesso andamento per quanto riguarda il pernottamento e le notti ad esso connesse con il crollo della variazione percentuale nel 2020 con -39,7% passando da circa 384 miliardi di notti nel 2017 a circa 231 miliardi nel 2020 con l'andamento peggiore per quanto riguarda gli spostamenti per lavoro (-56%) rispetto a quelli della vacanza (-38,8%) (Ved_ Tabella e Grafico FN4.2). Mentre ciò che sembra andare in controtendenza è la durata media del viaggio, nel 2020 è aumentata rispetto al 2017 passando da 5,8 a 6,2 giorni medi, rimane invariato quello per i viaggi di lavoro (3,5) mentre aumenta quello delle vacanze passando da 6 a 6,3 (Ved_ Tabella FN4.3)

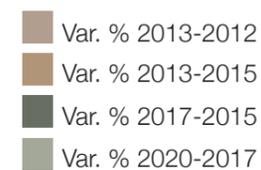
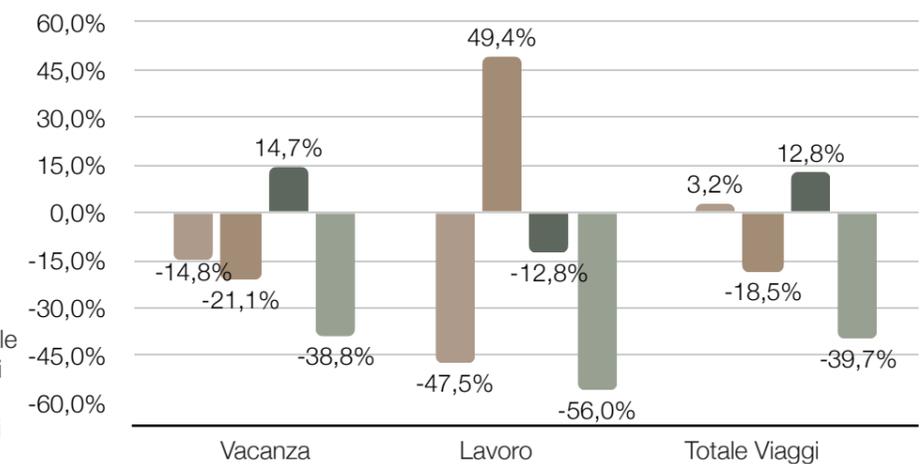


Grafico FN 4.2
Elaborazione personale della variazione percentuale delle notti e pernottamenti negli anni presi in esame
Fonte: Istat, Report Viaggi e Vacanze degli Italiani in Italia e all'estero 2012, 2013, 2015, 2017 e 2020



| Durata media del soggiorno per tipologia di viaggio | | | | | |
|---|------|------|------|------|------|
| Tipologia | 2012 | 2013 | 2015 | 2017 | 2020 |
| Vacanza | 6,9 | 7,0 | 6,2 | 6,0 | 6,3 |
| Lavoro | 2,9 | 2,7 | 3,4 | 3,5 | 3,5 |
| Totale Viaggi | 6,4 | 6,6 | 5,9 | 5,8 | 6,2 |

In particolare per i viaggi destinati alle vacanze la prima scelta sia per piacere, svago e vacanza con una percentuale che si mantiene sempre attorno al 70%. Ad eccezione della variazione percentuale del 2013 sul 2012, tutte le altre hanno avuto un andamento positivo e prettamente costante anche nell'anno della pandemia data la parziale riapertura dei confini e delle attività nel periodo estivo dove si concentrano la maggior parte delle vacanze, nel 2020 si sono registrate delle percentuali positive per quanto riguarda il luogo visitato, specialmente se hanno a che fare con la natura come il mare (16,3%), la montagna e collina (22,5%) e la campagna con laghi e fiumi (41,1%) mentre presentano una variazione negativa le città con il -12,5% rispetto al 2017 che aveva ottenuto un +30%. Altro motivo con variazioni prettamente positive sono i trattamenti di salute termali che nel 2017 contano la loro variazione migliore con il 55,6% restando positiva anche nel 2020 con il 42,9% (Ved_ Tabella e Grafico FN5.1).

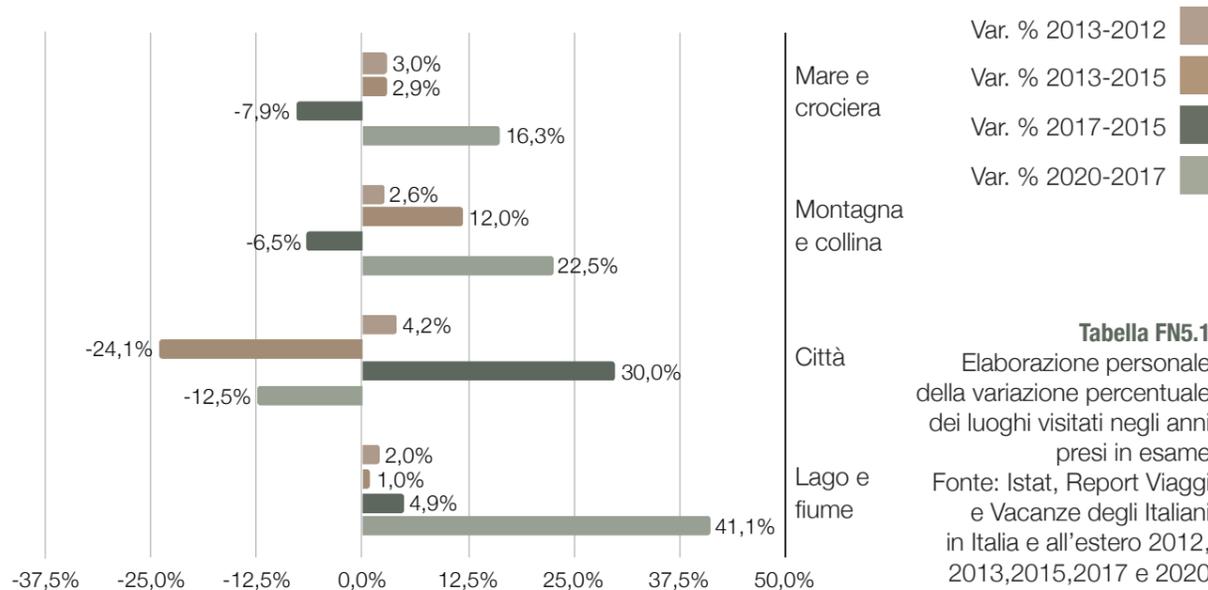
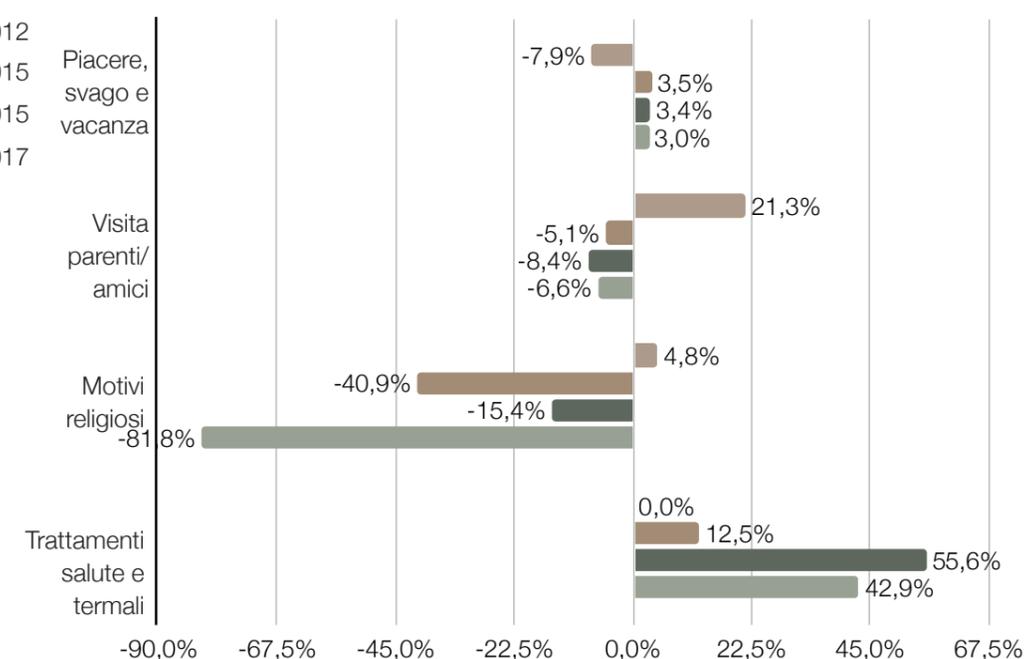


Tabella FN5.1
Elaborazione personale della variazione percentuale dei luoghi visitati negli anni presi in esame
Fonte: Istat, Report Viaggi e Vacanze degli Italiani in Italia e all'estero 2012, 2013,2015,2017 e 2020

Tabella FN4.3
Elaborazione personale della durata media del soggiorno per tipologia di viaggio negli anni presi in esame
Fonte: Istat, Report Viaggi e Vacanze degli Italiani in Italia e all'estero 2012, 2013,2015,2017 e 2020

Var. % 2013-2012
Var. % 2013-2015
Var. % 2017-2015
Var. % 2020-2017

Tabella FN5.2
Elaborazione personale della variazione percentuale dei motivi della vacanza negli anni presi in esame
Fonte: Istat, Report Viaggi e Vacanze degli Italiani in Italia e all'estero 2012, 2013,2015,2017 e 2020



Mentre la visita ad amici e parenti risulta negativa negli ultimi tre anni presi in esame con il dato peggiore registrato nel 2017 (-8,4%) e non nell'anno della pandemia con le molteplici restrizioni. Infine il motivo che ha visto un netto peggioramento nell'anno della pandemia è per motivi religiosi e pellegrinaggio raggiungendo il -81,8% con variazioni negative anche nei precedenti anni (Ved_ Tabella e Grafico FN5.2)

Se si analizza la situazione dal punto di vista degli spostamenti legati al lavoro tutte le categorie prese in esame presentano variazioni del 2020 rispetto al 2017 negative in particolare modo quelli legati a congressi, convegni e seminari registrando -56,4%, probabilmente per l'impossibilità di spostamento dovute alle restrizioni imposte dalla pandemia da Covid-19. Mentre l'unica categoria che presenta un valore positivo è quello delle riunioni d'affari con +103% nel 2020 rispetto al 2017 (Ved_ Tabella e Grafico FN5.3). Osservando i viaggi gli Italiani prediligono come destinazione rimanere nei confini nazionali con percentuali annue maggiori rispetto all'estero, infatti si registra una percentuale nel 2012 di circa il 70% per i viaggi nazionali e

30% per quelli all'estero mentre nel 2020 si passa al 90% a poco meno del 10%, sicuramente influenzato dal virus e dalle misure restrittive imposte anche se si tratta di una tendenza che va in questa direzione da anni. La variazione percentuale dei viaggi in Italia nel 2020 aumenta del 12,2% mentre quelli all'estero hanno un grave calo con il -52,1% e nello stesso modo seguono i viaggi per vacanza (Italia: 11,9%; Estero: -52,7%) e lavoro (Italia: 15,3%; Estero: -46%) (Ved. Grafico e Tabella FN6.1A per l'Italia; idem FN6.1B per l'Estero).

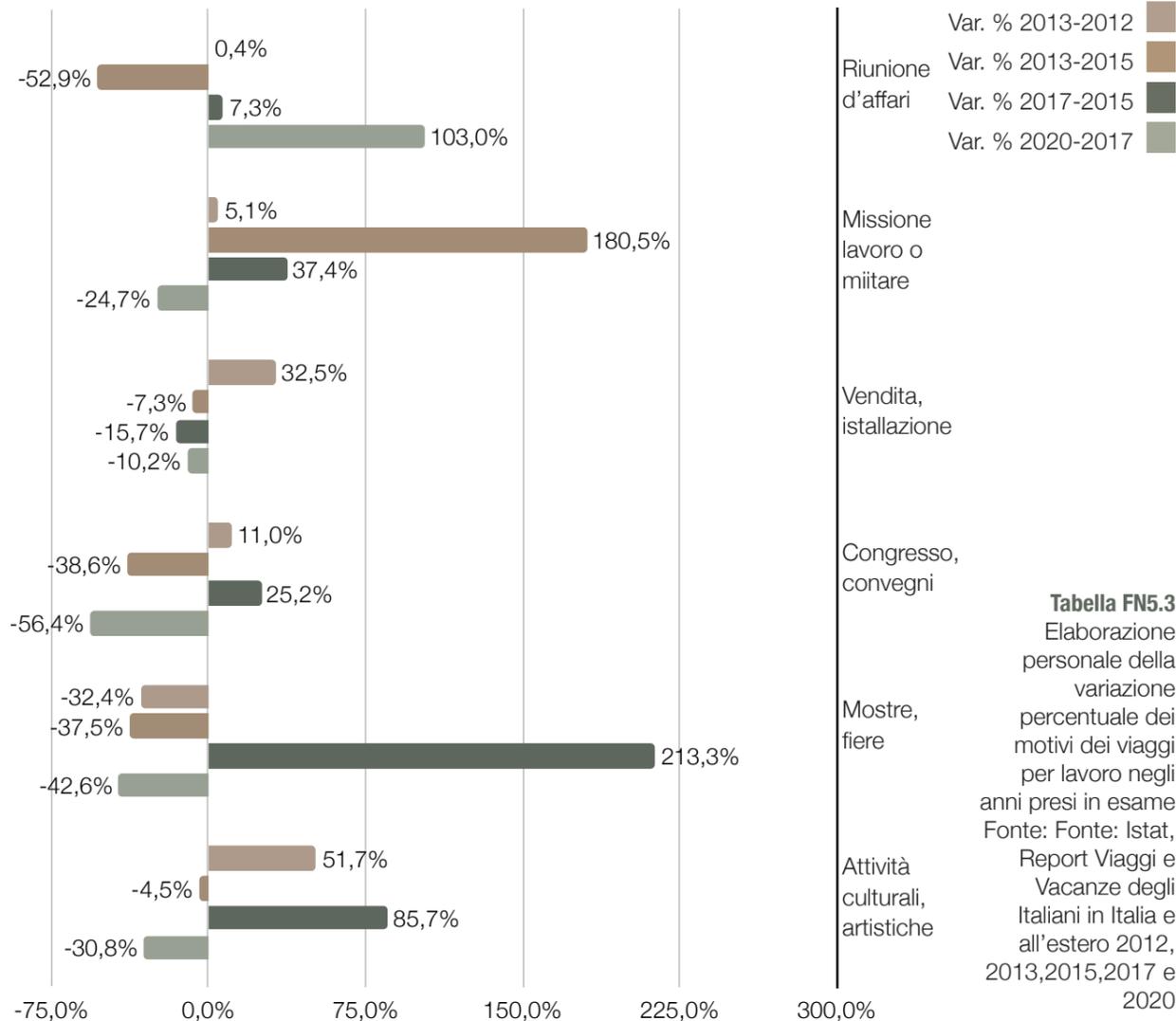
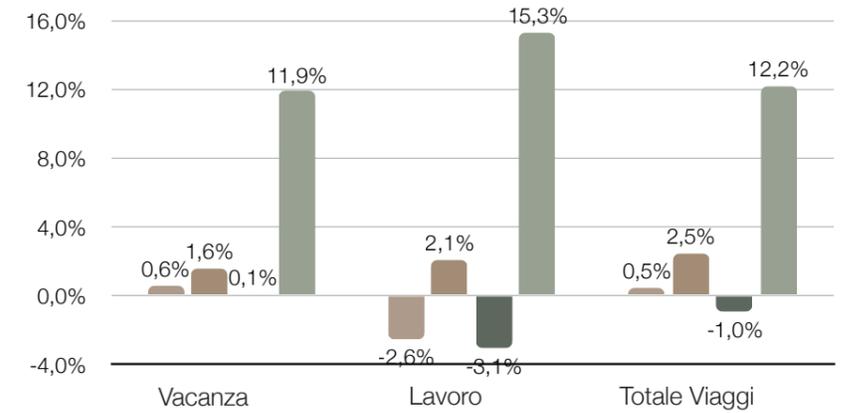


Tabella FN5.3
Elaborazione personale della variazione percentuale dei motivi dei viaggi per lavoro negli anni presi in esame
Fonte: Istat, Report Viaggi e Vacanze degli Italiani in Italia e all'estero 2012, 2013,2015,2017 e 2020

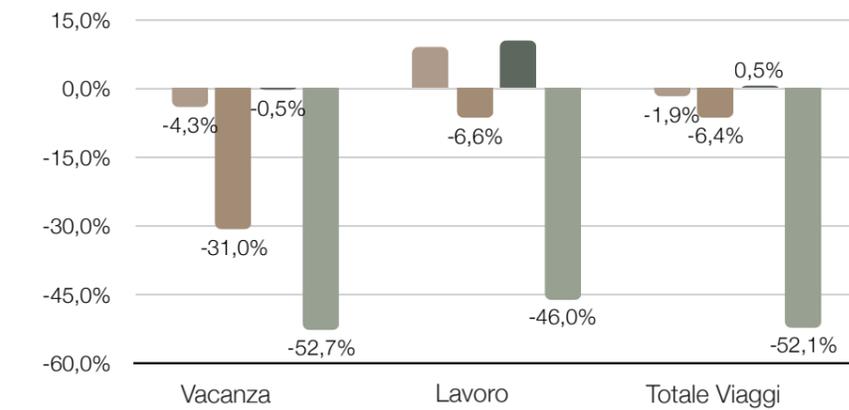
Var. % 2013-2012
Var. % 2013-2015
Var. % 2017-2015
Var. % 2020-2017

Tabella FN6.1A
Elaborazione personale della variazione percentuale dei viaggi in Italia negli anni presi in esame
Fonte: Istat, Report Viaggi e Vacanze degli Italiani in Italia e all'estero 2012, 2013,2015,2017 e 2020



Var. % 2013-2012
Var. % 2013-2015
Var. % 2017-2015
Var. % 2020-2017

Tabella FN6.1B
Elaborazione personale della variazione percentuale dei viaggi all'estero negli anni presi in esame
Fonte: Istat, Report Viaggi e Vacanze degli Italiani in Italia e all'estero 2012, 2013,2015,2017 e 2020



Per quanto riguarda l'alloggio il turista predilige due tipologie: le strutture collettive (alberghi e strutture affini) o alloggi privati (abitazioni in affitto, di proprietà, da parenti o amici e strutture affini). La prima categoria per quanto riguarda i viaggi in generale, ma anche le categorie vacanza e lavoro, presenta un andamento prettamente negativo segnando il dato peggiore nel 2015 con una variazione del -16,3% rispetto al 2013 passando dal 52% di presenze al 43,5%, per poi registrare un andamento positivo nel 2017 e per crollare nuovamente nel 2020 ma non raggiungendo i picchi negativi come in precedenza (Ved. Grafico e Tabella FN7.1A). Invece la seconda categoria per quanto riguarda i viaggi in generale, ma anche vacanze e spostamenti per lavoro, presenta la situazione opposta quindi con un andamento positivo per tutti gli anni ad eccezione del 2017 la quale si presenta con variazioni negative.

In particolare modo sono proprio i lavoratori che si spostano a prediligere alloggi privati facendo registrare variazioni di circa il 40% sia nel 2015 che nel 2020 (Ved. Grafico e Tabella FN7.1B)

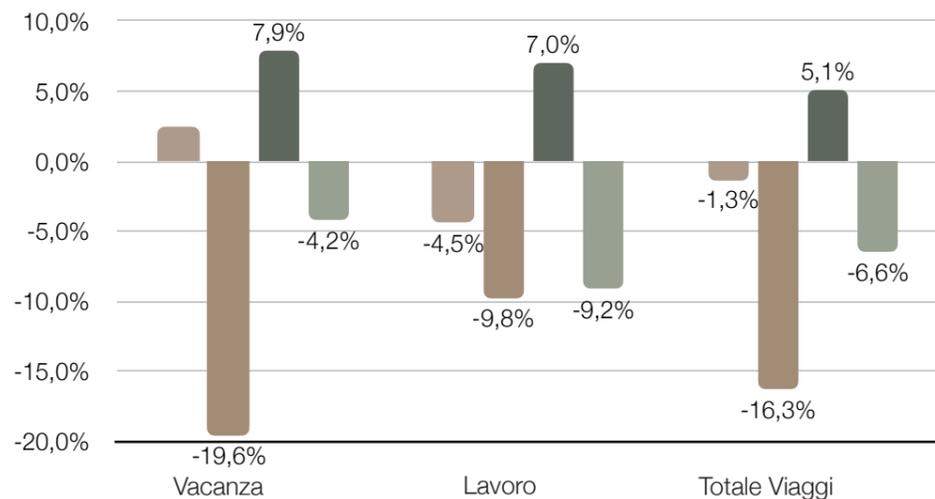


Tabella FN7.1A
Elaborazione personale della variazione percentuale delle strutture ricettive collettive negli anni presi in esame
Fonte: Istat, Report Viaggi e Vacanze degli Italiani in Italia e all'estero 2012, 2013,2015,2017 e 2020

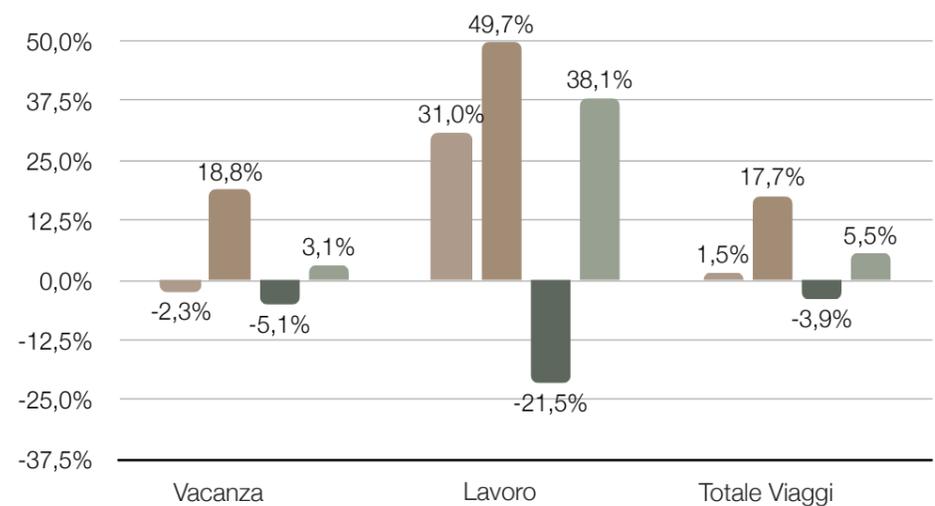


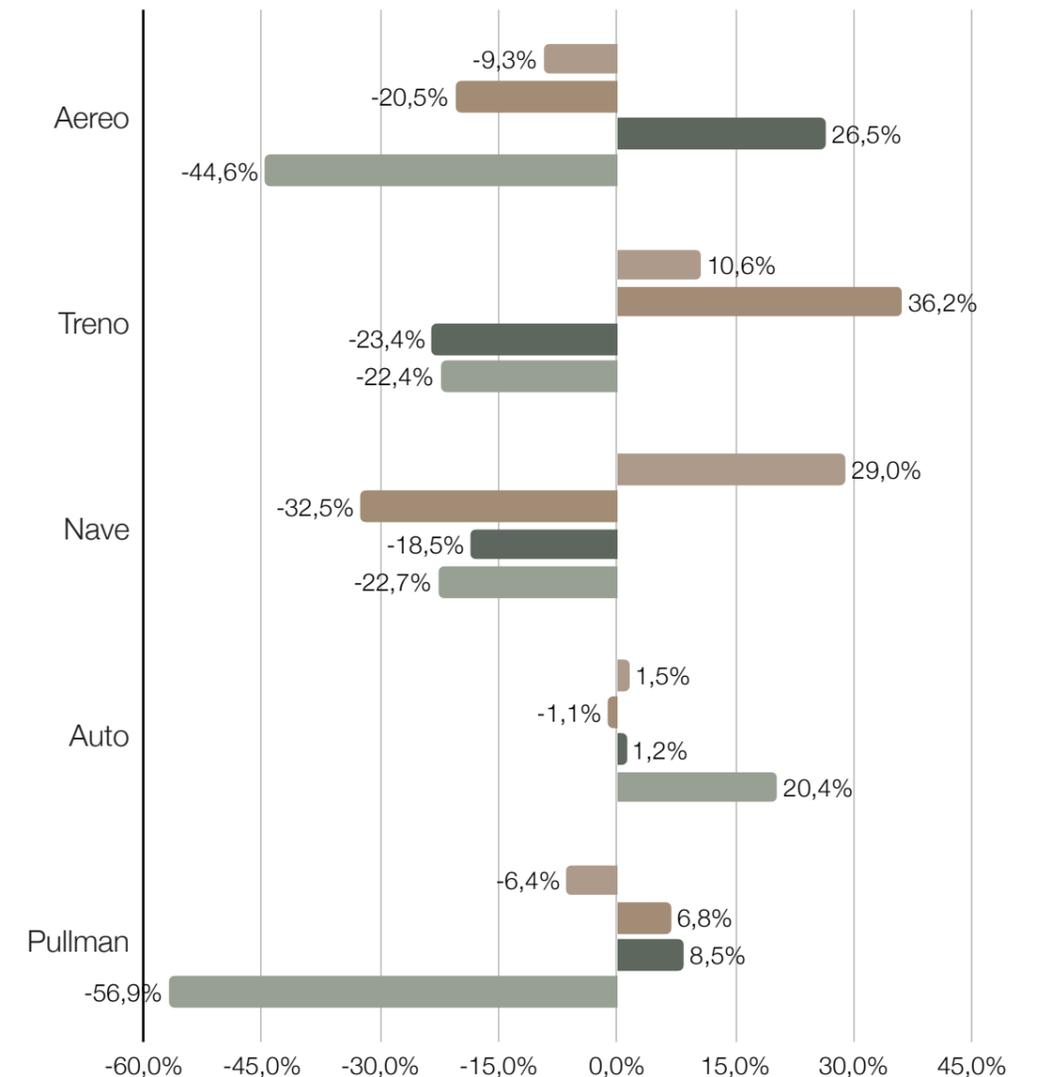
Tabella FN7.1A
Elaborazione personale della variazione percentuale degli alloggi privati negli anni presi in esame
Fonte: Istat, Report Viaggi e Vacanze degli Italiani in Italia e all'estero 2012, 2013,2015,2017 e 2020

Il mezzo maggiormente utilizzato sia l'automobile infatti è anche l'unico a non subire, nel corso degli anni analizzati, una variazione visibile rimanendo pressoché positiva soprattutto nel 2020 in quanto il suo utilizzo è aumentato del 20,4% rispetto al 2017, probabilmente a causa della pandemia da Covid-19 per cui gli italiani sono rimasti sul suolo nazionale. Il secondo mezzo più utilizzato, anche se in forte distacco rispetto al primo, è l'aereo il quale presenta variazioni percentuali negative sino al

- Var. % 2013-2012
- Var. % 2013-2015
- Var. % 2017-2015
- Var. % 2020-2017

Tabella FN8.1
Elaborazione personale della variazione percentuale del mezzo utilizzato dai turisti negli anni presi in esame
Fonte: Istat, Report Viaggi e Vacanze degli Italiani in Italia e all'estero 2012, 2013,2015,2017 e 2020

2015 per poi avere un'ottima ripresa nel 2017 e crollare nel 2020 con il -44,6% a causa delle restrizioni imposte dal Governo Italiano in materia di spostamenti. Altro mezzo che ha subito un notevole calo nel 2020 è il Pullman con il -56,9% nonostante negli anni precedenti si fosse registrata una percentuale positiva e in crescita. Invece una situazione analoga la presentano il treno e la nave, già in calo nel 2017 (treno: -23,4%, nave: -18,5%) e non distaccandosene troppo nel 2020 (treno: -22,4%, nave: -22,7%) (Ved. Tabella e Grafico FN8.1).



IN SITESI

Osservando i dati elaborati si percepisce come sia il numero di viaggiatori che di pernottamenti/notti per vacanza o lavoro abbia avuto negli anni presi in analisi il medesimo andamento quindi un calo negativo nella variazione del 2015 sul 2013, una netta ripresa positiva nel 2017 mentre un calo consistente con cifre medie negative attorno al -40% ma nonostante ciò la durata media del viaggio nel 2020 rispetto agli anni precedenti è aumentata. Per quanto riguarda la vacanza per i luoghi visitati nel 2020 si sono riscontrate delle variazioni positive rispetto all'anno precedente in particolar modo nei luoghi legati al contesto naturale preferiti rispetto alle città, inoltre il turista ha deciso di spostarsi prevalentemente per motivi di svago e divertimento. Invece, per quanto riguarda il lavoro, tutti i settori analizzati hanno avuto delle variazioni negative ad eccezione dei viaggi per riunioni d'affari. Fenomeno interessante riguarda le mete di destinazione, infatti se si osservano i dati riguardanti il territorio nazionale nel 2020 si hanno percentuali positive sia per le vacanze che per il lavoro attorno ad un +12% mentre osservando quelle all'estero il fenomeno si inverte con percentuali negative attorno al -50%. Stessa analisi osservando le strutture ricettive, infatti quelle pubbliche riscontrano percentuali negative in media ad un -6% mentre quelle private presentano variazioni nel 2020 positive di circa +5%. Infine, osservando il mezzo utilizzato nel 2020 si evidenziano delle percentuali negative per tutti quelli analizzati mentre rimane positiva solamente lo spostamento mediante automobile.

3.2.3_ Analisi del movimento turistico in Liguria

Come ultima analisi si sono osservati i dati dei movimenti turistici della Regione Liguria mediante i report del 2012,2013,2015,2017 e 2020 forniti dall'Osservatorio Turistico Regionale per capire se fossero in linea con quelli precedentemente trattati e soprattutto come avesse influito il Covid-19 sul turismo in regione.

In particolare si sono analizzati gli arrivi e le presenze dei turisti in generale, all'interno del comparto alberghiero e extra e in base alla provenienza, in particolare italiana in quanto i dati degli stranieri ci sono forniti solo per il 2017-2020. Analizzando il movimento turistico complessivo e quindi le presenze e gli arrivi si denota omogeneità nei dati. Analizzando in primis gli **arrivi** si nota come il dato migliore per tutte le categorie prese in esame sia la variazione del 2015 sul 2013, per poi aver un lieve calo nell'anno successivo preso in esame, pur restando positivo, e crollare in maniera netta nel 2020. Il crollo meno grave proviene dal flusso di turisti Italiani con il -34,6% mentre quello peggiore dagli stranieri con il -68,6% quindi ben oltre la metà rispetto al 2017. (Ved. Grafico MTL9.1 e Tabella 9) Il medesimo discorso si ripete trattando degli arrivi nelle strutture con il dato migliore registrato nella variazione del 2015 e un crollo netto nel 2020 con il settore extra-alberghiero meno colpito, -44,3%, rispetto a quello alberghiero, -52,2% (Ved. Grafico MTL10.1 e Tabella 10). In media quindi gli arrivi in Liguria nel 2020 sono diminuiti esattamente della metà rispetto al 2017 passando da quasi 5 milioni di arrivi a circa 2,5 milioni. Osservando successivamente le **presenze** si nota come in questo caso la variazione percentuale migliore si sia registrata nel 2017 per poi avere un crollo nel 2020. Il crollo meno grave si registra anche in questo caso per gli Italiani con il -29,7% rispetto all'anno precedente preso in analisi, mentre le presenze degli stranieri registrano un calo ben oltre la metà con il -67,9% (Ved. Grafico MTL9.2 e Tabella 9). Il medesimo discorso si ripete trattando degli arrivi nelle strutture con il dato migliore registrato nella variazione del 2017 e un crollo netto nel 2020 con il settore extra-alberghiero meno colpito, -36,6%, rispetto a quello alberghiero, -49,6% (Ved. Grafico MTL10.2 e Tabella 10). Nonostante questo grave dato le presenze totali risultano avere una variazione percentuale minore rispetto agli arrivi infatti registrano il -44,9% passando da circa 15,5 milioni di presenze nel 2017 a circa 8,6 milioni nel 2020.

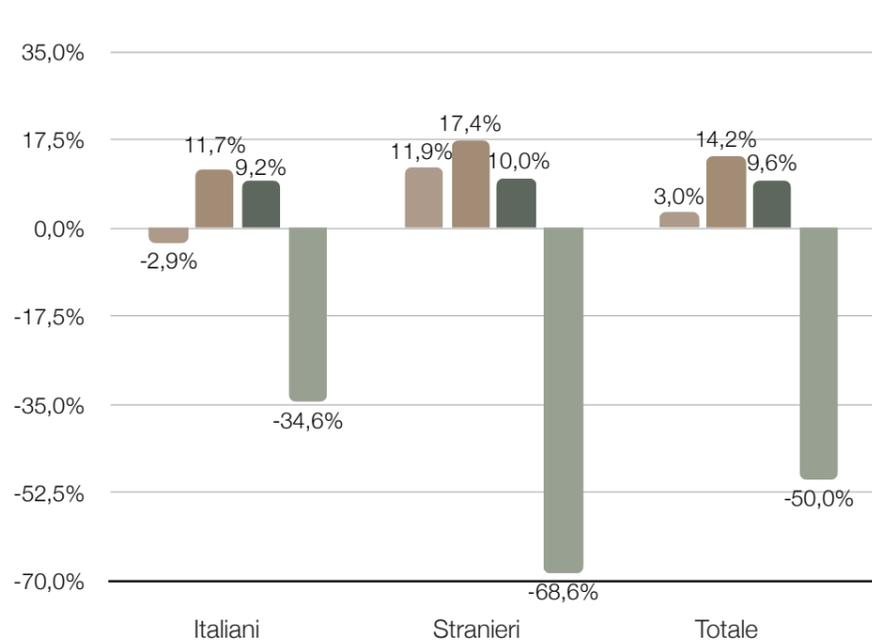


Tabella MTL9.1
Elaborazione personale della variazione percentuale degli arrivi in Liguria negli anni presi in esame
Fonte: Osservatorio turistico regionale, *Analisi del movimento turistico*, report e documenti degli anni 2012, 2013, 2015, 2017, 2020

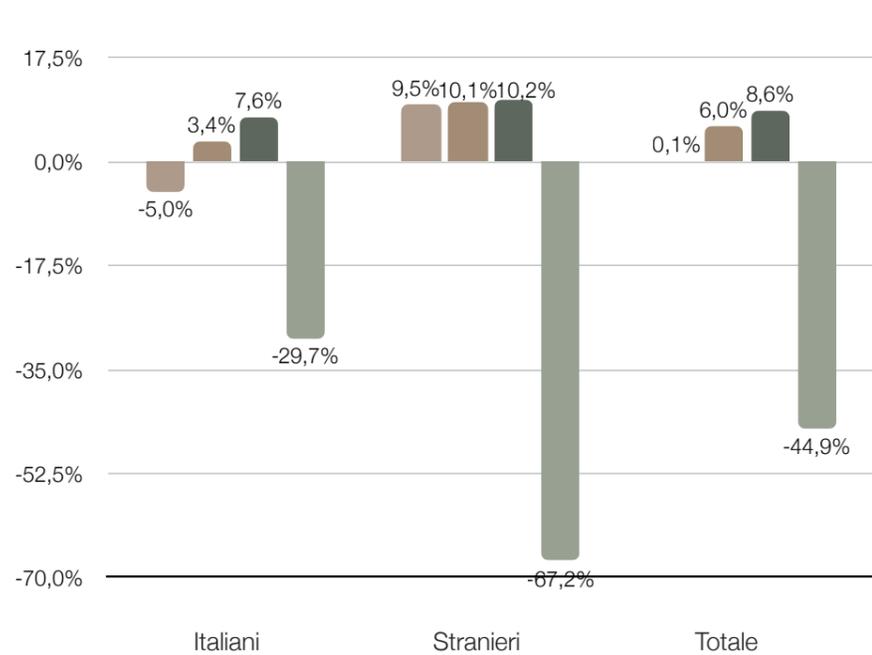
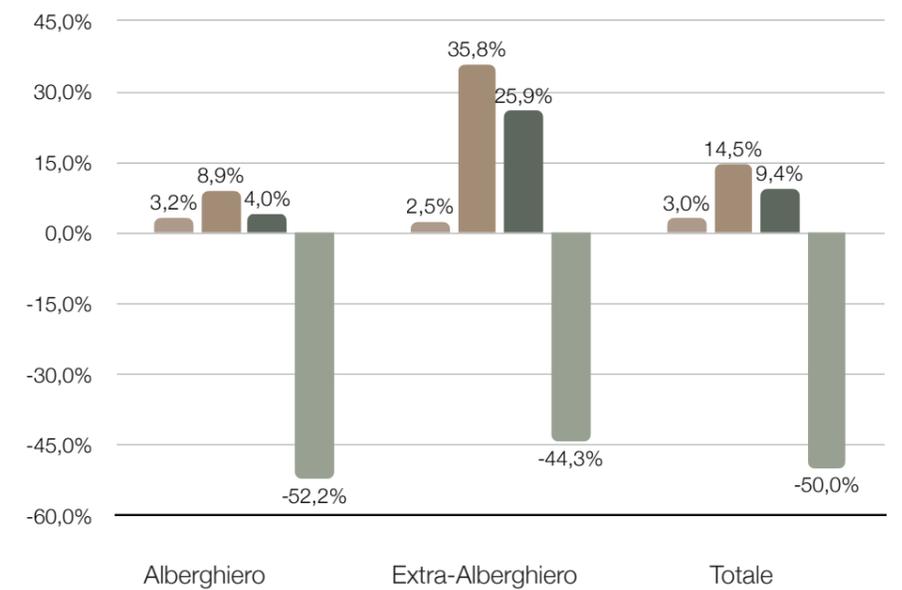


Tabella MTL9.2
Elaborazione personale della variazione percentuale delle presenze in Liguria negli anni presi in esame
Fonte: Osservatorio turistico regionale, *Analisi del movimento turistico*, report e documenti degli anni 2012, 2013, 2015, 2017, 2020

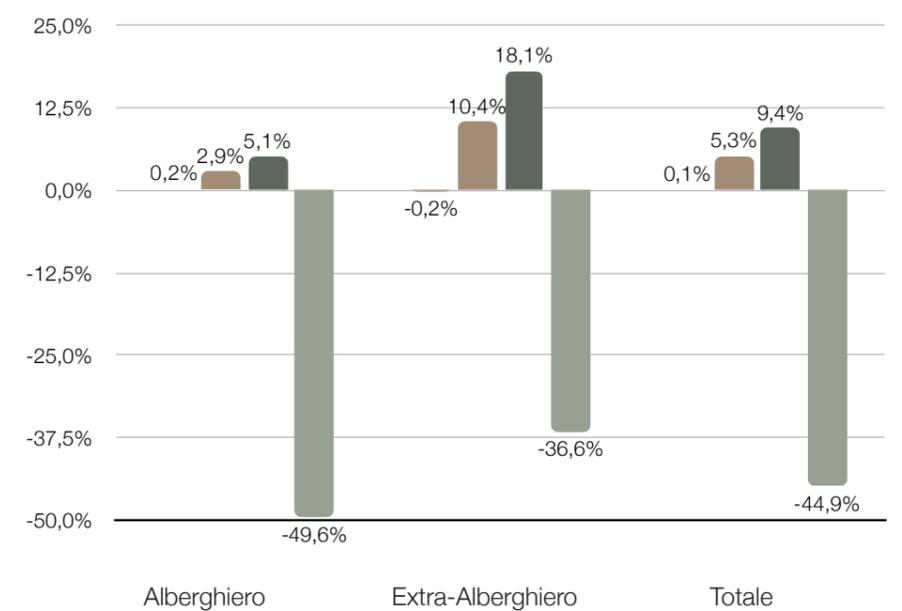
Var. % 2013-2012
Var. % 2013-2015
Var. % 2017-2015
Var. % 2020-2017

Tabella MTL10.1
Elaborazione personale della variazione percentuale degli arrivi nelle strutture ricettive e extra in Liguria negli anni presi in esame
Fonte: Osservatorio turistico regionale, *Analisi del movimento turistico*, report e documenti degli anni 2012, 2013, 2015, 2017, 2020



Var. % 2013-2012
Var. % 2013-2015
Var. % 2017-2015
Var. % 2020-2017

Tabella MTL10.2
Elaborazione personale della variazione percentuale delle presenze nelle strutture ricettive e extra in Liguria negli anni presi in esame
Fonte: Osservatorio turistico regionale, *Analisi del movimento turistico*, report e documenti degli anni 2012, 2013, 2015, 2017, 2020



Osservando gli **arrivi**, in base all'area geografica nazionale di provenienza, si osserva come vi sia omogeneità nell'andamento dei dati infatti tutte le macro zone presentano un primo dato negativo per poi avere una ripresa positiva nel 2013 e alzarsi positivamente nel 2017 dove tutte le zone presentano il loro dato migliore ad eccezione del Nord-Ovest per poi avere un calo netto nel 2020 con percentuali che vanno dal -36,7% del Nord-Est al 45,1% del Centro. Osservando la situazione Italiana nella sua globalità in media il calo nel 2020 si aggira attorno al -34,6% passando da circa 2.6 milioni di arrivi nel 2017 a circa 1.7 milioni nel 2020 (Ved. Grafico MTL11.1 e Tabella 11). Per quanto riguarda le presenze risulta essere simile agli arrivi, con il dato migliore registrato nella variazione del 2017 e un crollo netto nel 2020 che si staglia in un range che va dal -12,7% del Sud al -34,5% del centro. La situazione Italiana nella sua globalità in media il calo nel 2020 si aggira attorno al -29,7% passando da circa 9,2 milioni di arrivi nel 2017 a circa 6.5 milioni nel 2020 (Ved. Grafico MTL11.2 e Tabella 11).

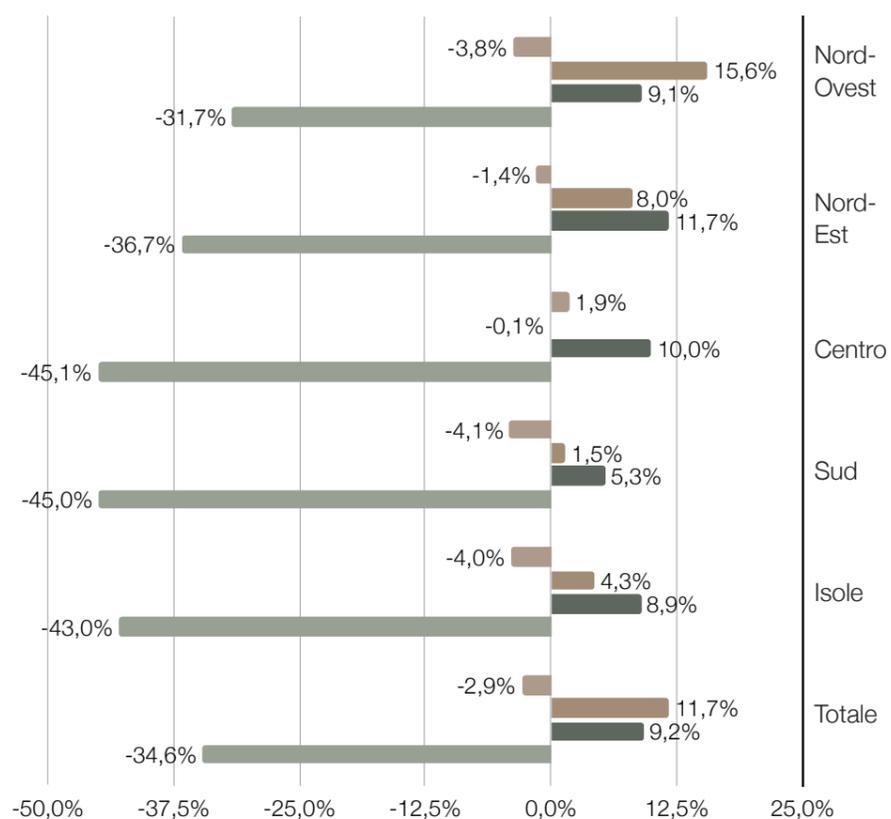
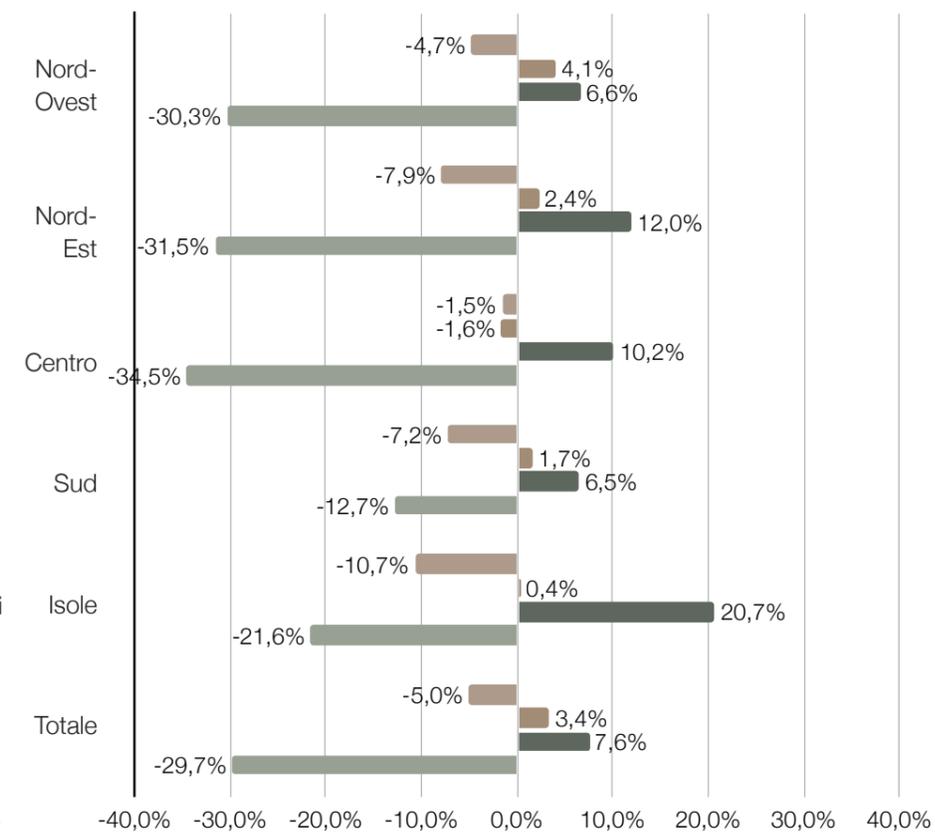


Tabella MTL11.1
Elaborazione personale della variazione percentuale degli arrivi in base all'area geografica in Liguria negli anni presi in esame
Fonte: Osservatorio turistico regionale, *Analisi del movimento turistico*, report e documenti degli anni 2012, 2013, 2015, 2017, 2020

Var. % 2013-2012
Var. % 2013-2015
Var. % 2017-2015
Var. % 2020-2017

Tabella MTL11.2
Elaborazione personale della variazione percentuale delle presenze in base all'area geografica in Liguria negli anni presi in esame
Fonte: Osservatorio turistico regionale, *Analisi del movimento turistico*, report e documenti degli anni 2012, 2013, 2015, 2017, 2020



In seguito si è anche analizzata la situazione della Liguria sull'ambito internazionale. In primo luogo è stata analizzata la spesa complessiva sia per la regione di destinazione del turista straniero che per provenienza del turista Italiano in cui si notano delle differenze. Nel primo caso, il turista straniero che proviene in Liguria negli anni presi in considerazione ha mantenuto variazioni percentuali positive registrando nel 2017 il risultato migliore, mentre il Ligure che si sposta in viaggi internazionali presenta un flusso di denaro meno costante con la variazione percentuale migliore registrata nel 2015 e un calo negativo nel 2017. Entrambe le categorie però presentano una caratteristica simile infatti subiscono un crollo nel 2020 notevole, in cui il turista proveniente dalla Liguria si registra con -52% passando da 612 milioni di € nel 2017 a 294 nel 2020, mentre lo straniero registra -37,1% passando da 2050 milioni di € nel 2017 a 1289 nel 2020 (Ved. Tabella e Grafico MTL.12).

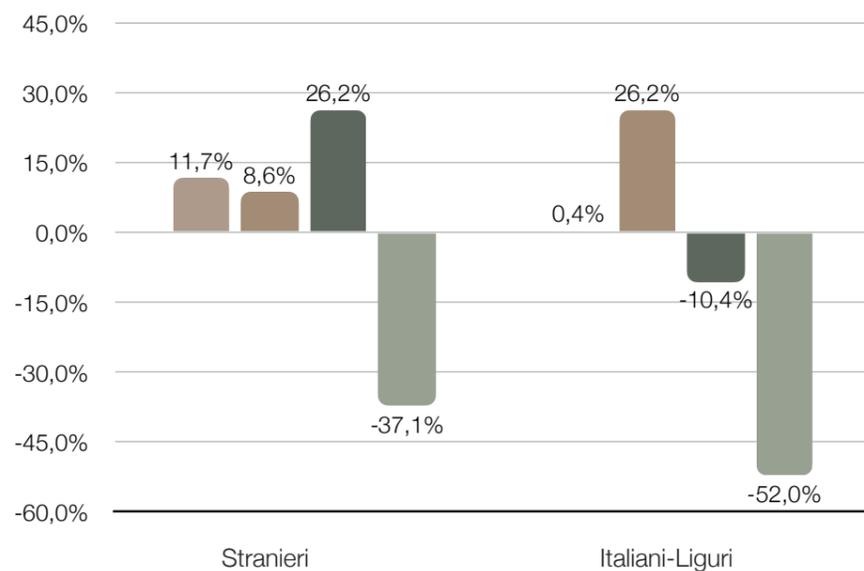


Grafico MTL.12
Elaborazione personale della variazione percentuale della spesa complessiva per regione di destinazione per gli stranieri e per regione di residenza degli Italiani negli anni presi in esame
Fonte: Banca D'Italia, serie storiche 1997-2020

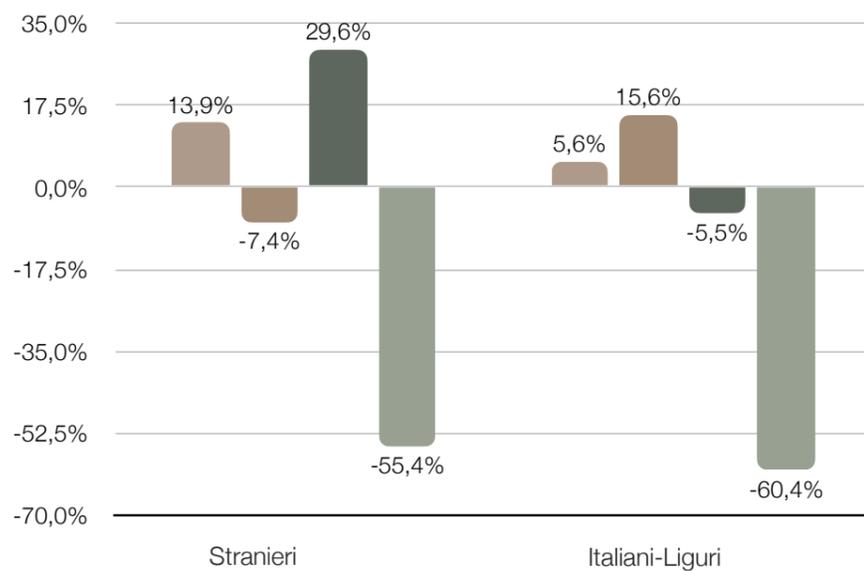


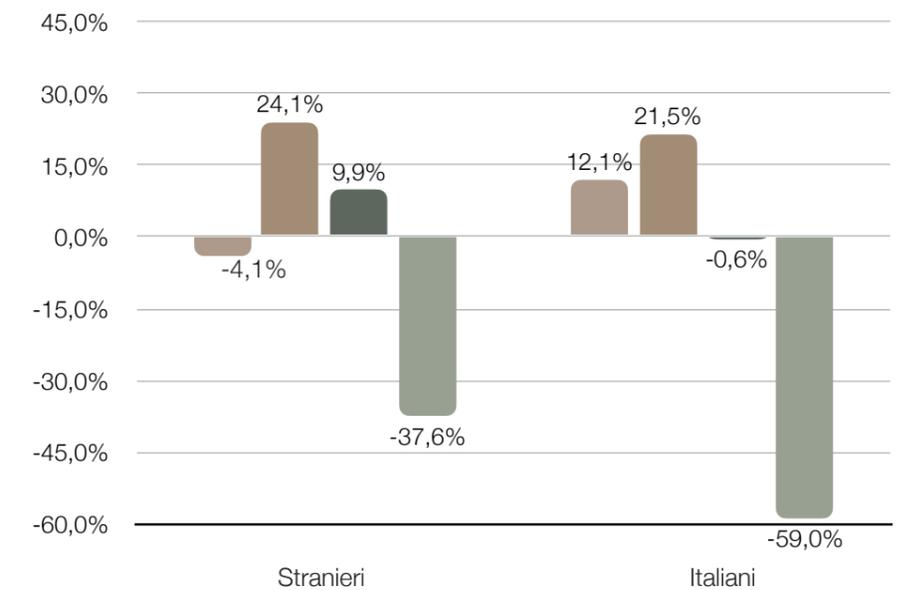
Grafico MTL.13
Elaborazione personale della variazione percentuale del viaggiatore per regione di destinazione per gli stranieri e per regione di residenza degli Italiani negli anni presi in esame
Fonte: Banca D'Italia, serie storiche 1997-2020

In secondo luogo sono stati analizzati i viaggiatori sia per la regione di destinazione del turista straniero che per provenienza del turista Italiano in cui si nota un andamento opposto. Nel primo caso, il turista straniero presenta un primo anno con una variazione positiva, l'anno successivo negativa e nel 2017 presentare la variazione percentuale migliore, mentre per il turista ligure all'estero la situazione è opposta, ad eccezione del primo anno, infatti presenta la variazione migliore nel 2015 per poi calare nel 2017.

Entrambe le categorie però presentano una caratteristica simile infatti subiscono un crollo nel 2020 notevole, in cui il turista proveniente dalla Liguria si registra con -60,4% passando da 3,2 milioni di turisti nel 2017 a 1,3 nel 2020, mentre lo straniero registra -55,4% passando da 9,1 milioni di viaggiatori nel 2017 a 4,1 nel 2020 (Ved. Tabella e Grafico MTL.13). In terzo luogo sono stati analizzati i pernottamenti sia per la regione di destinazione del turista straniero che per provenienza del turista Italiano in cui si nota un andamento simile. Nel primo caso, il turista straniero presenta un primo anno con una variazione negativa per poi diventare positiva e la migliore nel 2015 e diminuire, pur restando positiva nel 2017, mentre per il turista ligure all'estero la situazione si presenta positiva per i primi due anni e avere la variazione migliore nel 2015 per poi crollare nel 2017 con una variazione negativa. Entrambe le categorie però presentano una caratteristica simile infatti subiscono un crollo nel 2020 notevole, in cui il turista proveniente dalla Liguria si registra con -59% passando da 8,4 milioni di notti nel 2017 a 3,4 nel 2020, mentre lo straniero registra -37,6% passando da 15,7 milioni di notti nel 2017 a 9,8 nel 2020 (Ved. Tabella e Grafico MTL.14).

Var. % 2013-2012
Var. % 2013-2015
Var. % 2017-2015
Var. % 2020-2017

Grafico MTL.14
Elaborazione personale della variazione percentuale dei pernottamenti per regione di destinazione per gli stranieri e per regione di residenza degli Italiani negli anni presi in esame
Fonte: Banca D'Italia, serie storiche 1997-2020



IN SITESI

Osservando la situazione in Liguria risulta essere in linea con i trend osservati sia nell'ambito internazionale che Italiano in quanto il turismo presentava buone percentuali negli anni precedenti, con le giuste variazioni del caso, subendo un rovinoso calo nel 2020 in particolar modo dagli stranieri, infatti per gli arrivi e le presenze complessive si registra un calo di oltre il -65% mentre per le strutture prese in esame oltre il -35%. La situazione degli Italiani risulta essere migliore rispetto agli stranieri ma comunque con valori negativi infatti gli arrivi e le presenze nel 2020 registrano di circa -30% mentre per le strutture intorno al -40%. Successivamente si è osservato anche il turismo Ligure sul panorama internazionale sia per quanto riguarda il turista straniero che proviene in regione e sia per il turista Ligure che si sposta dalla Liguria e nelle tre macro categorie analizzate (spesa complessiva, viaggiatori e pernottamenti) si è registrato un calo consistente nel 2020 con le percentuali relative al turista Ligure maggiori con valori sempre oltre il -50%, rispetto a quello straniero in visita nella Regione con una media delle percentuali di oltre il -40%.

16. Ministero dell Cultura, *Cultura Next Generation You Recovery and resilience plan*, Roma, 26 aprile 2021, pp.2 <https://cultura.gov.it/recovery>

17. Discorso in merito al PNRR di Dario Franceschini 26 aprile 2021 <https://cultura.gov.it/recovery>

Il Covid-19 ha rappresentato un momento molto significativo, sia nel bene che nel male, e attualmente si sempre più dire la parola **ripartenza** ed è proprio da questo termine che l'Italia, e quindi la Liguria, si stanno muovendo nella prossime mosse politiche e di valorizzazione del territorio. Infatti prima di capire quali siano le strategie della Regione, in seguito alla Pandemia, risulta necessario introdurre la strategia intrapresa dal Governo Italiano, ovvero il **Piano nazionale di ripresa e resilienza (PNRR)** che "con 6,675 miliardi di euro si mira a incrementare il livello di attrattività del sistema turistico e culturale del Paese attraverso la modernizzazione delle infrastrutture, materiali e immateriali"¹⁶. Dalle parole del Ministro della Cultura **Dario Franceschini**, si percepisce quanto sia fondamentale un capitolo interamente dedicato alle tematiche culturali e turistiche infatti "La cultura darà un grande contributo alla ripartenza del Paese. Il Recovery plan introduce risorse fondamentali che dimostrano come la cultura sia al centro delle scelte di questo governo. Da interventi sui grandi attrattori culturali nelle città metropolitane a una grande operazione di rilancio dei borghi, all'intervento sulla sicurezza antisismica dei luoghi di culto, alla digitalizzazione, alla creatività e al potenziamento dell'industria cinematografica"¹⁷. In particolar modo, quindi, si fa riferimento alla **Missione 1: Digitalizzazione, Innovazione, Competitività, Cultura e Turismo** a cui sono destinati circa 40,32 miliardi di € che si suddivide a sua volta in altre tre missioni.



FIG. 3.6
Copertina del dossier per la missione 1 del PNRR (sotto)

MISURA 1: PATRIMONIO CULTURALE PER LA PROSSIMA GENERAZIONE

1.1 PIATTAFORME E STRATEGIE DIGITALI PER L'ACCESSO AL PATRIMONIO CULTURALE € 500 MLN

€ 300 MLN 1.2 MIGLIORARE L'EFFICIENZA ENERGETICA DI CINEMA, TEATRI E MUSEI

1.3 RIMOZIONE DI BARRIERE ARCHITETTONICHE IN MUSEI, BIBLIOTECHE E ARCHIVI E INVESTIMENTI PER L'ACCESSIBILITA' € 300 MLN

MISURA 2: RIGENERAZIONE DI PICCOLI SITI CULTURALI, PATRIMONIO CULTURALE, RELIGIOSO E RURALE

2.1 PIANO NAZIONALE PER MIGLIORARE L'ATTRATTIVITA' DEI BORGHI € 1,020 MLN

€ 600 MLN 2.2 PROTEZIONE E VALORIZZAZIONE DELL'ARCHITETTURA E DEL PAESAGGIO RURALE

2.3 PROGRAMMI PER VALORIZZARE PARCHI E GIARDINI STORICI € 300 MLN

€ 800 MLN 2.4 RECOVERY ART CONSERVATION PROJECT E SICUREZZA SISMICA NEI LUOGHI DI CULTO, RESTAURO E PATRIMONIO FEC

MISURA 3: INDUSTRIE CULTURALI E CREATIVE 4.0

3.1 SVILUPPO INDUSTRIE CINEMATOGRAFICA PROGETTO CINECITTA' E CENTRO SPERIMENTALE CINEMATOGRAFIA € 300 MLN

€ 155 MLN 3.2 SVILUPPO DELLA CAPACITA' DEGLI OPERATORI DELLA CULTURA PER GESTIRE LA TRANSIZIONE DIGITALE E VERDE

18. In Liguria, Agenzia Regionale per la promozione turistica, *Piano delle attività 2021*, Genova, 18 marzo 2021

Le politiche intraprese mediante il PNRR, i fatti accaduti nell'ultimo anno e mezzo in base e alle analisi svolte che hanno riportato un quadro chiaro della situazione e hanno messo in evidenza in maniera esponenziale determinate problematiche magari già riscontrate in precedenza, la Regione Liguria e, in particolar modo l'Agenzia InLiguria, hanno elaborato il **Piano delle Attività 2021**¹⁸ con l'obiettivo primario di migliorare e implementare il settore del marketing territoriale stanziando un budget complessivo di 1.500.000 € approvato attraverso il DGR n.43 il 29 gennaio 2021. Il piano, per essere redatto, ha necessariamente tenuto in considerazione diversi fattori tra cui: garantire e assicurare salute e sicurezza sia per il turista che per il cittadino adottando appositi protocolli e misure; tenere in considerazione la nuova tendenza in fatto di spostamenti, ovvero vacanze con destinazioni prossime a casa propria preferibilmente raggiungibili con mezzi propri preferendoli a mezzi pubblici. Inoltre si preferiranno vacanze più brevi ma continuative in particolare modo nei weekend; puntare anche sul turismo interno e quindi incentivare il cittadino a scoprire il proprio territorio; incentivare una vacanza a contatto con la natura in quanto sta sempre più aumentando la richiesta verso un turismo più sostenibile. A monte di queste considerazioni l'attività di marketing territoriale ha deciso di sviluppare il suo progetto per la Regione introducendo delle novità e quindi muovendosi su due asset fondamentali, i quali rappresenteranno anche gli incipit da cui si costruirà il nuovo piano triennale del Turismo.

- 1. Liguria destinazione sostenibile** mediante la costruzione di un percorso volto sempre più al turismo sostenibile, in linea con i dettami internazionali ed europei, che includa quindi tutte le tematiche che vi si legano così da sostenere le piccole produzioni per dare un prodotto di qualità, attivare le aree interne e i Parchi
- 2. Liguria destinazione accessibile e inclusiva** (vuole essere la prima regione con tale riconoscimento così da fornire ai territori, utenti e fruitori servizi, mezzi, informazioni ed esperienze a tutti in egual modo da poter vivere la vacanza in serenità).

FIG.3.7

Rielaborazione personale delle missioni e ripartizione del budget a seconda delle operazioni da eseguire in base alle direttive del PNRR

Il Piano Strategico si basa su una serie di obiettivi ricavati in seguito all'analisi di progetti, strategie e azioni. In base a questi si costruiscono le nuove azioni con il proprio budget a disposizione per poter eseguire la loro funzione con l'obiettivo fondamentale e prioritario di attuare una sinergia tra i partner che collaborano al progetto e di portare avanti quelle già messe in atto con il Patto del Turismo 2017-2020.



- 01 Incrementare la conoscenza e la notorietà della Liguria
- 02 Aumentare la competitività a livello nazionale e internazionale
- 03 Aumentare i flussi internazionali e nazionali di qualità e all season da mercati obiettivo
- 04 Accompagnare ogni fase della customer journey del turista della fase sogno, ricerca, prenotazione e esperienza
- 05 Progettare eventi e iniziative speciali per favorire l'incontro tra buyer e seller
- 06 Stimolare innovazione nell'offerta degli operatori turistici e della filiera
- 07 Aumentare l'engagement e la visibilità sulle piattaforme sociale e di relazione con le community
- 08 Stimolare la creazione di prodotti tematici trasversali a diversi settori economici (agricoltura, enogastronomia, cultura...)
- 09 Gestire ed evolvere un ecosistema di informazione e comunicazione digitale in linea con i trend del settore
- 10 Costruire partnership e network di collaborazione con operatori e associazioni territoriali

1_AZIONE DI NETWORKING E SUPPORTO DEGLI STAKEHOLDER

L'Agenzia, mediante i nuovi obiettivi e strategie, deve ripensare al proprio ruolo sul territorio e quindi si impegna nel creare strumenti, modelli e progetti finalizzati a garantire la massima sinergia tra gli attori come:

- raccogliere e distribuire dati per le analisi di mercato;
- creare progetti e incontri per il comparto turistico per le future strategie; creare strumenti e piattaforme digitali per la comunicazione e compravendita;
- migliorare la conoscenza dell'offerta turistica integrandola con quella esistente e formulare delle partnership

2_ INIZIATIVE LEGATE ALLA CREAZIONE DI "EXPERIENCE"

Grazie alla nuova tendenza del travel experience si cerca di rendere mete turistiche anche i piccoli borghi cercandone la loro particolarità in quanto questa tipologia di vacanza risulta essere sempre più richiesta quindi si sta sempre più cercando di realizzare nuovi progetti come ad esempio:

1. GET YOUR LIGURIA EXPERIENCE: progetto di influencer marketing finalizzato alla promo-commercializzazione di esperienze e itinerari tematici
2. FOOD AMBASSADOR LIGURIA: ideazione di una strategia di marketing e comunicazione con l'obiettivo di sostenere chi mobilita nel settore dei tre prodotti DOP della Liguria (olio, vino e basilico)
3. ADOTTAUNA CANTINA: progetto per sostenere le cantine di produttori locali
4. BE ACTIVE LIGURIA: riattivare e rilanciare il comparto outdoor
5. PASTA PESTO DAY: format di promozione a livello mondiale per il prodotto maggiormente conosciuto della Regione con iniziative dedite a far conoscere anche il territorio

€ 315.000

3_AZIONE PROMO-COMMERCIALI

Sono progetti per valorizzare i comparti atti a ospitare eventi, congressi, fiere sul territorio regionale così da far conoscere i prodotti e servizi emergenti.

€ 455.000

4_AZIONI DI COMUNICAZIONE DEL BRAND LIGURIA E DELLE DESTINAZIONI

Si colloca nella fase strategica del viaggio, riportata ne Piano del Turismo 2020, del sogno e dell'ispirazione quindi nel momento in cui si decide la meta del viaggio e ha l'obbiettivo di suscitare interesse e attrarre i turisti e per raggiungerlo risulta necessario capire come sia posizionata sui mercati il marchio Liguria mantenendo sempre una vivida comunicazione sia in maniera diretta (gestito dall'Agenzia, siti web, blog...), indiretta (tv, radio, editoria...) e eventi e campagne rivolte al pubblico. Perciò bisogna l'obbiettivo è quello di lavorare su questi tre canali e implementare la conoscenza e la comunicazione del territorio. Uno dei progetti fondamentali per cui si intende lavorare è volto verso il sostegno e la promozione del turismo sostenibile perchè si registra una fortissima relazione tra il territorio e il suo patrimonio e l'attrattiva che richiama il turista a visitare quel luogo. Quindi la strategia che si intende applicare parte dal voler valorizzare le risorse già presenti e migliorare la loro sinergia e sostenere le aree protette volendone valorizzare non solo il territorio ma anche le sue peculiarità, tradizioni e assetto culturale quindi la strategia *"mira a creare le condizioni perchè i Parchi e le Aree protette diventino attori strategici per la pianificazione e la gestione dello sviluppo locale sostenibile (...) conciliando domanda e offerta nella consapevolezza della fragilità e unicità degli equilibri naturali e culturali presenti in un territorio cercando di dare un nuovo volto al turismo: più lento, più profondo, più dolce."*¹⁹

€ 730.000

TOTALE FINANZIAMENTI

€ 1.500.000

19. In Liguria, Agenzia Regionale per la promozione turistica, *Piano delle attività 2021*, Genova, 18 marzo 2021, pp.16



FIG. 3.8 e 3.9
 Logo del progetto Alcotra e i territori inclusi nel progetto

20. <https://www.interreg-alcotra.eu/it/scopri-alcotra/presentazione-del-programma>

La Regione opera in programmazioni sia a livello europeo che in collaborazione con altre regioni del suolo nazionale. Per quanto riguarda il primo livello si inserisce nella programmazione europea 2014-2020, in particolar modo mediante i Programmi Operativi di cooperazione transfrontaliera. Nello specifico attraverso il **Programma Operativo Alcotra**²⁰ (Alpi Latine COoperazione TRAnsfrontaliera) di cooperazione transfrontaliera che interessa le frontiere a ovest lungo l'arco alpino tra Italia e Francia mediante quattro assi prioritari.

IL BUDGET

198,80 M€ di FERS per il progetto Alcotra 2014-2020 rispetto ai 149,70 M€ di FERS per il progetto precedente del 2007-2013

I BENEFICIARI

Organismi pubblici, PMI, organismi di formazione professionale, università e centri di ricerca, associazioni, parchi naturali, camere di commercio ...

L'OBBIETTIVO

Favorisce la complementarità e il dinamismo dei territori in un'ottica di sviluppo sostenibile e solidale

PRESENTAZIONE PROGETTO

Presentato mediante appositi bandi pubblicati sul sito del programma stesso e deve comprendere almeno un partner da entrambi i lati della frontiera.

GESTIONE

La regione Auvernia-Rodano- Alpi che si occupa della gestione del programma ed è responsabile della sua attuazione e si avvale dell'assistenza del Segretariato Congiunto con sede a Torino che svolge attività di istruttoria e segue l'andamento dei progetti.

I PARTNER

La commissione europea, Stati membri Italia-Francia, la città metropolitana di Torino, Provincia di Cuneo e Imperia, Regione Autonoma della Valle d'Aosta, Auvernia-Rodano-Alpi e Provenza-Alpi -Costa Azzurra

LE TEMATICHE

1. Ricerca e innovazione
2. Ambiente e valorizzazione delle risorse
3. Economia a basse emissioni di carbonio

4. Adattamento al cambiamento climatico
5. Inclusione sociale
6. Istruzione e formazione

INNOVAZIONE APPLICATA

Facilitare il trasferimento dell'innovazione e delle tecnologie abilitanti

Tematiche 1 e 3

ASSE 1

AMBIENTE SICURO

Aumento della resilienza del territorio

Tematiche 4

ASSE 2

ATTRATTIVITA' DEL TERRITORIO

Conservazione ambientale e valorizzazione delle risorse naturali e culturali mediante il turismo sostenibile

Tematiche 2 e 3

ASSE 3

INCLUSIONE SOCIALE E CITTADINANZA EUROPEA

Favorire l'insediamento e la permanenza di famiglie e persone in aree montanee e rurali

Tematiche 5 e 6

ASSE 4

FIG. 3.10
Assi prioritari del progetto
Alcotra



FIG. 3.11
Simbolo del progetto
PA.C.E

PA.C.E (patrimonio, cultura ed economia)

Status: in corso

Tematica: Patrimonio naturale e culturale

Data inizio attività: 15/01/2019

Localizzazione: Alpi dell'Alta Provenza, Alpi Marittime, Cuneo, Alta Savoia, Imperia, Savoia, Torino, Valle d'Aosta

Obiettivi: l'incremento della capacità di salvaguardia e di valorizzazione del proprio patrimonio culturale; la valorizzazione di siti culturali meno noti; l'appropriazione e consapevolezza del patrimonio culturale comune da parte dei giovani e del grande pubblico; la messa in rete di siti del patrimonio diffuso, in modo particolare quelli meno noti.

| | | |
|----------------------|---|--------------|
| Budget totale | € | 6 734 117,65 |
| Budget FESR | € | 5 724 000 |
| Budget Contropartite | € | 1 010 117,65 |

ALPIMED

Status: in corso

Tematica: cambiamento climatico, mobilità sostenibile, innovazione applicata e patrimonio naturale e culturale

Data inizio attività: 3/10/2018

Localizzazione: Alpi Marittime, Cuneo e Imperia

Obiettivi: l'obiettivo fondamentale è quello di creare una cooperazione transfrontaliera sotto l'ottica dello sviluppo sostenibile delle zone più periferiche. Il progetto si struttura su 4 sfide per rispondere a questo compito tra cui INNOV (promuovere l'accesso all'innovazione per le imprese giovanili), PATRIM (creare destinazione turistica su diversi itinerari), CLIMA (sensibilizzare la popolazione sul cambiamento climatico e mantenimento dell'economia montana e rurale) e MOBIL (sviluppo di nuovi servizi per una mobilità sostenibile)

| | | |
|----------------------|---|--------------|
| Budget totale | € | 8 417 747,06 |
| Budget FESR | € | 7 155 000,00 |
| Budget Contropartite | € | 1 262 917,06 |

PAYS-SAGES

Status: in corso

Tematica: Economia a bassa emissione di carbonio, prevenzione dei rischi, educazione e formazione professionale, patrimonio culturale e naturalistico

Data inizio attività: 08/11/2018

Localizzazione: Cuneo, Imperia, Sud-Provenza-Alpi-Costa Azzurra

Obbiettivi: comprendere il valore del paesaggio e la sua varietà e prendersene cura in particolar modo dai locali agganciando i sistemi più deboli come l'entroterra e le aree montane con i sistemi forti come la Costa Azzurra e la Riviera dei fiori e operando su più fronti tra cui il turismo e rendere il tutto sotto l'ottica della sostenibilità.

| | | |
|----------------------|---|--------------|
| Budget totale | € | 6 734 117,65 |
| Budget FESR | € | 5 724 000,00 |
| Budget Contropartite | € | 1 010 117,65 |



FIG.3.13
Simbolo del progetto
PAYS-SAGES

M.I.T.O (modelli integrati per il turismo outdoor nello spazio Alcotra)

Status: in corso

Tematica: Patrimonio naturale e culturale

Data inizio attività: 3/10/2018

Localizzazione: Alpi dell'Alta Provenza, Alpi Marittime, Auvergne Rhone-Alpes, Hautes-Alpes, Liguria, Piemonte, Savoia, Sud Provenza-Alpi-Costa Azzurra, Valle D'Aosta

Obbiettivi: l'obbiettivo fondamentale è quello di creare un mercato turistico internazionale per l'outdoor promuovendo e valorizzando il patrimonio naturalistico, ambientale e culturale; creare sviluppo e occupazione grazie ad un sistema integrato per il turismo; sviluppare prodotti innovativi ma che rispondano alla domanda e integrando il sistema pubblico e privato promuovendo progetti di governance integrata.

| | | |
|----------------------|---|--------------|
| Budget totale | € | 7 856 469,99 |
| Budget FESR | € | 6 677 999,49 |
| Budget Contropartite | € | 1 178 469,99 |



FIG.3.14
Simbolo del progetto
M.I.T.O

Altro programma a livello europeo che coinvolge la Liguria è il **Programma Operativo Italia-Francia Marittimo** con l'obiettivo di contribuire a rafforzare la cooperazione transfrontaliera tra le regioni partecipanti e a fare dello spazio una zona competitiva e sostenibile. Il progetto è cofinanziato dal Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale (FESR) nell'ambito della Cooperazione Territoriale Europea (CTE) e possiede una dotazione finanziaria di 199.649.898,00 € (169.702.411,00 € di FESR). Al programma partecipano i due stati membro Francia e Italia e le loro regioni annesse come la Corsica, la Sardegna, la Liguria) e le cinque province della costa Toscana (Massa-Carrara, Lucca, Pisa, Livorno, Grosseto), i dipartimenti francesi delle Alpi-Marittime e del Var, situati nella Regione Provence-Alpes-Côte d'Azur (PACA)²¹. Nell'ambito di questo programma la Liguria è partner del progetto **Intense**.

21. <http://interreg-maritime.eu/it/web/pc-marittimo/home>



FIG. 3.15, 3.16 e 3.17
Logo del progetto Interreg
Marittimo, i territori inclusi
nel progetto e logo del
progetto Intense



IL BUDGET

5.100.000 € del finanziamento per il progetto Intense di cui 4.335.000 € del fondo FESR

DURATA

dal 1 gennaio 2017 al 31 dicembre 2019 con rinnovo per il piano Interreg-Mediterraneo 2021-2017

OBBIETTIVO GENERALE

Aumentare il numero e le presenze dei turisti nel corso dell'anno nell'area transfrontaliera, attraverso un piano di gestione congiunto dell'itinerario turistico sostenibile, identificato nel corso delle attività progettuali.

LA SFIDA

Individuare e gestire in forma integrata un sistema di itinerari turistici sostenibili, che interessi tutti i territori dell'area partner, in particolare promuovendo il turismo ciclabile ed escursionistico e finalizzato alla creazione di un nuovo prodotto turistico per lo sviluppo sostenibile dell'area transfrontaliera.

OBBIETTIVO TEMATICO

Preservare e tutelare l'ambiente e promuovere l'efficienza delle risorse: prevede lo sviluppo di un turismo sostenibile, integrato con mobilità dolce e intermodalità, come prospettiva di crescita socioeconomica per l'area transfrontaliera, tramite l'individuazione e la gestione integrata di un sistema d'itinerari turistici sostenibili e la promozione del turismo ciclabile ed escursionistico che valorizzino il patrimonio naturale-culturale dei territori partner.

RISULTATI ATTESI

1. Diversificazione della presenza turistica
2. Integrazione tra offerta turistica e mobilità intermodale
3. Maggiore coinvolgimento delle PMI del settore turistico
4. Collaborazione più intensa tra PA e PMI
5. Nascita di reti di impresa e consorzi territoriali e transfrontalieri per la prestazione e la gestione dei servizi
6. Coinvolgimento dei cittadini e dei turisti.

22. <https://www.regione.liguria.it/homepage/turismo/progetti-turistici/progetti-interregionali-di-eccellenza.html>

Per quanto riguarda i **progetti interregionali** con la legge 269/2006 (articolo 1, comma 1228) lo Stato ha messo a disposizione fondi per la realizzazione di progetti di eccellenza per lo sviluppo e la promozione del sistema turistico nazionale e al recupero della sua competitività sul piano internazionale. Tali progetti hanno lo scopo, attraverso nuove strategie di marketing turistico, di rivitalizzare i prodotti turistici tradizionali (mare e città d'arte) e di favorire l'ampliamento dell'offerta turistica con prodotti legati al turismo attivo e al turismo all season, in coerenza con le indicazioni della programmazione turistica regionale. Per la Liguria è stato previsto uno stanziamento di circa 5 milioni di euro sulla base del quale sono stati approvati dalla Regione quattro progetti di eccellenza denominati²²:

- L'altra stagione in Liguria
- Turismo attivo
- Promozione della Liguria all'estero
- I Borghi di eccellenza

OBBIETTIVI:

- Aumentare la conoscenza e l'immagine della marca Liguria e delle sotto-marche locali
- Far crescere i flussi turistici e aumentare l'integrazione costa-entroterra
- Ampliare la gamma dei prodotti turistici
- Destagionalizzare i flussi turistici
- Diversificare i bacini di provenienza e la clientela
- Potenziare la capacità dei servizi e offerte

SFIDA:

creazione di offerte sotto un unico brand e il possibile sviluppo di club di prodotti specifici a diversi momenti dell'anno

FINANZIAMENTO:

1.500.000 €

PROG. 1

L'ALTRA STAGIONE IN LIGURIA

OBBIETTIVO:

creare una rete di offerta outdoor mediante l'individuazione e la messa a sistema dei percorsi cicloturistici, mountain bike e escursionistici esistenti o di integrazione fra quelli esistenti, creando club di prodotto specifici che rendano riconoscibile la proposta Liguria, nell'ambito del filone del turismo esperienziale,

SFIDE:

- Georeferenziazione dei percorsi
- Favorire lo sviluppo di un turismo sostenibile e destagionalizzare l'offerta
- Creazione di percorsi anche per persone con ridotta mobilità
- Favorire l'integrazione con gli enti presenti sul territorio

FINANZIAMENTO:

1.500.647,42 €



TURISMO ATTIVO

OBBIETTIVI:

Sviluppo di un turismo di qualità atto ad aumentare l'indotto economico di tutto il settore terziario e nel contempo destagionalizzi i flussi turistici

SFIDA:

- Rendere la fruibilità turistica ai massimi livelli sia a livello comunicativo che infrastrutturale
- Sviluppare attività promozionali sia online che offline

FINANZIAMENTO:

1.548.777,52 €



PROMOZIONE DELLA LIGURIA
ALL'ESTERO

OBBIETTIVI:

- Incrementare i flussi turistici ampliando l'offerta
- Favorire l'integrazione dei soggetti e territori
- Potenziare la promo-commercializzazione e la destagionalizzazione

SFIDA:

- Individuare criteri di qualità per la definizione di eccellenze e la predisposizione del modello di adesione partendo dagli esistenti

FINANZIAMENTO:

non individuato



I BORGHETTI DI ECCELLENZA

23. <https://www.regione.liguria.it/homepage/turismo/progetti-turistici/progetti-interregionali-di-eccellenza.html>

Nel 2016, come riportato dallo stesso sito della Regione Liguria, il Ministero per i Beni e le Attività Culturali ha previsto un'ulteriore stanziamento a favore delle Regioni per la realizzazione di nuovi progetti interregionali di eccellenza con le stesse finalità ma relativi a specifici prodotti turistici quali il turismo slow e green di valorizzazione dei territori, il turismo culturale e religioso di promozione di cammini che interessino località e destinazioni emergenti, il turismo della salute e del benessere anche in relazione alla mobilità sostenibile e sociale, il turismo enogastronomico attraverso la valorizzazione di itinerari di qualità, e il turismo attivo e sportivo destinati a sviluppare un potenziale turistico ancora inespresso. Alla Liguria è stato assegnato uno stanziamento di circa un milione di euro (sempre con il cofinanziamento del 10% a carico di Regione e il 90% del Mibact) alla luce del quale sono stati individuati i seguenti progetti di eccellenza²³: *“La Milano Sanremo del gusto e gli itinerari di qualità tra Liguria, Piemonte e Lombardia”*, – *“Esperienze innovative di turismo culturale “Residenze Reali, Ville, Castelli e Giardini storici” e “Turismo Green & Blue – esperienze di cammini e percorsi ciclabili: Promozione e valorizzazione degli itinerari legati ai turismi all'aria aperta”*.

OBBIETTIVO

capitalizzare il mito della Milano-Sanremo coniugandolo con la valorizzazione del patrimonio paesaggistico e enogastronomico

SFIDA:

- proporre un viaggio esperienziale ad un target interessato
- coniugare i valori che delineano il territorio
- creare una rete di collaboratori competenti
- mettere il rete e valorizzare eventi di grande rilievo

PARTNER:

Regione Liguria, Piemonte e Lombardia

FINANZIAMENTO:

691.724,79 €



LA MILANO-SANREMO DEL GUSTO

OBIETTIVO:

rafforzare la presenza di residenze reali, ville, castelli e giardini storici sui territori coinvolti attivando promozioni e commercializzazione delle risorse legate al settore degli eventi

SFIDA:

- sviluppo dei circuiti, eventi e percorsi di visita tematici sia per la leisure che per l'industria degli eventi
- attrazione di eventi come sede di cerimonie sia legate al wedding che al meeting
- location per eventi legati alla moda, pubblicità e cinema

PARTNER:

Regione Liguria, Piemonte e Lombardia, Emilia-Romagna, Veneto, Valle D'Aosta, Lazio

FINANZIAMENTO:

1.369.744,26 €



RESIDENZE REALI, VILLE, CASTELLI E GIARDINI STORICI

OBIETTIVO:

progettare e promuovere specifici prodotti turistici che facciano fruire il territorio in modo eco-compatibile mediante mobilità dolce, accesso a prodotti tipici e creare un turismo vacanziero verde.

SFIDA:

- creazione di un sistema univoco e valorizzarlo mediante un turismo lento e sostenibili
- offrire un turismo a 360° che si sviluppa sullo sport, natura, tradizioni e riscoperte
- implementazione del sito Be Active

PARTNER:

Regione Liguria, Piemonte e Lombardia, Friulia-Venezia-Giulia, Veneto, Valle D'Aosta, Emilia-Romagna

FINANZIAMENTO:

2.303.771,11 €



TURISMO GREEN & BLUE

3.5.1_ Competenza del sistema regionale

L'attore primario e principale ad occuparsi di turismo è proprio la **Regione** e fa riferimento alla legge regionale n.28 del 4 ottobre 2006²⁴ denominata *Organizzazione turistica regionale* e successive modifiche. Tale normativa regola tutti gli aspetti della programmazione regionale sulla materia e ne disciplina l'organizzazione che si basa sul principio di sussidiarietà per cui l'accoglienza e la promozione locale è affidata ai soggetti sia pubblici che privati del territorio stesso mentre la promozione e l'immagine unitaria dell'offerta turistica è di competenza regionale mediante l'Agenzia regionale per la promozione turistica.

24. Regione Liguria, *Organizzazione turistica regionale*, Legge regionale n. 28 del 4 ottobre 2006 http://lr.regioneliguria.it/liguriass_prod/articolo?urndoc=urn:nir:regione.liguria:legge:2006-10-04;28



FIG. 3.18
Rielaborazione personale delle competenze della Regione Liguria

ASSESSORE AL TURISMO E DIPARTIMENTO COMPETENTE

- Programmazione turistica regionale
- Normativa di settore
- Gestione del Patto per il Turismo
- Progetti nazionali ed europei
- Cura del prodotto turismo
- Erogazione dei finanziamenti alle imprese turistiche previste nel fondo strategico regionale

OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE²⁵

- Analisi dei dati e delle specifiche tematiche sul fenomeno del turismo
- Comunicazione
- Informazione agli operatori e imprese

COMITATO DI COORDINAMENTO APP

Gestione dell'app per turisti e operatori

DIPARTIMENTO COMPETENTI : TURISMO E INFRASTRUTTURE

Erogazione di finanziamenti ai comuni aderenti al patto per il turismo per interventi di riqualificazione ambientale e paesaggistica a rilevante impatto turistico

AGENZIA IN LIGURIA

In collaborazione con la Regione cura il portale turistico "La mia Liguria" e marketing e promozione turistica

DIPARTIMENTO COMPETENTE

Formazione del personale

25. nasce dalla collaborazione tra Regione Liguria e Sistema Camerale iniziando ad operare nel 2008 e avvalendosi dell'apporto dell'Istituto nazionale di ricerche turistiche (Isnart) e della consulenza scientifica dell'Università di Genova.

26. Regione Liguria, *Disciplina delle associazioni pro loco*, legge regionale n.17 dell'11 novembre 1996
http://lr.regioneliguria.it/liguriass_prod/articolo?urndoc=urn:nir:regione.liguria:legge:1996-04-11;17

3.5.2_ Attori che militano nel turismo sul territorio

Sul territorio militano anche le **Associazioni Pro Loco** che sono disciplinate dalla legge regionale n.17/1996²⁶ con successive modifiche e integrazioni che stabilisce quali sono i requisiti che vengono richiesti per essere iscritti all'Albo regionale e come vengono regolamentate una volta inserite all'interno nonostante non sussista l'obbligo di iscrizione.

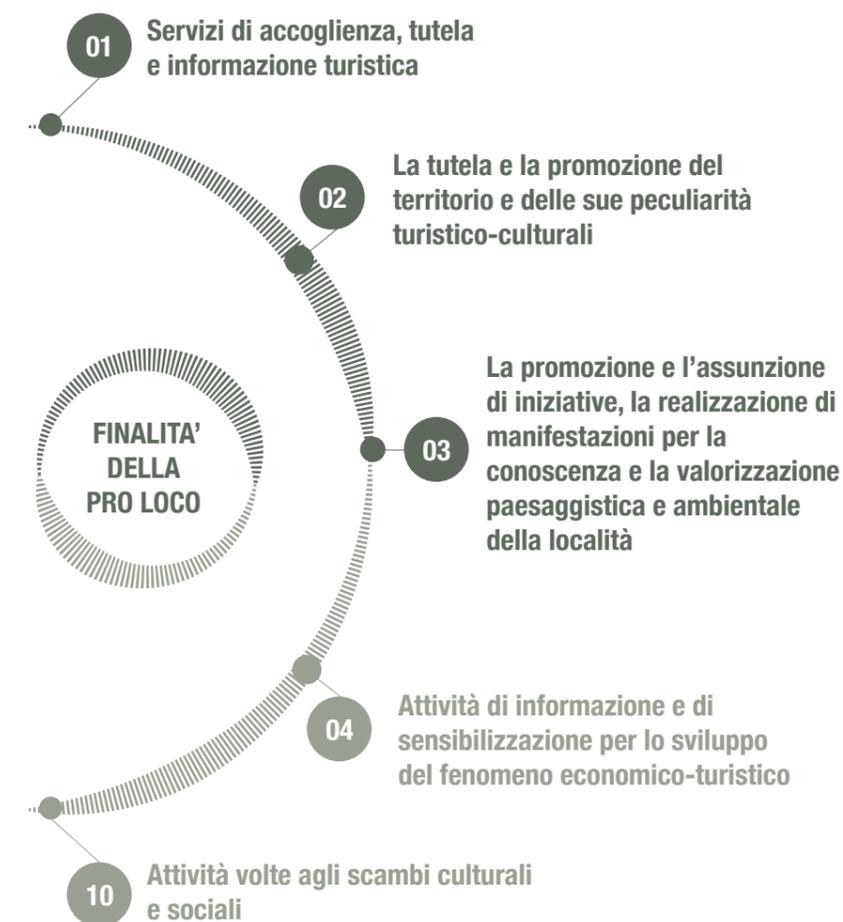


FIG. 3.19 Rielaborazione personale delle finalità della Pro Loco

27. Regione Liguria, *Organizzazione ed intermediazione di viaggi e soggiorni turistici*, legge regionale n.7 dell'1 aprile 2014
http://lr.regioneliguria.it/liguriass_prod/urndoc=urn:nir:regione.liguria:legge:2014-04-01;7

Inoltre vi sono anche le **Agenzie di Viaggio** che sono disciplinate dalla legge regionale n.7 dell'1 aprile 2014²⁷ e successive modifiche ed integrazioni regola le agenzie di viaggio, Anche le associazioni senza scopo di lucro che svolgono attività nel campo dell'organizzazione di viaggi e soggiorni turistici fanno riferimento a questa legge (all'art. 17).

Altri attori attivi sul territorio sono le **Professioni Turistiche** che sono disciplinate dalla legge regionale n.44 del 1999²⁸ in cui vengono inserite quelle considerate professioni turistiche (guida turistico nazionale, guide ambientali ed escursionistiche e accompagnatori turistici). Con la legge regionale n.15 del 10 aprile 2015²⁹ ha attribuito alla Regione anche le funzioni in materia di turismo e di professioni turistiche.

28. Regione Liguria, *Disciplina delle professioni turistiche*, legge regionale n.44 del 23 dicembre 1999 http://lr.regione.liguria.it/liguriass_prod/articolo?urndoc=urn:nir:regione.liguria:legge:1999-12-23;44

29. Regione Liguria, *Disposizioni di riordino delle funzioni conferite alle province in attuazione della legge n.56 del 7 aprile 2014*, legge regionale n.15 del 10 aprile 2015 http://lr.regione.liguria.it/liguriass_prod/articolo?urndoc=urn:nir:regione.liguria:legge:2015-04-10;15

30. Regione Liguria, *Incentivi alle piccole e medie imprese (P.M.I.) per la qualificazione e lo sviluppo dell'offerta turistica*, legge regionale n.15 del 6 giugno 2008 http://lr.regione.liguria.it/liguriass_prod/articolo?urndoc=urn:nir:regione.liguria:legge:2008-06-06;15

31. Regione Liguria, *Testo unico in materia di strutture ricettive e norme in materia di imprese turistiche*, legge regionale n.32 del 12 novembre 2014 http://lr.regione.liguria.it/liguriass_prod/articolo?urndoc=urn:nir:regione.liguria:legge:2014-11-12;32

Inoltre vi sono le **PMI** (piccole e medie imprese) che sono disciplinate dalla legge regionale n.15 del 6 giugno 2008³⁰ e successive modifiche ed integrazioni per la qualificazione e lo sviluppo dell'offerta turistica in ambito locale. Infine si hanno le **Strutture ricettive** disciplinate dalla legge regionale n.32 del 12 novembre 2014³¹ e tratta dell'offerta turistica, ricettiva e balneare regionale esercitata da imprese turistiche ovvero da enti o da associazioni in forma imprenditoriale.



FIG. 3.20
Rielaborazione personale delle tipologie di professioni turistiche

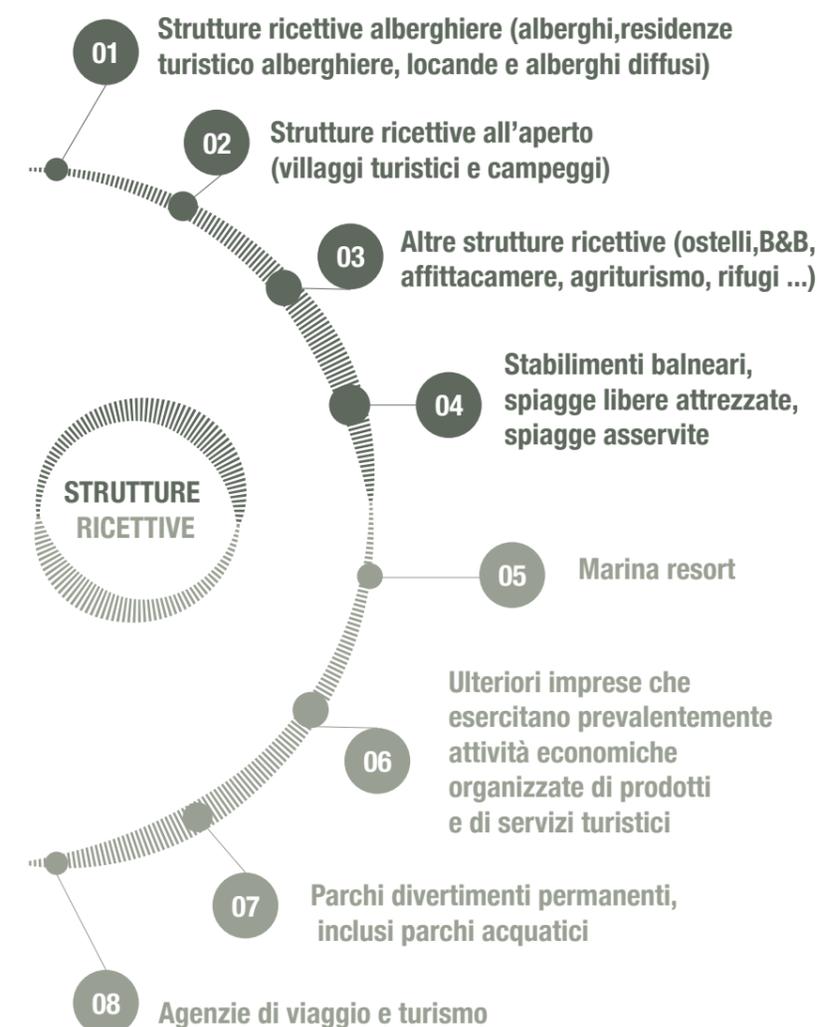


FIG. 3.21
Rielaborazione personale delle strutture ricettive

3.7.0_Nota metodologica

Per avere un quadro completo sulla tematica del turismo in Liguria è necessario eseguire un'attenta analisi sulla tipologia di turista che visita la regione, quali sono le sue preferenze, le sue spese e l'apporto che ne trae la regione stessa da questo mercato economico così importante. L'analisi che segue è tratta dal documento *Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria* redatto dell'Osservatorio Turistico Regionale della Liguria con la collaborazione della Camera di Commercio di Genova, la Camera di Commercio della Riviera di Liguria (Imperia, La Spezia, Savona) e Unioncamere Liguria. La metodologia con cui sono state fatte le indagini ha previsto una consultazione della medesima tipologia di documenti in differenti anni e si è giunti alla conclusione di riportare di seguito le indagini eseguite solamente nel 2019. È stata presa questa decisione in primo luogo perchè risulta essere l'ultimo documento pubblicato e quindi quello più recente e veritiero rispetto alla tipologia di turista che proviene in Liguria e in secondo luogo perchè una comparazione con gli altri anni che coincidono con gli avvenimenti legati ai Piani Triennali del Turismo, (2012, 2013, 2015, 2017 e 2020) non sarebbe stata possibile in quanto presentano dati che si riferiscono a momenti temporali in un anno differenti e le categorie analizzate spesso non sono le medesime o non risultano essere presenti. Quindi per quanto riguarda l'identikit del turista che visita la Regione, il grado di soddisfazione e la spesa che esegue sul territorio si è preso come riferimento solo il report del 2019 in modo da capire chi sia, cosa preferisca e quali siano le attività che svolge il turista una volta sul territorio in tempi più recenti. Mentre, per quanto riguarda la misurazione dell'impatto economico del turismo sul territorio, è stato possibile eseguire una comparazione con l'anno 2017, e quindi osservare il cambiamento in base all'inizio del Piano Turistico Triennale, e il 2019 in quanto non è presente il report del 2020 quindi rappresenta l'ultimo documento pubblicato. Non è stato possibile compararli con gli altri anni precedenti in quanto prendono in considerazione periodi dell'anno differenti e quindi di difficile equivalenza.

3.7.1_ Il turista che visita la regione

Il turista che giunge in Liguria ha prevalentemente origini italiane con il 59,5%, in precedenza ha già visitato la regione con una percentuale di sì all'87% e le principali regioni da cui proviene sono, in ordine, Lombardia 35,9%, Piemonte 33,5% e Emilia-Romagna 5,6%, mentre una parte dei turisti proviene dalla regione stessa con il 4,2%. Il turista straniero che giunge in Liguria, invece, si aggira attorno ad una percentuale del 40,1% e più della metà, ovvero il 54,8% non ha in precedenza visitato la regione e perciò si appropria a conoscerla per la prima volta. I principali Stati di provenienza sono la Francia con il 20,3%, la Germania con il 19,7%, a cui segue la Svizzera con il 12% e quasi di pari passo il Regno Unito 5,7% e i Paesi Bassi 5,6%. (Grafico TL.1, TL.2, TL.3, TL.4)



Grafico TL.1 (Sx)

Elaborazione personale della percentuale della provenienza del turista

Grafico TL.2 (Dx)

Elaborazione personale della percentuale di turisti che hanno già visitato la Liguria

Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, *Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria*, dicembre 2019

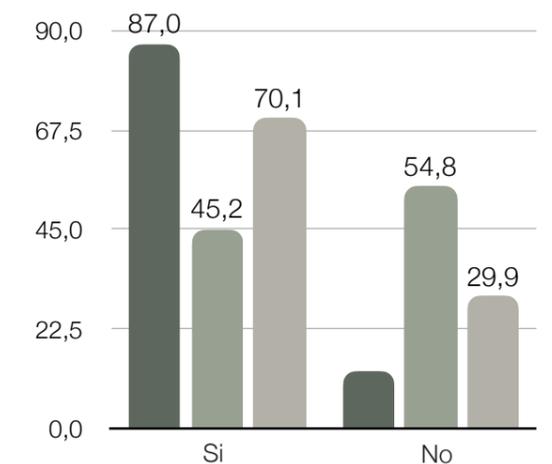
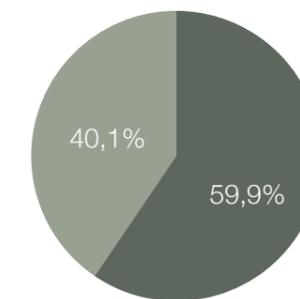


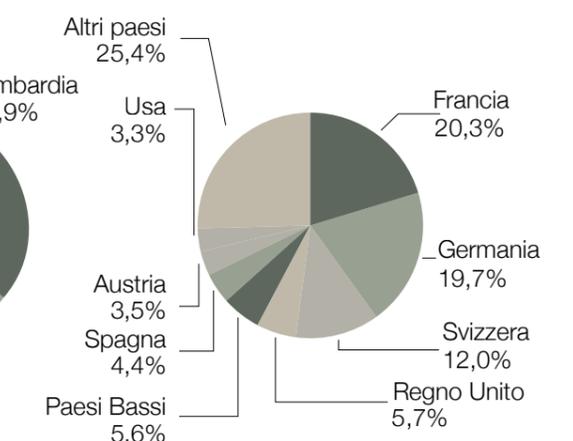
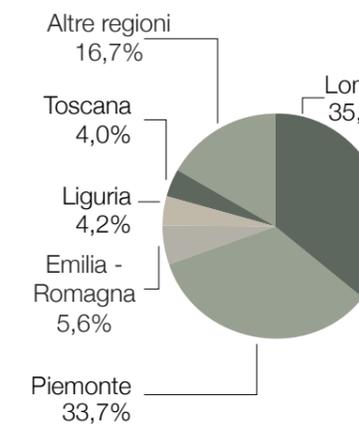
Grafico TL.3 (Sx)

Elaborazione personale della percentuale per regione di provenienza

Grafico TL.4 (Dx)

Elaborazione personale della percentuale per paese di provenienza

Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, *Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria*, dicembre 2019



Il turista italiano che visita la Liguria è prevalentemente adulto, in età compresa tra i 41 e 50 anni con il 29% seguito dalla fascia d'età 31-40 con il 23%. Possiede, in maggioranza, un titolo di studio pari al diploma di scuola media superiore con il 57% ed è lavoratore con oltre il 70%. I maggiori fruitori sono le coppie con il 42,5%, seguiti dalle vacanze in famiglia 39,3% mentre, a forte distanza, un visitatore da solo/a con solo il 7,8% e con amici con solo l'8,8%. (Grafici TL.5, TL.6, TL.7, TL.8)

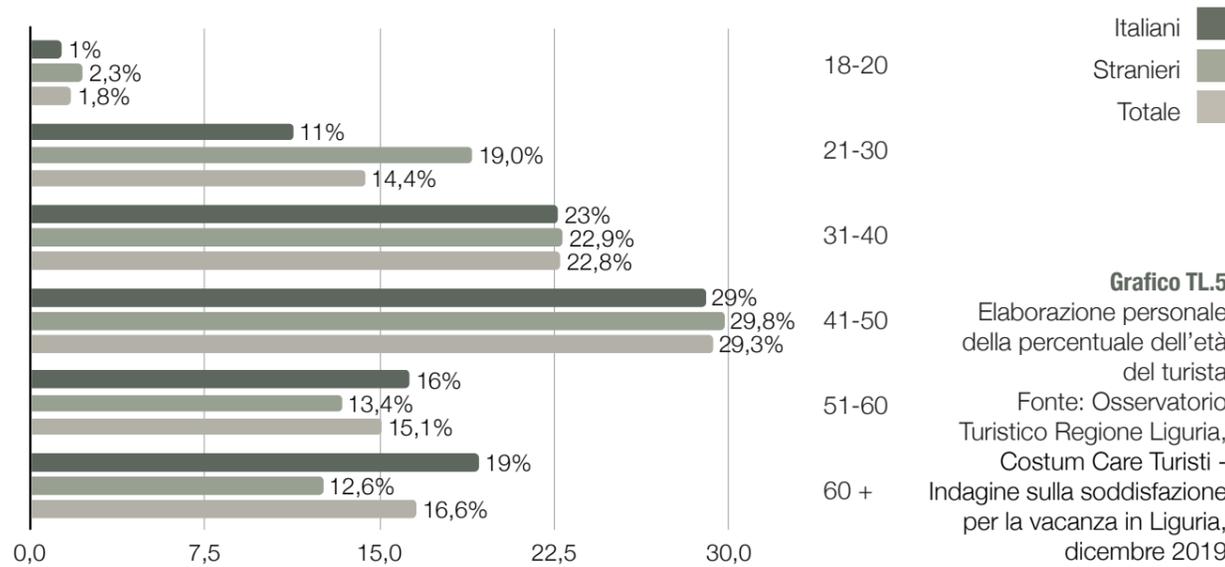


Grafico TL.5
Elaborazione personale della percentuale dell'età del turista
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

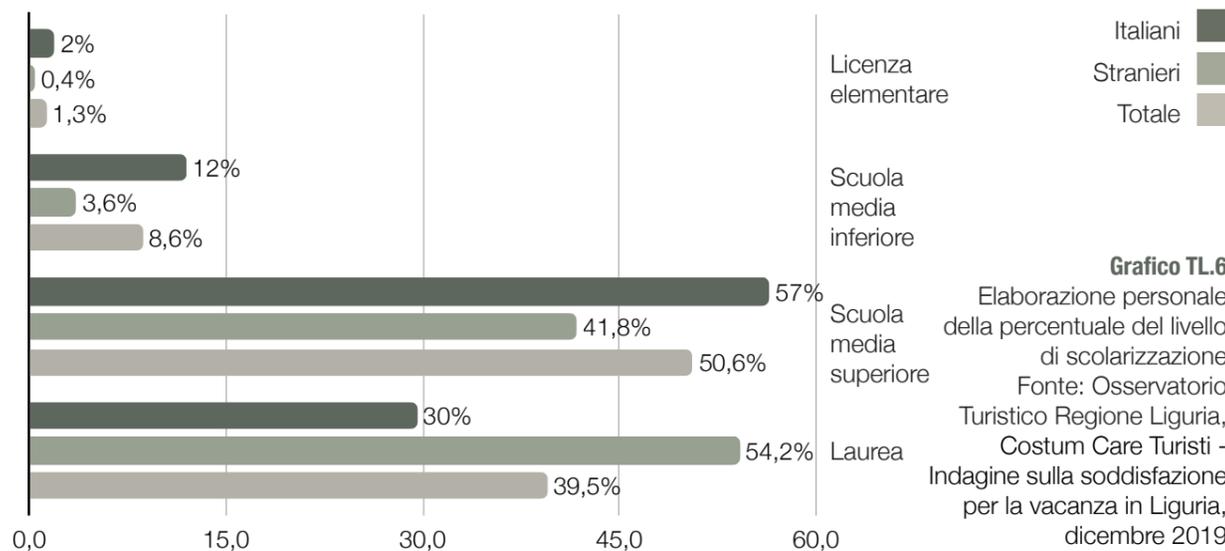


Grafico TL.6
Elaborazione personale della percentuale del livello di scolarizzazione
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

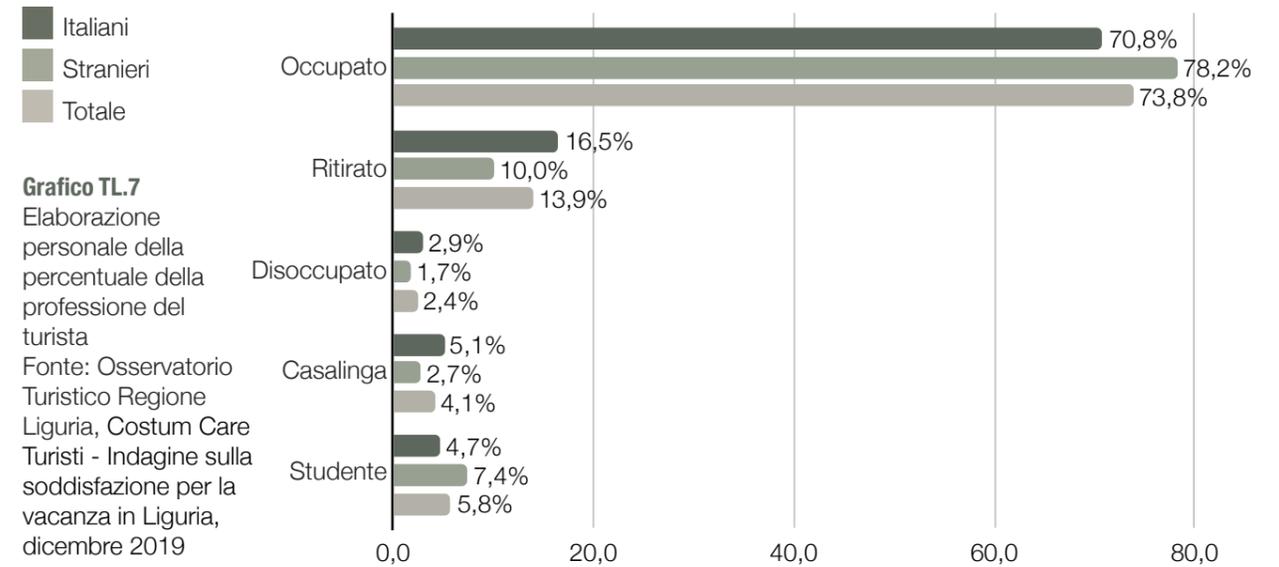


Grafico TL.7
Elaborazione personale della percentuale della professione del turista
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

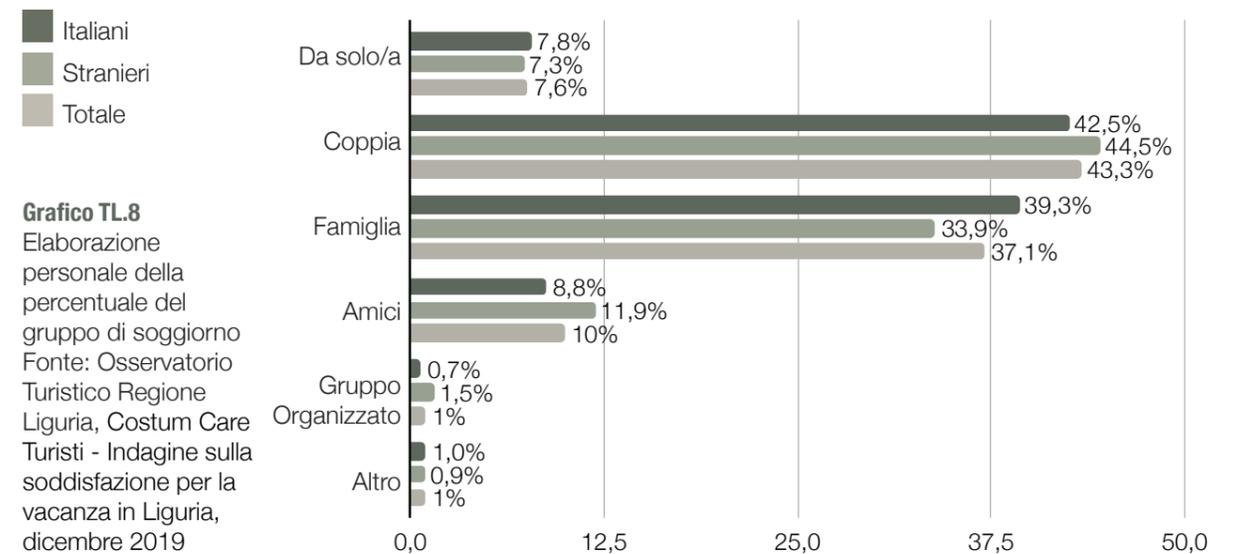


Grafico TL.8
Elaborazione personale della percentuale del gruppo di soggiorno
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

Il turista straniero che visita la Liguria è prevalentemente adulto, in età compresa tra i 41 e 50 anni con il 29,8% seguito dalla fascia d'età 31-40 con il 22,8%. Possiede, in prevalenza, un titolo di studio pari alla laurea con il 54,2%, seguito dal diploma di scuola media superiore con il 41,8% ed è lavoratore con oltre il 78%. I maggiori fruitori sono le coppie con il 44,5%, seguiti dalle vacanze in famiglia 33,9% mentre, a forte distanza, un visitatore da solo/a con solo il 7,3% e con amici con solo l'11,9%. (Grafici TL.5, TL.6, TL.7, TL.8)

3.7.2_ Mezzi di trasporto e tipologia di alloggio

Il turista italiano raggiunge la regione principalmente in auto con il 75,7%, seguito in maniera minore dal treno con il 19,3%, mentre una volta raggiunta la meta il mezzo più utilizzato è a piedi con il 77,6%, seguito dalla macchina/moto con il 53,7% e, quasi eguagliandosi, il treno (16,1%), autobus (14,4%) e la bicicletta (13,2%). Preferisce alloggiare principalmente in case di proprietà (30,2%), seguito dal soggiorno presso appartamento in affitto (23,7%) seguito dall'alloggio in Hotel (18,4%) seguito dal soggiorno in B&B (12,8%). (Grafici TL.9, TL.10, TL.11, TL.12)

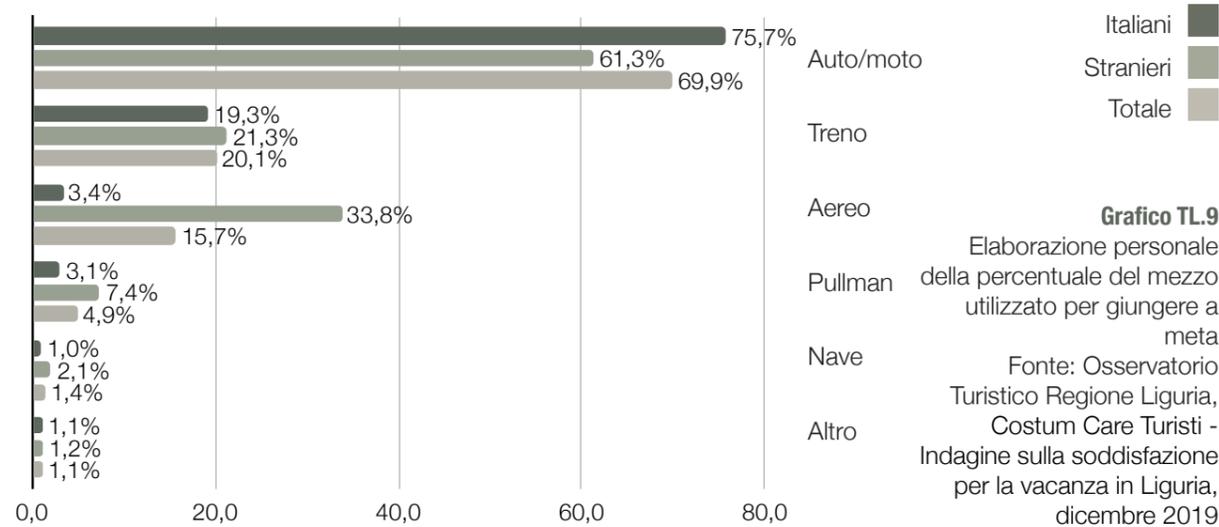


Grafico TL.9
Elaborazione personale della percentuale del mezzo utilizzato per giungere a meta
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

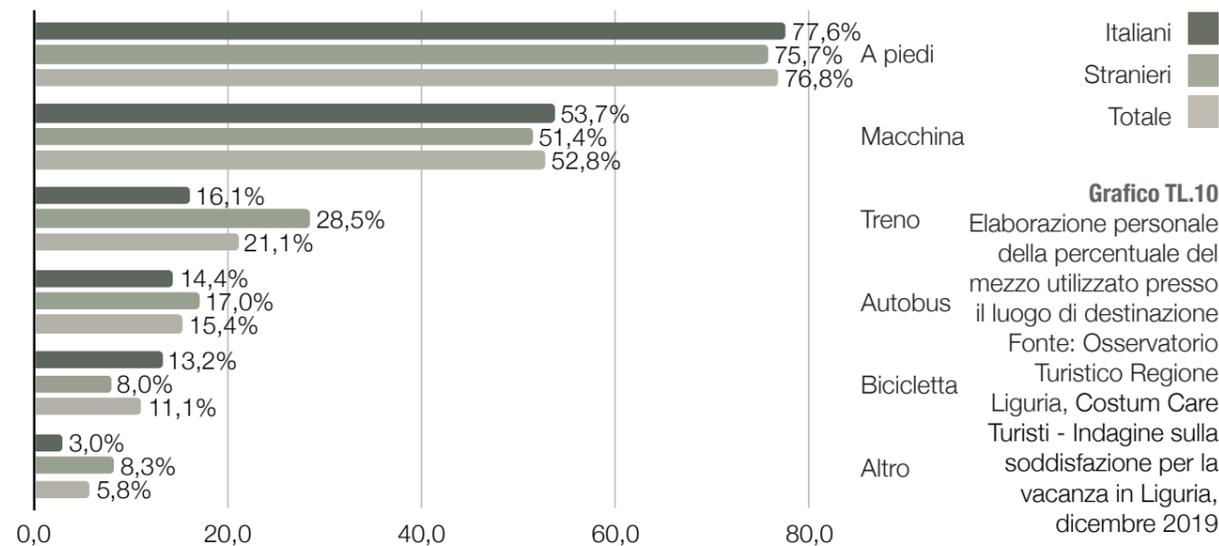


Grafico TL.10
Elaborazione personale della percentuale del mezzo utilizzato presso il luogo di destinazione
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

Grafico TL.11
Elaborazione personale della percentuale per alloggio in cui risiede il turista italiano
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

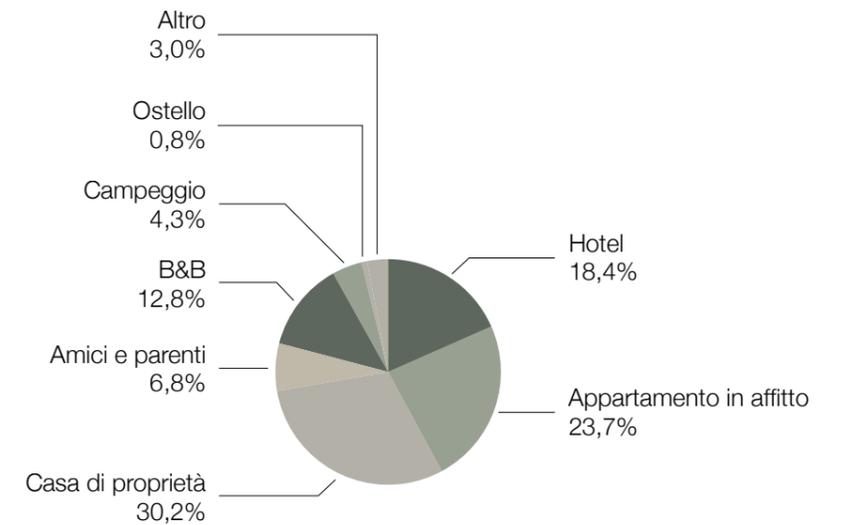
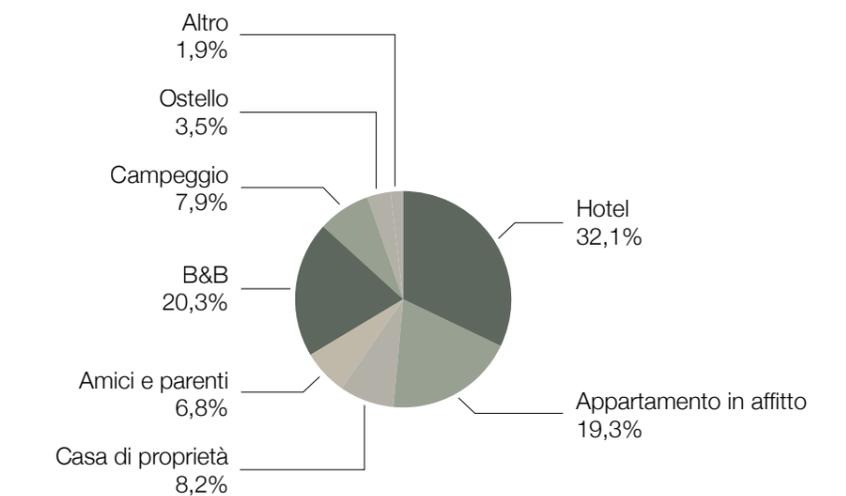


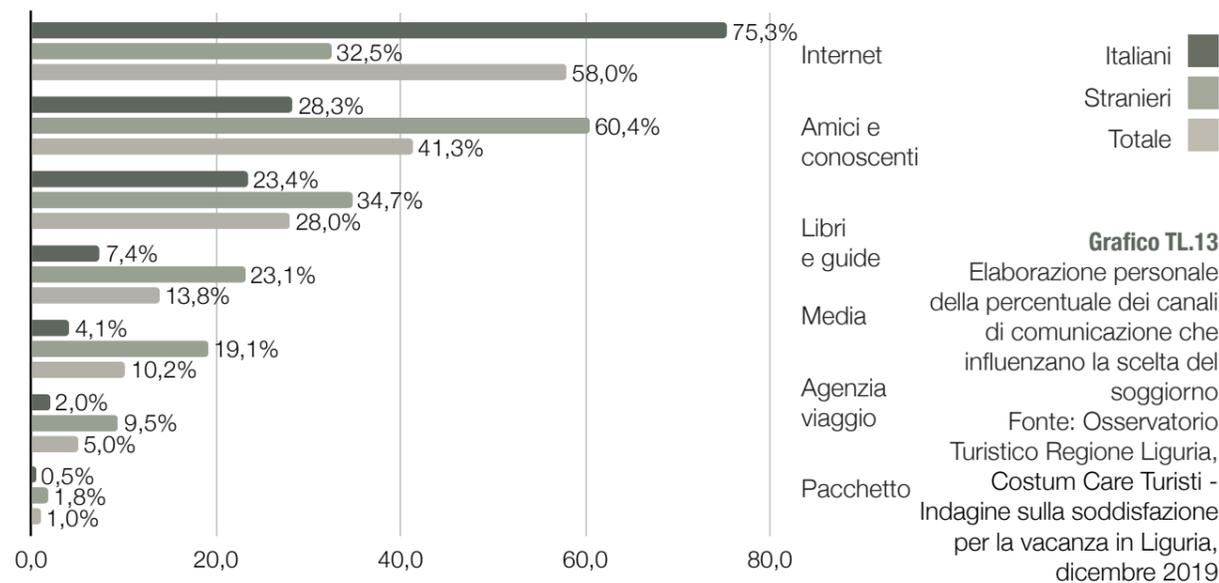
Grafico TL.12
Elaborazione personale della percentuale per alloggio in cui risiede il turista straniero
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019



Il turista straniero raggiunge la regione Liguria principalmente in auto con il 61,3%, seguito dall'aereo con il 33,8% e dal treno con il 21,3%, mentre una volta giunto a destinazione il mezzo più utilizzato è a piedi con il 75,7%, seguito dall'auto/moto con il 51,4%, dal treno con il 28,5% e in maniera maggiore rispetto al turista italiano l'autobus con il 17% e in maniera minore la bicicletta 8%. Predilige, quindi, alloggiare principalmente negli Hotel (32,2%), seguito in modo ravvicinato l'alloggio in B&B (20,4%), gli appartamenti in affitto (19,4%) mentre in maniera minore nelle case di proprietà (8,2%). (Grafici TL.9, TL.10, TL.11, TL.12)

3.7.3_Canali di comunicazione per la scelta del soggiorno

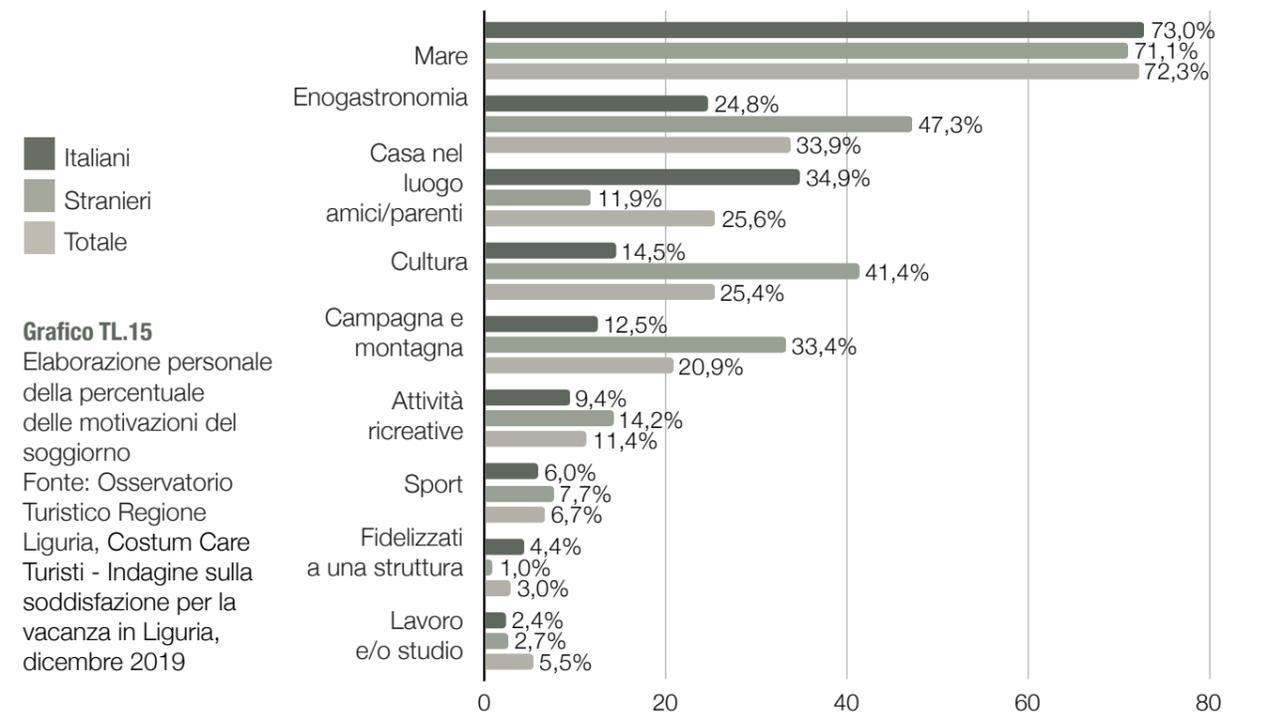
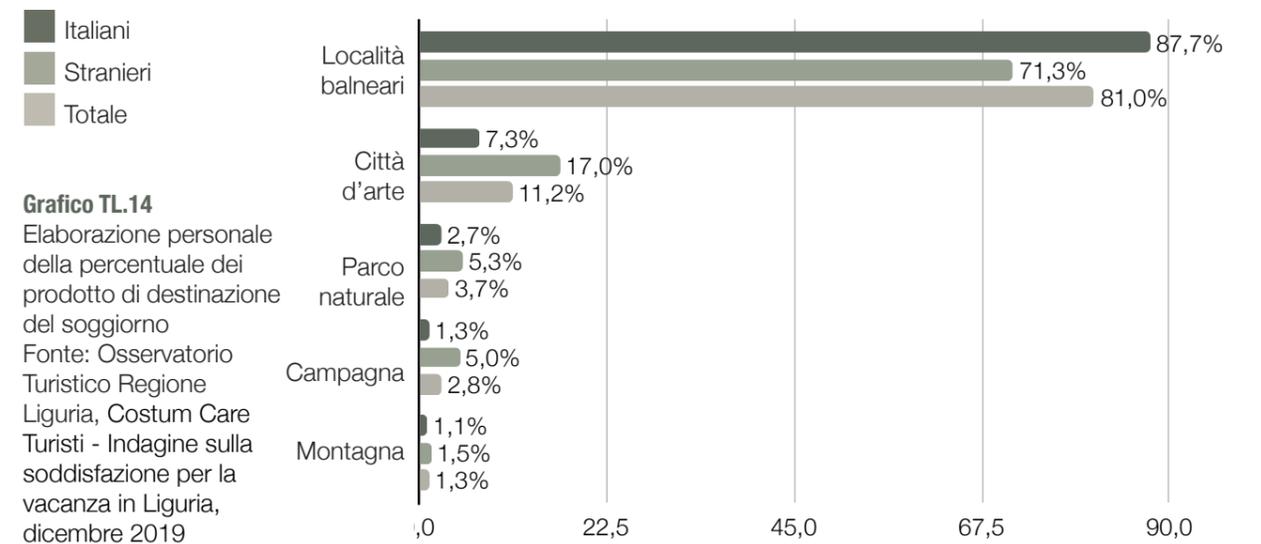
Il turista italiano sceglie di soggiornare nella regione Liguria principalmente per conoscenze pregresse (75,3%), seguito dalle conoscenze mediante le pubblicità e i social network (28,3%) e da suggerimenti di amici e conoscenti (23,4%). Il turista straniero sceglie di soggiornare nella regione Liguria principalmente per conoscenza mediante l'utilizzo di internet e la pubblicità e social network (60,4%), seguito in modo molto ravvicinato da suggerimento di di amici e conoscenti (23,4%) e conoscenze pregresse (32,5%). (Grafico TL.13)



3.7.4_Tipologia e preferenza dei turisti

Il turista italiano sceglie come prodotto di destinazione principale per giungere in Liguria le località balneari per l'87,7%, seguito in maniera nettamente minore dalle città d'arte con il 7,3% e sotto il 3% per le altre categorie (parco naturale, campagna e montagna). Le motivazioni che lo spingono a giungere in regione sono principalmente il mare (73%), seguito dall'avere case in regione o amici e parenti che (possono ospitare (34,9%) e dall'enogastronomia (24,8%), in maniera minore per la cultura (14,5%) e per la natura in campagna o montagna (12,5%).

Una volta giunto nella regione decide di visitare principalmente le spiagge (79,9%) e i centri storici (74%) seguito da parchi e aree protette (30,9%) e, in maniera simile, musei (17%) e cantine e itinerari tematici (15,1%). Le maggiori attività svolte e predilette sono il relax (76,1%) e, molto ravvicinate tra loro, la degustazione di prodotti tipici (44,3%) ed escursioni e gite (41,3%), seguito dalla partecipazione a eventi enogastronomici/folkloristici (26,1%). (Grafici TL.14, TL.15, TL.16, TL.17)



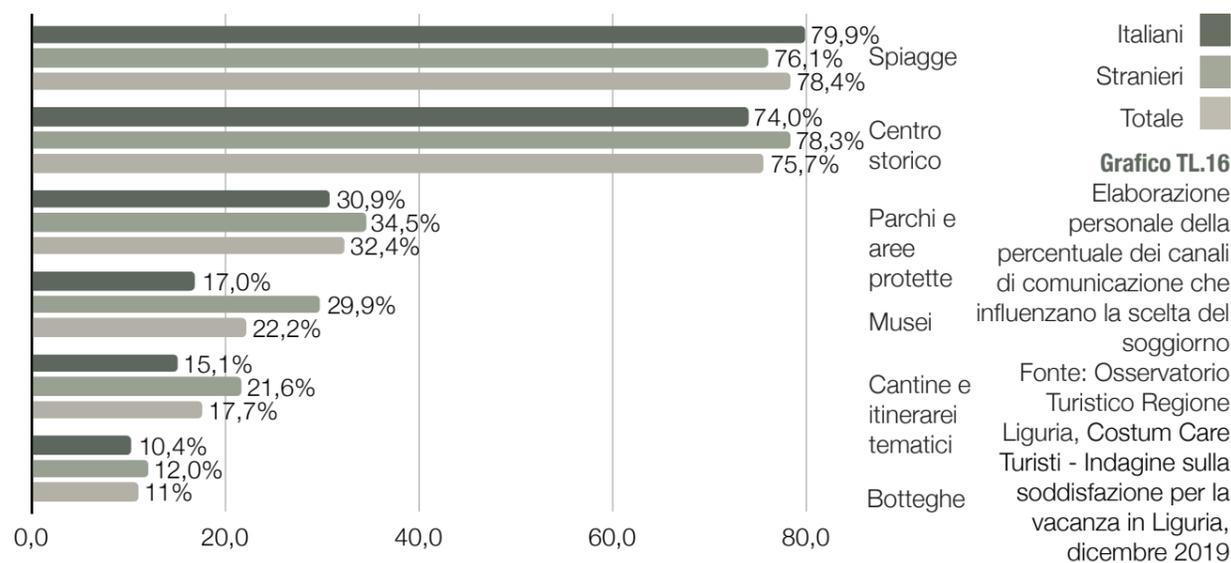


Grafico TL.16
Elaborazione personale della percentuale dei canali di comunicazione che influenzano la scelta del soggiorno
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

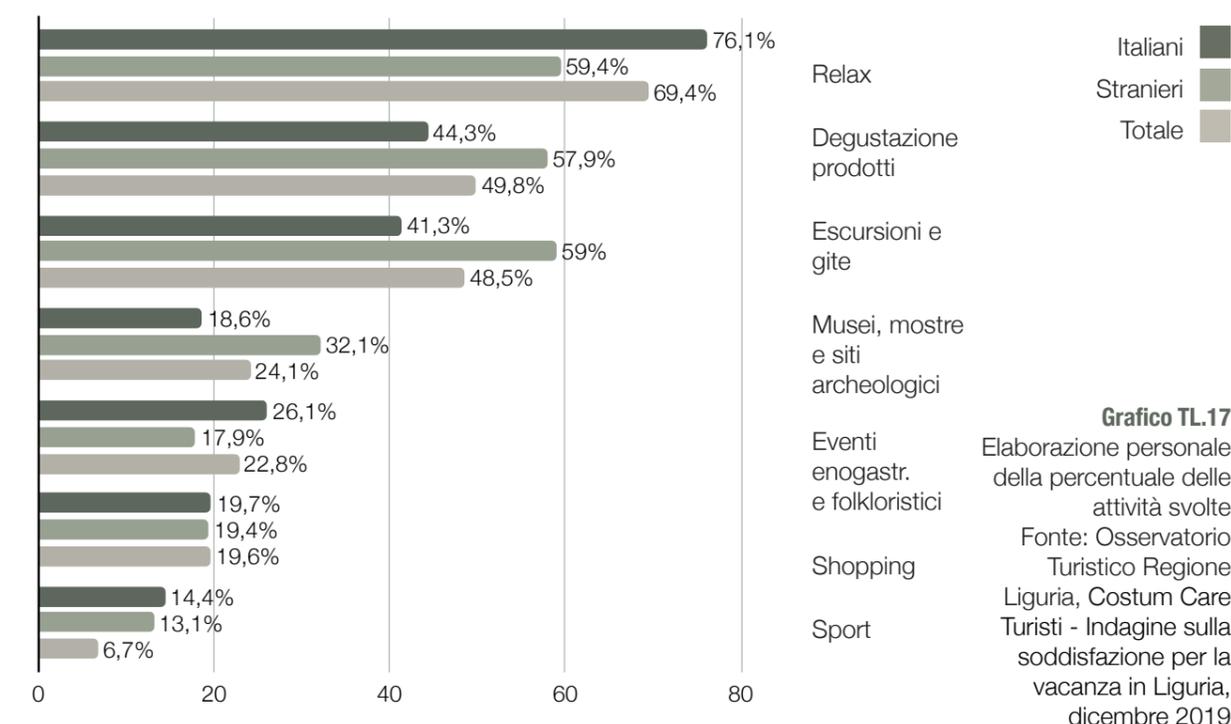


Grafico TL.17
Elaborazione personale della percentuale delle attività svolte
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

Il turista straniero sceglie, come prodotto di destinazione principale per giungere sul territorio, le località balneari con l'71,3%, seguito con un netto distacco per visitare le città d'arte (17, %). Le motivazioni che lo spingono sono principalmente il mare (71,1%) seguito dall'Enogastronomia (47,3%), dalla cultura (41,4%) e dalla campagna e montagna (33,4%) seguito dalle attività ricreative (14,2%).

Una volta giunto nella regione decide di visitare principalmente i centri storici (78,3%), seguite dalle spiagge (76,1%), in maniera minore visita parchi e aree protette (34,5%) musei (29,9%) e cantine e itinerari tematici (21,6%). Le maggiori attività svolte e predilette sono in maniera molto simile il relax (59,4%) e escursioni e gite (59%), seguito, in maniera ravvicinata, da degustazioni di prodotti tipici (57,9%) e dalla visita a musei, mostre, monumenti e siti d'interesse archeologico (32,1%). (Grafici TL.14, TL.15, TL.16, TL.17)

3.7.5_ La soddisfazione dei turisti

Il giudizio complessivo sulla vacanza è essenzialmente positivo soprattutto riguardanti il paesaggio, la ristorazione/degustazione e gli alloggi/strutture ricettive infatti sia il giudizio "positivo" e "molto positivo" prevalgono nettamente rispetto agli altri campi. Per quanto riguarda il paesaggio (Ved. Grafico TL.21) il giudizio totale del "molto positivo" supera tutti gli altri particolarmente per gli italiani 53,6% e per gli stranieri 63%. Per quanto riguarda la ristorazione/degustazione (Ved. Grafico TL.19) il giudizio che spicca rispetto agli altri è quello "positivo" con gli italiani al 59,2% e gli stranieri al 51,6%. Anche per quanto riguarda gli alloggi e le strutture ricettive (Ved. Grafico TL.20) il giudizio "positivo" spicca rispetto agli altri, in particolare per gli italiani 53,9% e per gli stranieri 51,6%. Viene anche apprezzata la semplicità di accesso ai siti turistici (Ved. Grafico TL.22) con un giudizio prevalentemente positivo (per gli italiani 49,2 e per gli stranieri 49,7%) ma ancora con un margine di miglioramento in quanto i giudizi sufficienti sono comunque cospicui (per gli Italiani 34,4% mentre per gli stranieri 26,4%). Mentre un distacco si delinea per l'opinione sul rapporto tra qualità/prezzo (Ved. Grafico TL.23) in quanto gli italiani lo giudicano in modo sufficiente (52,3%) mentre per gli stranieri il giudizio rimane positivo (50,1%). Ancora da migliorare è sia la mobilità che il posteggio (Ved. Grafico TL.18) in quanto sia per gli italiani (40,4%) che per gli stranieri (36,6%) il servizio risulta sufficiente.

LEGENDA:

- Italiani
- Stranieri
- Totale
- Molto negativo
- Negativo
- +/- Sufficiente
- + Positivo
- ++ Molto positivo

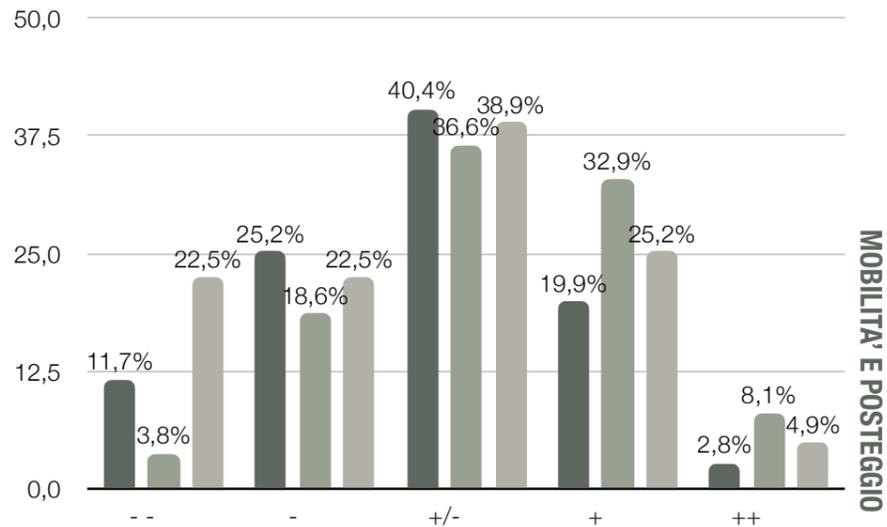


Grafico TL.18
Elaborazione personale della percentuale della soddisfazione per la mobilità e il posteggio
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

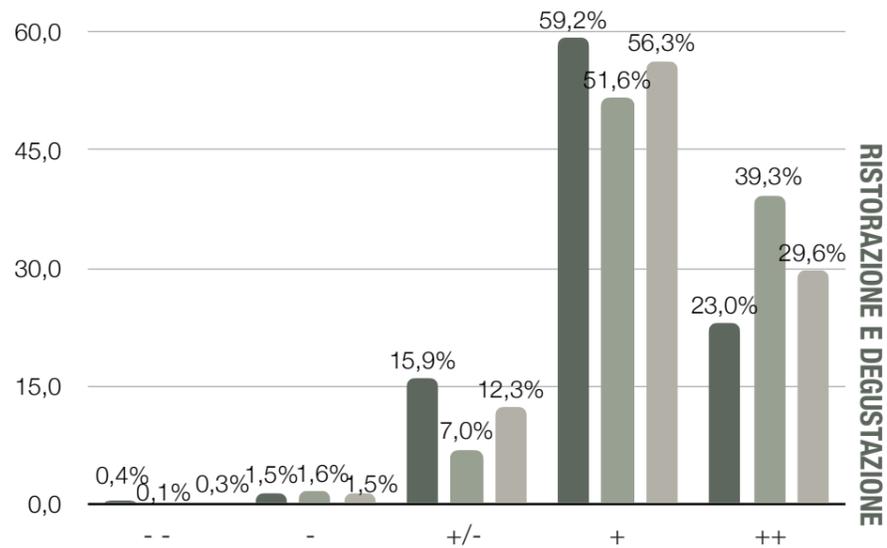


Grafico TL.19
Elaborazione personal della percentuale della soddisfazione per la ristorazione e degustazione
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

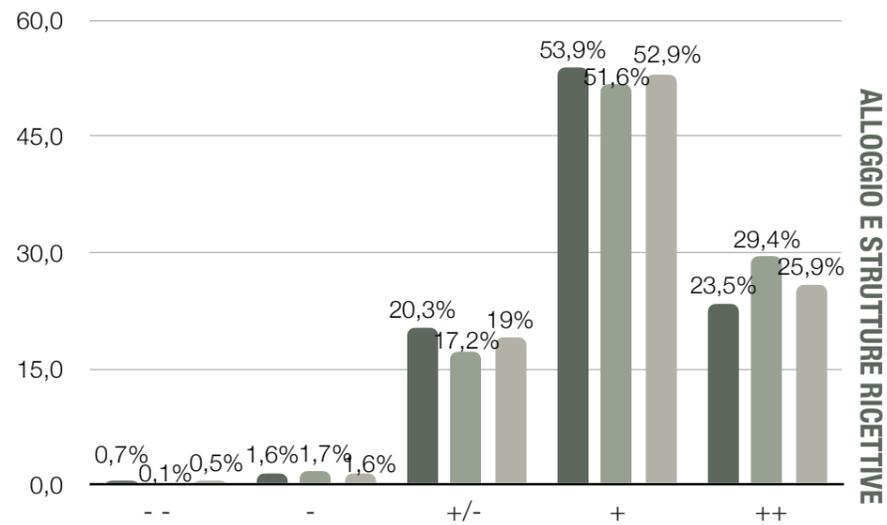


Grafico TL.20
Elaborazione personal della percentuale della soddisfazione per l'alloggio e le strutture ricettive
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

Grafico TL.21
Elaborazione personale della percentuale della soddisfazione per i paesaggi
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

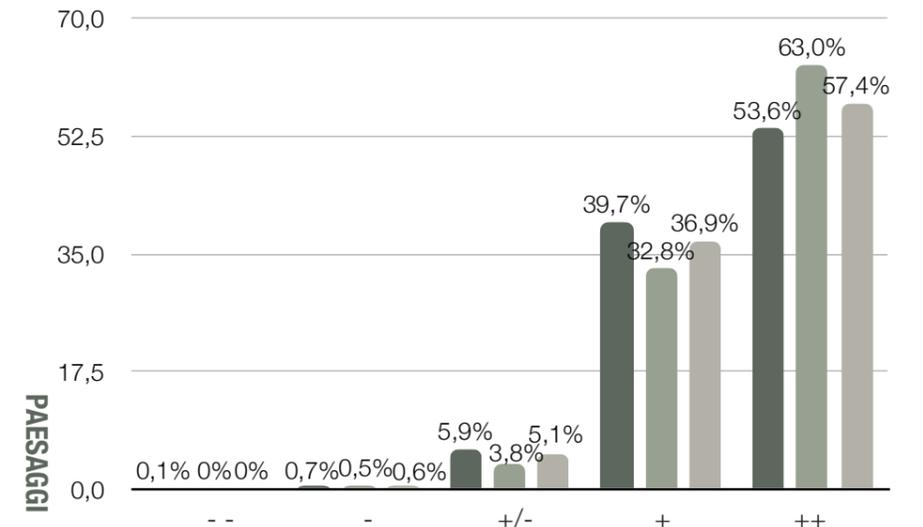


Grafico TL.22
Elaborazione personal della percentuale della soddisfazione per la semplicità di accesso ai siti
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

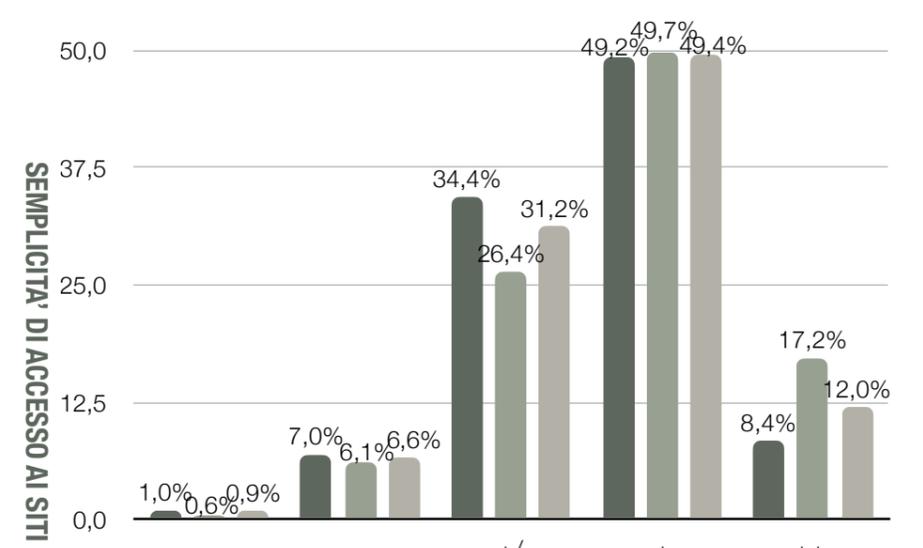
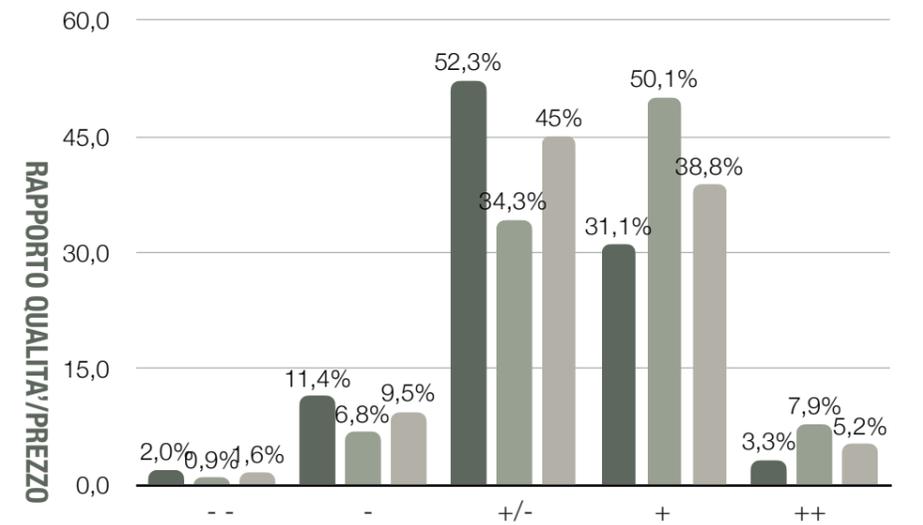


Grafico TL.23
Elaborazione personal della percentuale della soddisfazione per il rapporto qualità / prezzo
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019



3.7.6_ La spesa per la vacanza

La spesa media a persona del viaggio andata/ritorno per un turista italiano che giunge in Liguria si aggira intorno ai 51€ mentre per un turista straniero il prezzo risulta essere più elevato in quanto dipende dal mezzo che utilizza per giungere in loco e dalla variazione di prezzo sul mercato e si aggira attorno ai 222€ (Ved. Grafico TL.25) mentre per quanto riguarda la spesa media per l'alloggio il turista italiano tende a spendere circa 51 € mentre lo straniero circa 62 €, quindi una somma molto più ravvicinata e simile rispetto a quella del viaggio (Ved. Grafico TL.26). Il turista, come si evince dal grafico TL.27, spende i propri soldi principalmente per i pasti fuori casa in ristoranti e pizzerie (una media di circa 18€ al giorno), seguito dal consumo presso bar, caffè e pasticcerie (una media di circa 6€ al giorno), poi da prodotti alimentari acquistati in supermercati e negozi (una media di circa 8€ al giorno), in seguito dall'acquisto di prodotti enogastronomici tipici (una media di circa 6,5€ al giorno), seguito dallo shopping (una media di circa 15€ al giorno), dai trasporti (una media di circa 7€ al giorno), seguito da attività ricreative come cinema, discoteche eccc (una media di circa 7€ al giorno) e da attività culturali (5,5€).

Quindi la spesa media giornaliera per un turista in Liguria si aggira attorno ai 48€ dove si vede un notevole distacco tra la spesa del turista italiano che si aggira su circa 40€ e quella dello straniero di circa 61€ (Ved. Grafico TL.24).

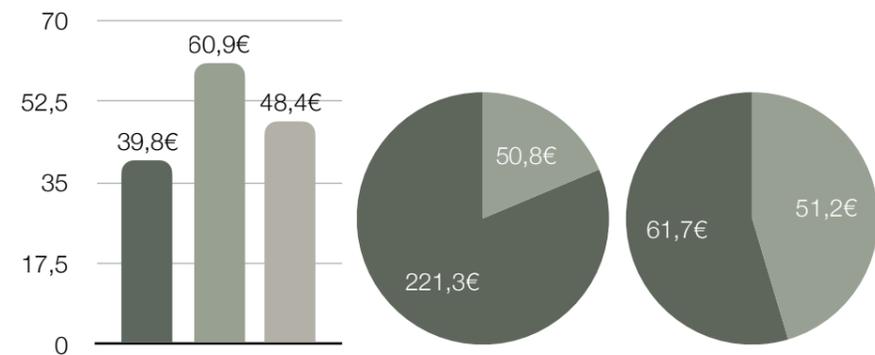
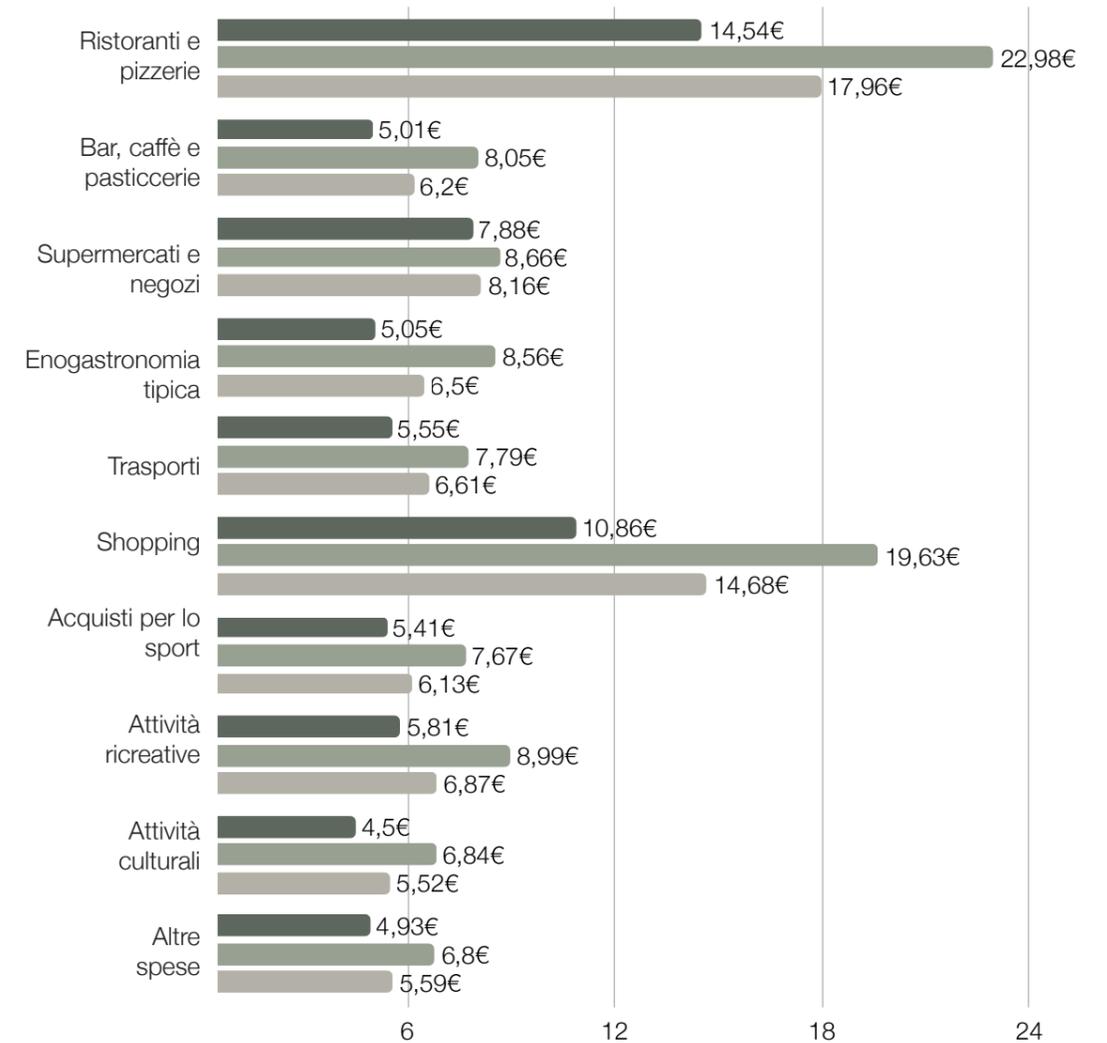


Grafico TL.24 (SX)
Elaborazione personale della spesa media del turista

Grafico TL.25 (Centro)
Elaborazione personale della spesa media per il viaggio

Grafico TL.26 (DX)
Elaborazione personale della spesa media per l'alloggio

Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019 e dicembre 2017



■ Italiani
■ Stranieri
■ Totale

Grafico TL.27
Elaborazione personale spesa media giornaliera a persona
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019 e dicembre 2017

3.7.7_ Stima dell'impatto economico sul turismo

Osservando la stima delle presenze tra l'estate del 2017 e del 2019 si osserva come l'impatto nelle strutture ricettive sia diminuito sia per gli italiani (-1,4%) ma in particolar modo per gli stranieri (-6%). La tendenza opposta invece si denota per il fenomeno delle seconde case infatti risultano in aumento nel 2019 rispetto al 2017 del 16,7% per gli stranieri e in maniera minore per gli italiani registrando un 10,7%. Perciò è evidente che il turista che viene in Liguria preferisca soggiornare nelle seconde case rispetto alle strutture ricettive (Ved. Grafico TL.28).

Mentre se si osservano i consumi del turista risultano avere delle variazioni percentuali positive nel 2019 rispetto al 2017. Per quanto riguarda i consumi nelle strutture ricettive il valore rimane sempre molto basso, assestandosi sotto 1% e crescendo maggiormente per gli italiani (0,6%) rispetto agli stranieri (0,3%) mentre se si osservano i consumi riferiti a coloro che stanno nelle seconde case il dato sale di molto in particolar modo per gli stranieri i quali presentano una variazione percentuale del 13,5% mentre gli italiani il 5,6% (Ved. Grafico TL.29)

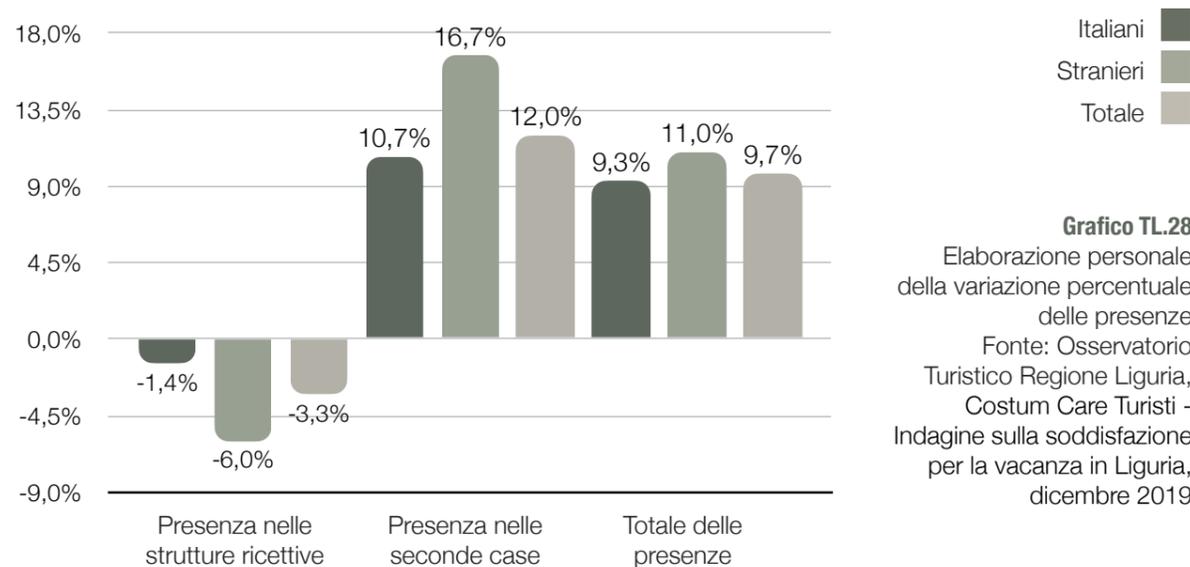


Grafico TL.28
Elaborazione personale della variazione percentuale delle presenze
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

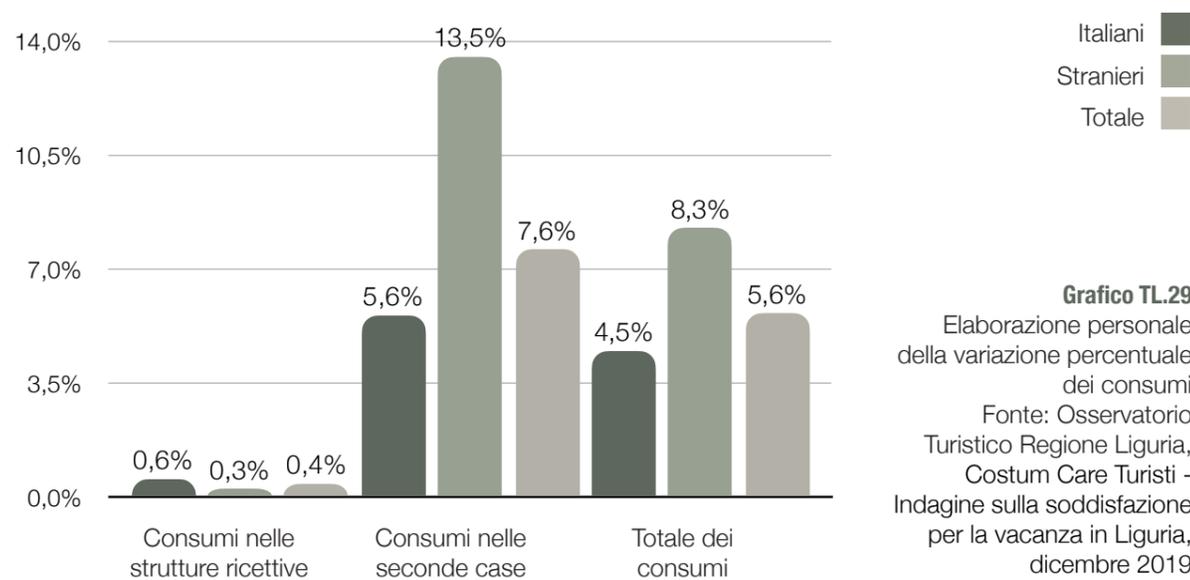


Grafico TL.29
Elaborazione personale della variazione percentuale dei consumi
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

Analizzando quindi nel particolare quanto un turista investe sul settore e sui suoi servizi in base a dove alloggia si osserva come coloro che risiedono in strutture collettive siano maggiormente disposti a spendere i propri soldi per l'alloggio e la ristorazione con una variazione percentuale del 2019 sul 2017 di circa il 7%, in particolare gli Italiani 7,9% mentre gli stranieri 5,4%. Mentre negli altri settori la situazione risulta essere negativa, infatti nonostante nel settore dell'agroalimentare e dei trasporti la situazione sia positiva in tutti gli altri settori risulta avere delle variazioni pressochè negative si registra un calo minore (-9,2%) rispetto all'italiano (-12,4%)



Grafico TL.30
Elaborazione personale della variazione percentuale della stima dell'impatto economico dei vari settori per coloro che alloggiano nelle strutture ricettive
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

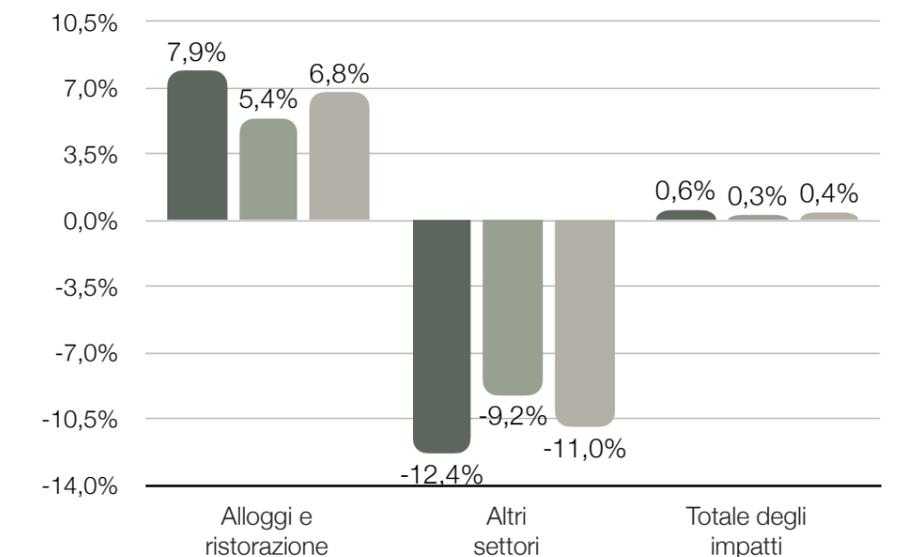


Grafico TL.31
Elaborazione personale della variazione percentuale della stima dell'impatto economico dei vari settori per coloro che alloggiano nelle seconde case
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

rendendo quindi il totale dell'impatto economico della spesa negli altri settori, facendo una media, appena positivo con variazioni sotto l'1% (Ved. Grafico TL.30) . Situazione simile ma con dati differenti si registra per coloro che risiedono nelle seconde case infatti il loro impatto economico nell'alloggio e nel settore della ristorazione risulta essere positivo e la variazione risulta essere circa tre volte maggiore rispetto a coloro che risiedono nelle strutture ricettive. Per gli stranieri si registra la variazione percentuale maggiore con il 33,5% mentre per gli Italiani si registra il 20%. Il discorso rimane il mesesimo al caso precedente anche per gli altri settori, infatti nonostante ve ne siano di positivi la maggior parte presentano delle variazioni negative registrando per gli Italiani un calo maggiore (-9,5%) rispetto agli stranieri (7,8%). Quindi il totale dell'impatto economico della spesa risulta con una variazione maggiore per gli stranieri (15,7%) rispetto agli italiani (5,9%) (Ved. Grafico TL.31). Perciò se si osserva la situazione in generale l'impatto dell'alloggio e la spesa effettuata nei ristoranti risulta positiva, maggiore per lo straniero 20,4% rispetto all'Italiano 16,8%. Invece osservando la situazione per gli altri settori, nonostante l'agroalimentari, i trasporti e l'acquisto di calzature e abbigliamento presentino valori positivi, gli altri presentano valori negativi delineando una situazione complessiva sotto lo zero infatti per l'Italiano la situazione risulta essere leggermente peggiore (-10%) rispetto agli stranieri (-8,3%) (Ved. Grafico TL.32)

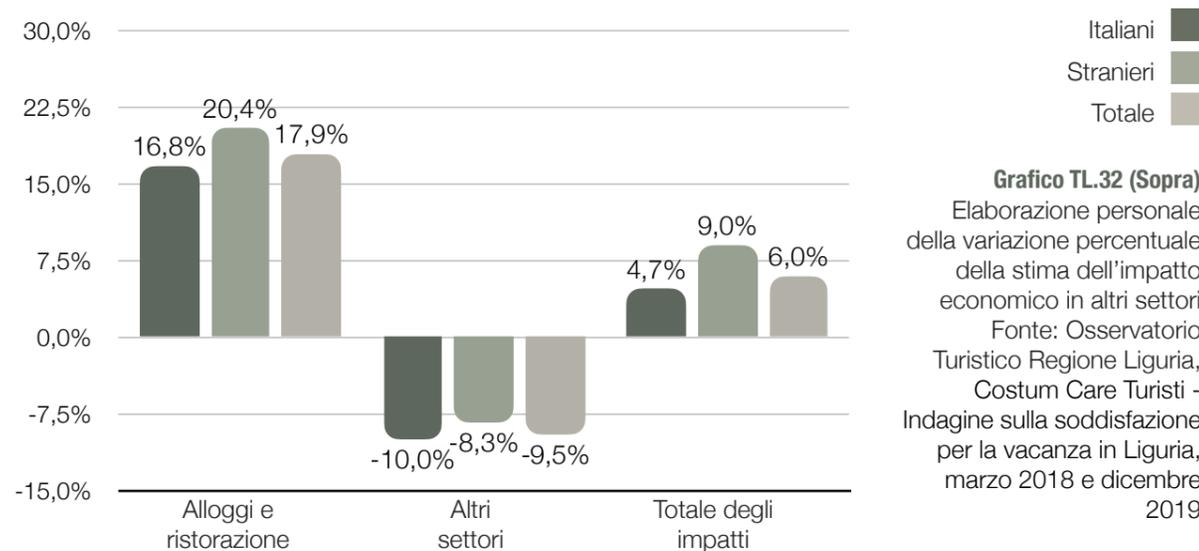


Grafico TL.32 (Sopra)
 Elaborazione personale della variazione percentuale della stima dell'impatto economico in altri settori
 Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, marzo 2018 e dicembre 2019



FIG. 3.25
 Turisti nei borghi storici della Taggiasca
 Fonte: Erica Caridi, agosto, 2021

CAPITOLO 4

IL QUADRO D'AMBITO:
I TERRITORI DELL'OLIVA TAGGISCA NELL'ESTREMO PONENTE LIGURE

In base all'ultimo Piano Turistico Triennale, ancora in atto, dalla Regione Liguria e alle strategie che essa ha deciso di intraprendere nell'era post-Covid '19, si è deciso di individuare un ambito territoriale che rispondesse perfettamente alle necessità a cui si sta cercando di andare in contro da qualche anno. Si è optato per scegliere un luogo ricco di cultura e tradizione che però necessita di una spinta maggioritaria per trovare la propria identità e sfruttarla al massimo delle proprie potenzialità in modo da far conoscere il territorio e renderlo fruibile a più persone possibili pur sempre rispettando quelli che sono i caratteri fondamentali del turismo sostenibile e del rispetto ambientale. Il territorio che perfettamente coincide con tali caratteristiche si situa nell'estremo ponente Ligure, nei territori dell'entroterra Imperiese in quanto presentano intrinsecamente nella loro storia la tradizione per la coltivazione e produzione di oliva taggiasca la quale ha permesso di costruire attorno alla sua filiera un paesaggio caratteristico e unico. L'analisi non vuole concentrarsi su un singolo comune ma costruire una rete di realtà che assieme possano essere competitive per il territorio sul quale operano, quindi qualsiasi operazione viene fatta all'interno della rielaborazione dei dati può essere tramutata ad ogni singolo comune e, in caso, implementarne la valorizzazione caso per caso. Per comprendere tale importanza si è deciso in primis di definire un territorio entro il quale operare e da questo costruire un **quadro d'ambito competitivo** in quanto questa operazione risulta necessaria per reperire delle informazioni fondamentali ed eseguirne un'attenta analisi per comprendere quali siano le sue caratteristiche e peculiarità rispetto ad altri territori circostanti e quindi fondamentali per la creazione di un'identità. Tale strategia deriva dal marketing territoriale e si articola fondamentalmente in tre fasi essenziali¹: 1. **analisi della domanda territoriale**: permette di individuare quelli che sono le componenti essenziali del luogo dalla quale poi sviluppare successivamente gli obiettivi che guideranno l'azione del marketing; 2. **analisi delle componenti dell'offerta territoriale**: è necessaria per comprendere quella che è la vocazione del territorio, fondamentale per capirne la

1. Maria Merenna, *Un'analisi teorica sul marketing territoriale. Presentazione di un caso studio. Il "consorzio per la tutela dell'Asti"*, working paper Ceris-CNR, n°7/2005, pp. da 9 a 11 http://www.ceris.cnr.it/ceris/workingpaper/2005/WP_7_05_MARENNA.

2. Maria Merenna, *Un'analisi teorica sul marketing territoriale. Presentazione di un caso studio. Il "consorzio per la tutela dell'Asti"*, working paper Ceris-CNR, n°7/2005, pp. 12 http://www.ceris.cnr.it/ceris/workingpaper/2005/WP_7_05_MARENNA.

naturale predisposizione, e valutarne gli elementi di forza e debolezza; 3. **scelta dei segmenti di domanda e posizionamento**: consiste nell'individuare un bacino di utenza che possa essere interessato a intraprendere questo tipo di esperienza perchè ogni tipologia di territorio ha delle caratteristiche proprie intrinseche che possono offrire servizi e prodotti differenti. Alla luce di questo quindi "La strategia viene elaborata sulla base di tutti gli elementi conoscitivi disponibili, ed esprime gli elementi su cui si basa il progetto competitivo che si vuole realizzare sul territorio, indicando le aree di maggior interesse, il tipo di vantaggio competitivo su cui si vuole basare l'intera strategia e i segmenti di domanda verso i quali si vuole orientare l'offerta prioritaria per il territorio"². In base a questa premessa e agli obiettivi del marketing territoriale si è deciso di tramutare queste direttive nel contesto studiato perciò formulare un'analisi apposita per il territorio a cui si fa riferimento.



FIG. 4.1 Schema sulla modalità con cui è stata eseguita l'analisi

La prima operazione eseguita per definire il quadro d'ambito, per poi poter svolgere le relative analisi, è stata quella di individuare un bacino d'utenza con delle caratteristiche proprie e un patrimonio storico e paesaggistico particolare e unico ma ancora poco sviluppato e sfruttato in modo da costruirvi al suo interno un piano di marketing territoriale perfettamente calzante. Studiando le strategie individuate dalla regione stessa mediante l'analisi dei Piani Turistici Trennali, il Piano di Azione 2021 e le strategie politiche e di valorizzazione del territorio in atto, si è deciso di puntare su territori il cui prodotto di punta e d'eccellenza è sia forte attrattore turistico ma anche portatore di un certo benessere economico in particolar modo per la sua peculiarità e unicità, ovvero l'**Oliva Taggiasca** e tutta l'industria attorno ad essa. Il territorio scelto, quindi, si colloca nella parte più occidentale della Liguria, in provincia di Imperia, a ridosso della confinante Francia; in particolar modo nell'entroterra tra la fascia di comuni vicini alla costa e quelli facenti parte delle Alpi Marittime quindi si delinea un territorio prettamente collinare e mediano. Per definirlo, quindi, è stata eseguita una ricerca in modo da capire se vi fossero delle iniziative attive sul territorio che si occupassero già della materia e sono stati individuate due realtà molto importanti come una proposta di itinerario lanciata dall'associazione che si occupa dei Cammini Culturali del Concilio Europeo chiamato **The routes of the olive tree**³ (Fig.3) che comprende 21 località di produzione dell'olio nel territorio Imperiese riconosciuti per la loro importanza nel settore. Altro elemento essenziale per effettuare una selezione accurata parte dall'analisi dei 25 comuni che fanno parte dell'**Associazione nazionale città dell'olio**⁴ (Fig.5) nella provincia di Imperia. Quindi, osservando queste due realtà di forte impatto e attive sul territorio, si è deciso di iniziare a selezionare solamente i comuni in comune a entrambi in modo da avere un comparto più omogeneo e già appartenente alla stessa filiera. Perciò si sono selezionati in totale 15 comuni tra cui: Dolceacqua, Apricale, Isolabona, Bajardo, Perinaldo, Ceriana, Badalucco, Prelà, Vasia, Dolcedo, Borgomaro, Chiusanico, Diano Arentino, Imperia, Taggia.

3. Sono itinerari riconosciuti e certificati a livello europeo volti a promuovere la cooperazione e la valorizzazione del patrimonio attraverso la tematica fondamentale dell'olio e la filiera a cui appartiene. Nel 2005 "The routes of the olive tree" è stato certificato come Itinerario Culturale del Consiglio d'Europa, infatti questo ha permesso l'inizio di una serie di iniziative volte a valorizzare i territori che ne fanno parte. <https://olivetreeeroute.gr/en/>

4. è un'associazione che svolge una divulgazione sulla cultura dell'olivo e dell'olio, ne tutela e promuove l'ambiente ed il paesaggio in cui si insedia; garantisce qualità al consumatore mediante la valorizzazione delle denominazioni di origine, organizza eventi, attua strategie di comunicazione e di marketing mirate alla conoscenza del patrimonio olivicolo italiano. <https://www.cittadelloolio.it/>

FIG. 4.2 (Sopra)

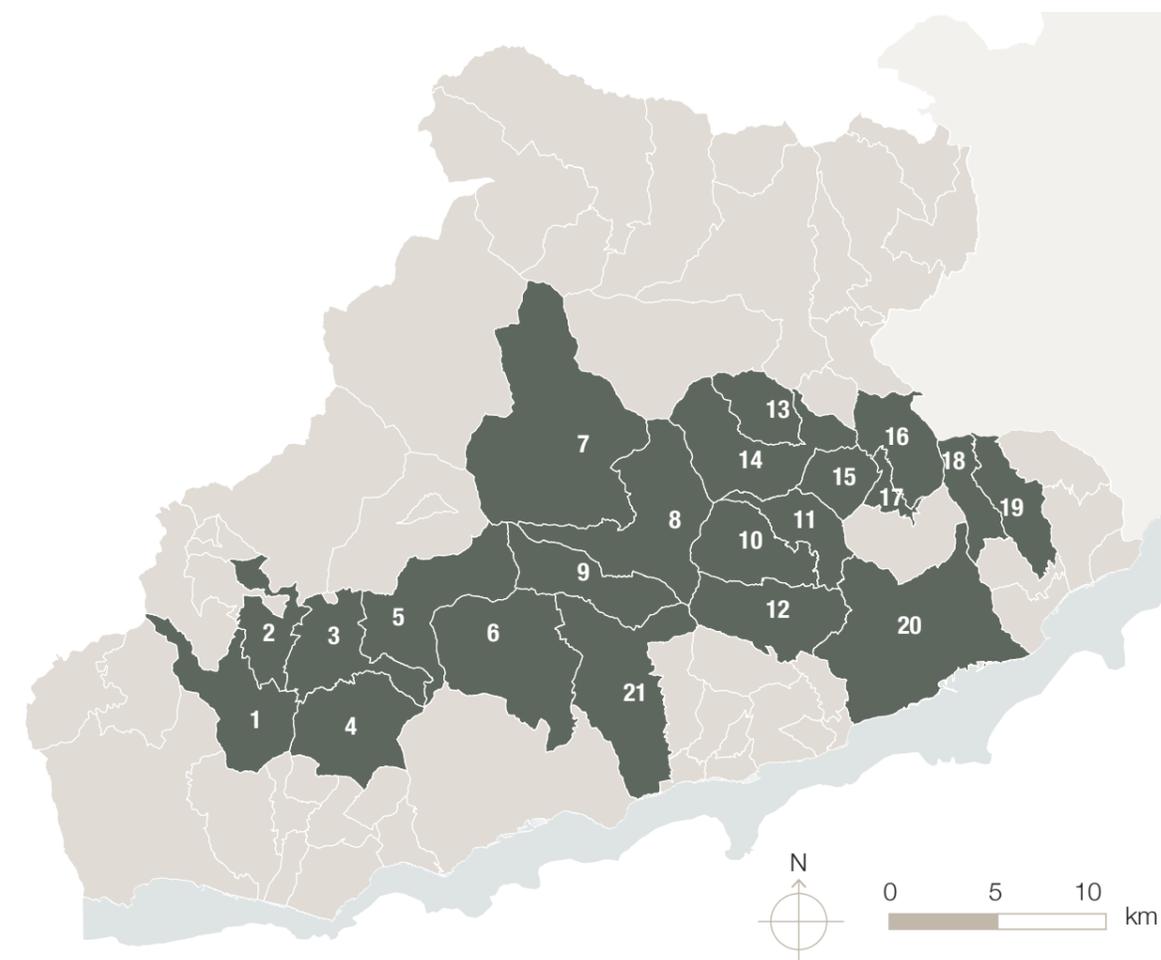
Logo del Cammino Europeo "The routes of olive tree"

FIG. 4.3 (Sotto)

Rielaborazione personale dei comuni appartenenti al percorso previsto dal Cammino Europeo "The routes of olive tree"



Cultural route
of the Council of Europe
Itinéraire culturel
du Conseil de l'Europe

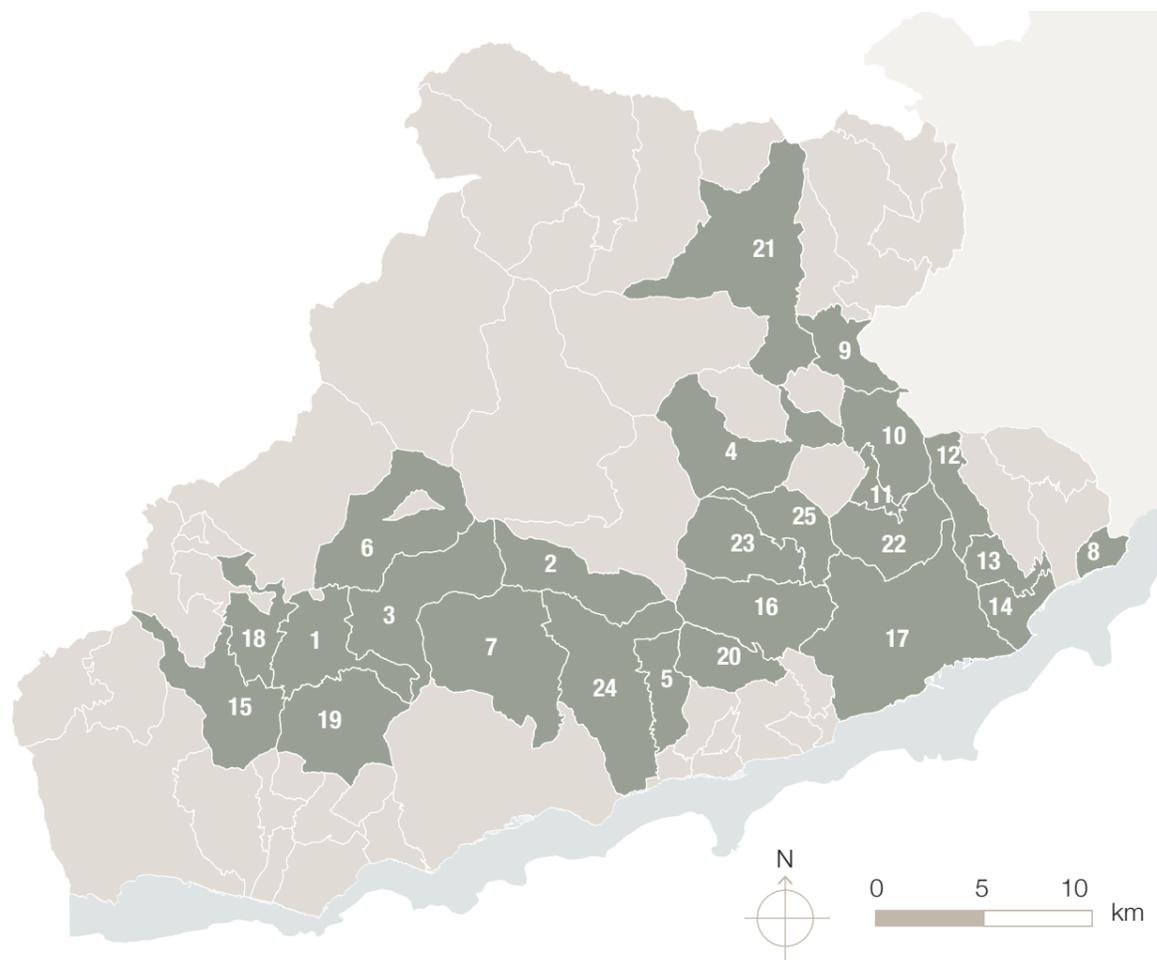


LEGENDA:

| | | | | |
|--------------|---------------------|------------|------------------|---------------------|
| 1 Dolceacqua | 6 Ceriana | 10 Prelà | 14 Borgomaro | 18 Diano Arentino |
| 2 Isolabona | 7 Molini di Triora | 11 Vasia | 15 Luccinasco | 19 Diano San Pietro |
| 3 Apricale | 8 Montalto Carpasio | 12 Dolcedo | 16 Chiusanico | 20 Imperia |
| 4 Perinaldo | 9 Badalucco | 13 Aurigo | 17 Chiusavecchia | 21 Taggia |
| 5 Bajardo | | | | |



FIG. 4.4(Sopra)
Logo dell'Associazione nazionale città dell'olio
FIG. 4.5 (Sotto)
Rielaborazione personale dei comuni appartenenti all'Associazione nazionale città dell'olio



LEGENDA:

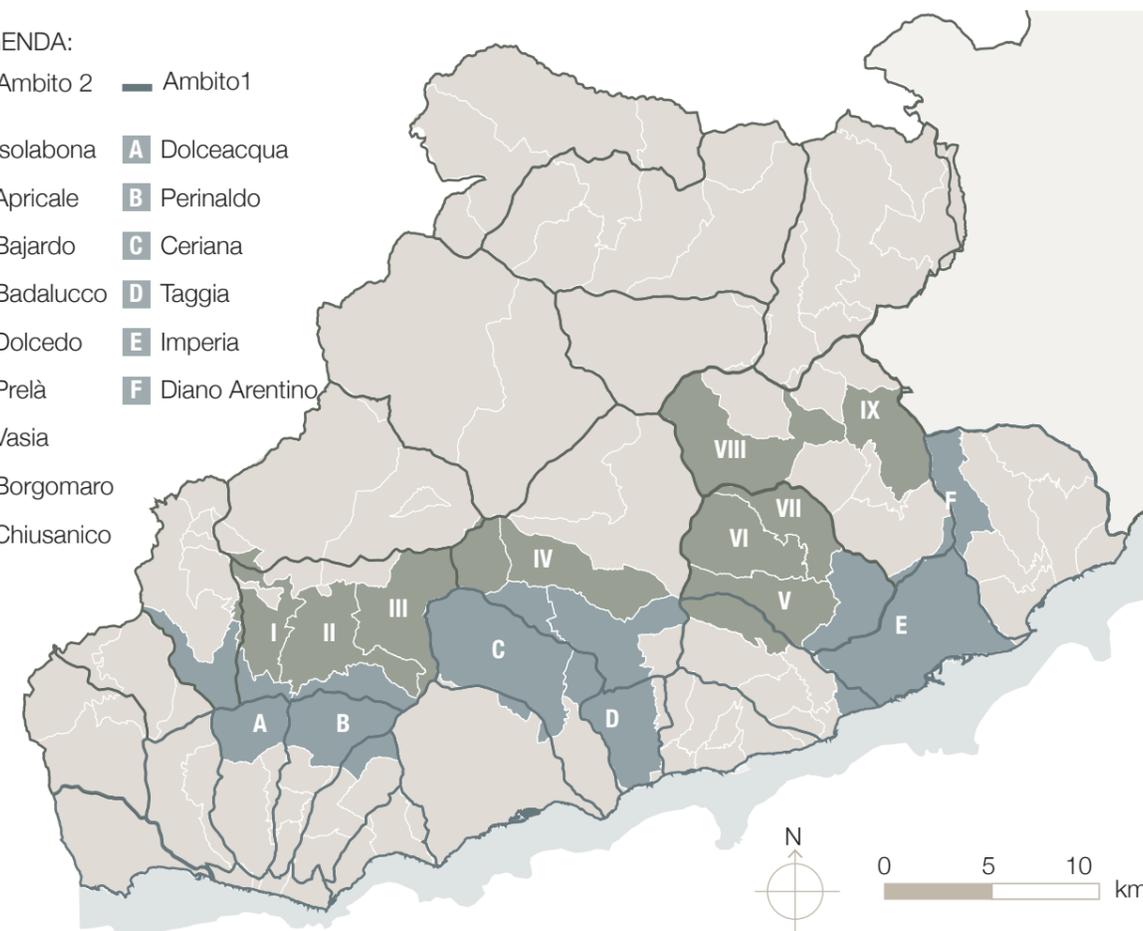
- | | | | | |
|--------------|------------------|-------------------|----------------|------------------|
| 1 Apricale | 6 Castelvittorio | 11 Chiusavecchia | 16 Dolcedo | 21 Pieve di Teco |
| 2 Badalucco | 7 Ceriana | 12 Diano Arentino | 17 Imperia | 22 Pontedassio |
| 3 Bajardo | 8 Cervo | 13 Diano Castello | 18 Isolabona | 23 Prelà |
| 4 Borgomaro | 9 Cesio | 14 Diano Marna | 19 Perinaldo | 24 Taggia |
| 5 Castellaro | 10 Chiusanico | 15 Dolceacqua | 20 Pietrabruna | 25 Vasia |

In seguito, per delineare un quadro ancora più specifico e coerente con le linee politiche adottate dalla Regione, si è deciso di osservare e implementare le direttive date dal nuovo Piano Paesaggistico Regionale, attualmente ancora in corso di validazione da parte del Comitato tecnico ma che delinea 11 ambiti significativi rispetto ai 100 del precedente PTCP. Quindi si sono analizzati gli ambiti che interessano la provincia di Imperia, ovvero l'**Ambito 1-Riviera di Ponente/Imperiense** che raggruppa essenzialmente i sub ambiti che affacciano sul Mar Ligure, e l'**Ambito 2-Alpi Liguri** che a sua volta unisce invece i comuni dell'entroterra tra il tipico territorio collinare e ai pendii delle Alpi Liguri. Perciò i comuni selezionati in precedenza sono stati suddivisi in base all'ambito a cui appartengono e per uniformità e coerenza con il nuovo PPR si sono selezionati solo quelli dell'Ambito 2 e che facessero parte delle politiche poste in atto per l'Entroterra.

FIG. 4.6
Rielaborazione personale dei comuni scelti e degli ambiti a cui fanno riferimento.

LEGENDA:

- | | |
|----------------|------------------|
| — Ambito 2 | — Ambito 1 |
| I Isolabona | A Dolceacqua |
| II Apricale | B Perinaldo |
| III Bajardo | C Ceriana |
| IV Badalucco | D Taggia |
| V Dolcedo | E Imperia |
| VI Prelà | F Diano Arentino |
| VII Vasia | |
| VIII Borgomaro | |
| IX Chiusanico | |



Perciò, analizzando tutte queste caratteristiche e unendole tra di loro si è giunti alla selezione dei 9 comuni (Isolabona, Apricale, Badalucco, Dolcedo, Prelà, Vasia, Borgomaro e Chiusanico) facente parte degli stessi circuiti e dello stesso ambito, ma il PPR definisce anche le unità di paesaggio o meglio sub-ambiti per dare una definizione maggioritaria al territorio. I comuni selezionati fanno parte di quattro unità territoriali che si situano nella fascia mediana tra quelli costieri e quelli montani, perciò prettamente in un territorio collinare: sub-ambito 4_Media Val Nervia; sub-ambito 7_Media Valle Argentina; sub-ambito11_Valle Prina; sub-ambito 12_Valle Impero. Questi dati divengono significativi nel momento in cui si andano ad effettuare le differenti analisi e si vorrà essere maggiormente precisi sulla definizione delle strategie da intraprendere.

LEGENDA:

- | | |
|---------------------|-----------------------|
| I Isolabona | VI Prelà |
| II Apricale | VII Vasia |
| III Bajardo | VIII Borgomaro |
| IV Badalucco | IX Chiusanico |
| V Dolcedo | |

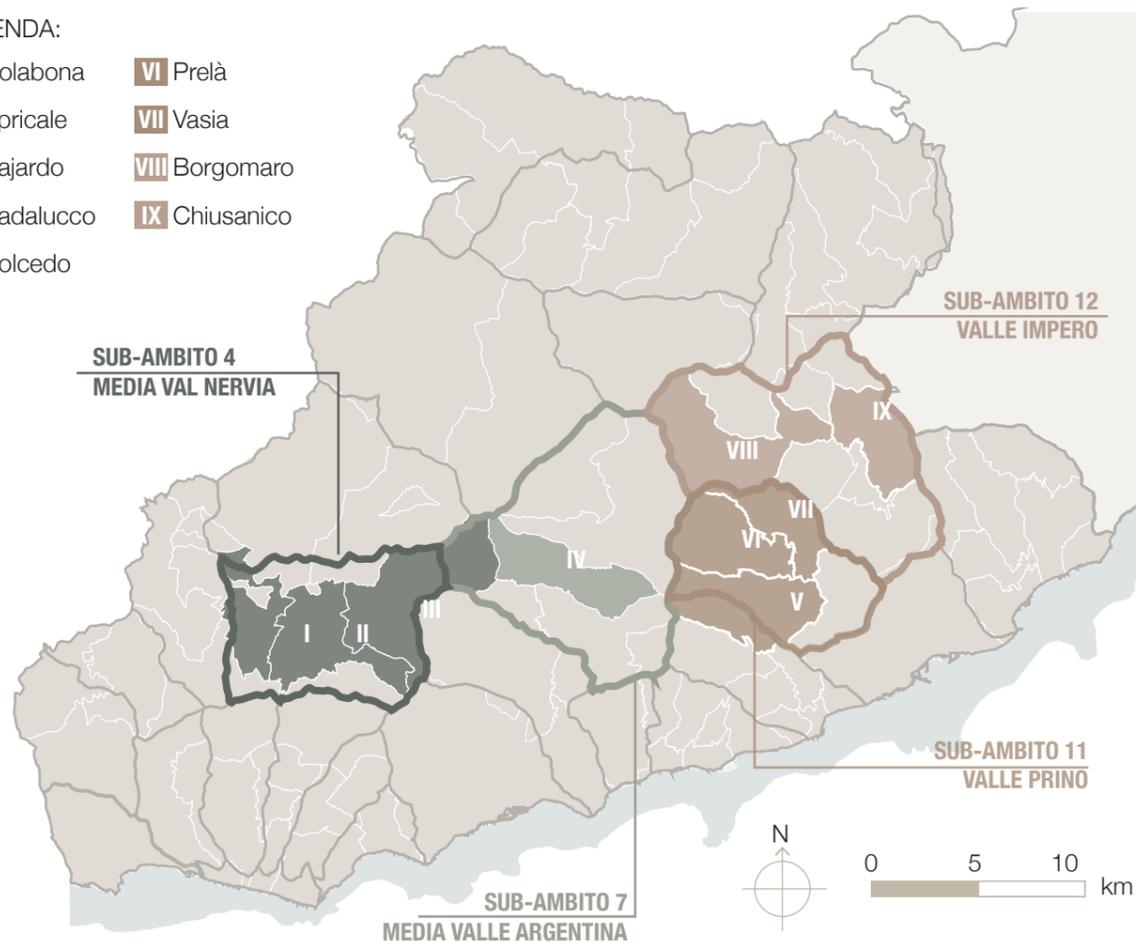


FIG. 4.7

Rielaborazione personale dei comuni selezionati per il quadro d'ambito e dei sub-ambiti a cui appartengono



FIG. 4.8

Tipico paesaggio dell'entroterra dell'estremo ponente ligure.
Fonte: Erica Candi, agosto 2021

FIG. 4.9
Isolabona
Fonte: Mario Chiaiere
foto



FIG. 4.10
Apricale
Fonte: Provincia di Imperia,
comune di Apricale



FIG. 4.11
Bajardo
Fonte: Provincia di Imperia,
comune di Bajardo



FIG. 4.12
Badalucco
Fonte: Provincia di Imperia,
comune di Badalucco



FIG. 4.13
Dolcedo
Fonte: Provincia di Imperia,
comune di Dolcedo



FIG. 4.14
Prelà
Fonte: Provincia di Imperia,
comune di Prelà



FIG. 4.15
Vasia
Fonte: Provincia di Imperia,
comune di Vasia

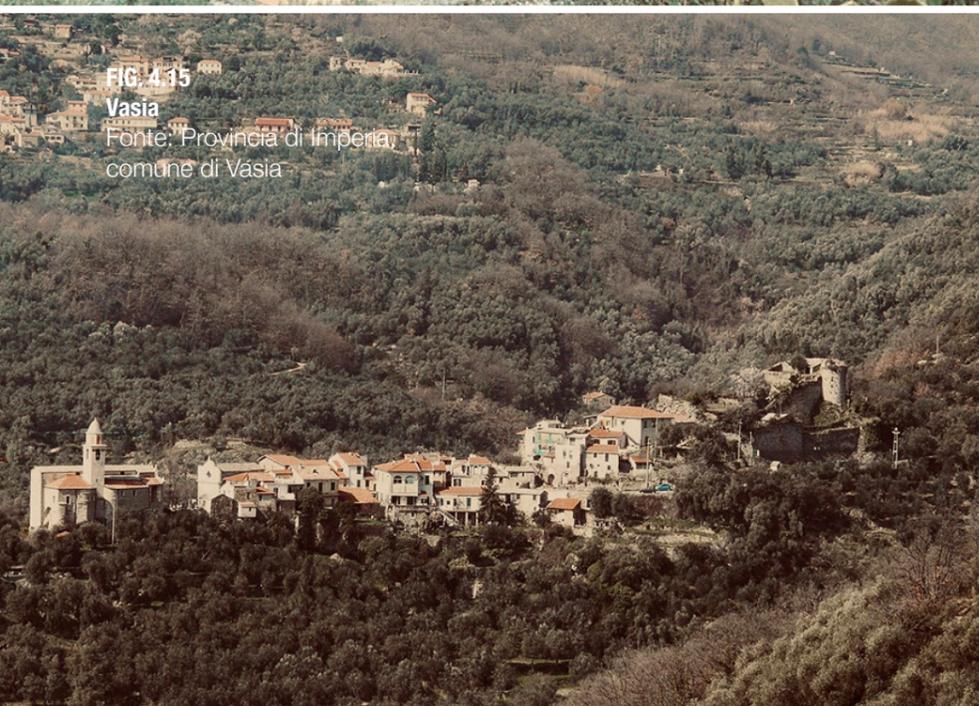


FIG. 4.16
Borgomaro
Fonte: Provincia di Imperia,
comune di Borgomaro

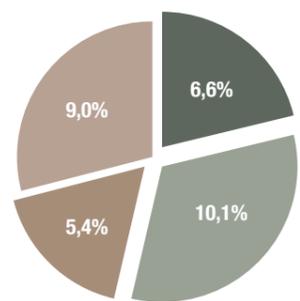


FIG. 4.17
Chiusanico
Fonte: Provincia di Imperia,
comune di Chiusanico



L'ambito 2, come riportato nel PPR comprende 44 comuni suddivisi in 16 sub-ambiti, con una popolazione di circa 23.000 abitanti. La superficie è di 918,40 km² di cui il 6,61% viene occupato dal sub ambito 4 della Media Val Nervia (60,71 km²), mentre il 10,10% viene occupato dal sub ambito 7 della Media Valle Argentina (92,78 km²), invece il sub ambito 11 della Valle Prino occupa il 5,40% della superficie totale (49,62 km²), e per ultima la Valle Impero che occupi il 9,04% (83,08 km²). La superficie occupata dai sub ambiti scelti è di 286,19 km² che rappresenta circa il 31% del totale.

Dal punto di vista **morfologico** l'ambito è costituito in parte da porzioni medie-alte dei bacini versanti nel mar Ligure costituiti dai vari torrenti (Bevera, Media Val Roja, Barbaira, Argentina, Prino, Impero, Arroscia, Pennavaire e il Nervia) e in parte, nella parte alta, dalla Valle Tanarello appartenente al bacino del Po. Nel complesso è presente un'acclività accentuata dove le uniche zone pianeggianti si individuano nella media e bassa Valle Arroscia. Le zone individuate per la geosità sono i mondi Pietravecchia e Toraggio, le cascate del Torrente Arroscia e infine il complesso carsico della gola delle Fascette (tutti facente parte del Parco regionale delle Alpi Liguri). In particolare, analizzando i sub ambiti selezionati, il 4 della Media Val Nervia è costituita da un territorio delimitato prevalentemente da crinali di cui il maggiore, per ampiezza, è quello del torrente Nervia, dal quale prende il nome la vallata stessa circondato da valli confluenti molto più incise formate dai rii Bonda, Vetta e Merdanzo. Il sub-ambito 7, formato dalla Media Valle Argentina, è un sistema di valli formato dall'andamento tortuoso del torrente Argentina e dalle valli confluenti dei torrenti Oxentina e Carpasina. Il sub-ambito 11, Valle Prino, è costituito da un sistema vallivo torrentizio delimitato a nord dal crinale di collegamento dei Monti Prati e Faudò e dai crinali degli stessi monti che degradano in direzione del mare. Infine, il sub-ambito 12, Valle Impero, è costituito da una vallata delimitata da crinali prevalenti i quali sono caratterizzati nella parte prossima vicina al mare da ampie piane alluvionali mentre nella parte a monte da versanti di ridotta acclività.



Sub-Ambito 4
 Sub-Ambito 7
 Sub-Ambito 11
 Sub-Ambito 12

Grafico IT.1

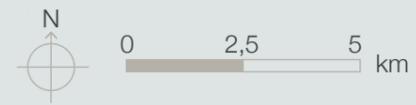
Elaborazione personale della percentuale di suolo occupata dai sub-ambiti presi in esame
 Fonte: Pano Paesaggistico della Liguria, Ambito 2-Alpi Liguri
 Liguti10DC0352&from=EN

Dal punto di vista **insediativo** l'ambito ha mantenuto inalterata la sua struttura storica formata prevalentemente da nuclei isolati collocati o a mezza costa o in posizione di crinale. Per quanto riguarda il sub ambito 4 il suo sistema insediativo è formato da aggregati di media densità che risultano essere continui e omogenei nel complesso e se ne riscontrano due tipologie ovvero **Isolabona**, con tessuto che si sviluppa a maglia sul fondovalle mentre **Apricale** e **Bajardo** si sviluppano lungo dorsali secondaria, prevalentemente gli insediamenti sono di origine medioevale e presentano un castello. Per quanto riguarda i nuclei del sub-ambito 7 sono formati da agglomerati che si localizzano su promontori con densità media e risultano essere omogenei e continui. Badalucco e Carpasio si presentano con uno sviluppo radiale mentre Montalto uno lineare, prevalentemente gli insediamenti risultano essere di origine tardomedioevale. Per quanto riguarda il sub-ambito 11 è costituito da aggregati che presentano nature differenti ma tutti con media densità, sviluppo lineare e risultano continui e omogenei. **Dolcedo** si colloca nel fondovalle ed è contornato da nuclei che ne costituiscono le sue frazioni (Ripalta, Castellazzo e Costa), mentre Isolalunga, Bellissimi, Pantasina, Moltedo e Montegrazie presentano un impianto di versante, infine **Prelà** e **Vasia** sono costituite da un impianto di crinale. In Prevalenza gli insediamenti arroccati sono di epoca preromana e medioevale mentre quelli più aperti di età postmedievale dopo lo sviluppo dell'olivocoltura. Infine, il sub-ambito 12, è costituito da innumerevoli aggregati di varie tipologie Pontedassio (irregolare), Chiusavecchia (lineare) e **Borgomaro** (a maglia), distribuiti lungo l'asse viario di fondovalle. Sono invece aggregati di versante Caravonica, Villa Viani, Villa Guardia e S. Bartolomeo (regolare), Ville S. Pietro e Ville S. Sebastiano (irregolare) Gazzelli (radiale). Sono infine aggregati di crinale, **Chiusanico**, Aurigo, Lucinasco, Bestagno e Arzeno (lineare), Conio (polarizzato) e Cesio (radiale). Prevalentemente gli insediamenti arroccati sono di epoca pre-romana e medioevale mentre quelli più aperti di età post-medioevale dopo lo sviluppo dell'olivocoltura.

LEGENDA:

- Bosco
- Verde urbano
- Colture varie
- Uliveti
- Corsi d'acqua

FIG. 4.18
Elaborazione personale
dell'inquadramento
territoriale dell'ambito
Fonte: geoportale.regione.liguria.it



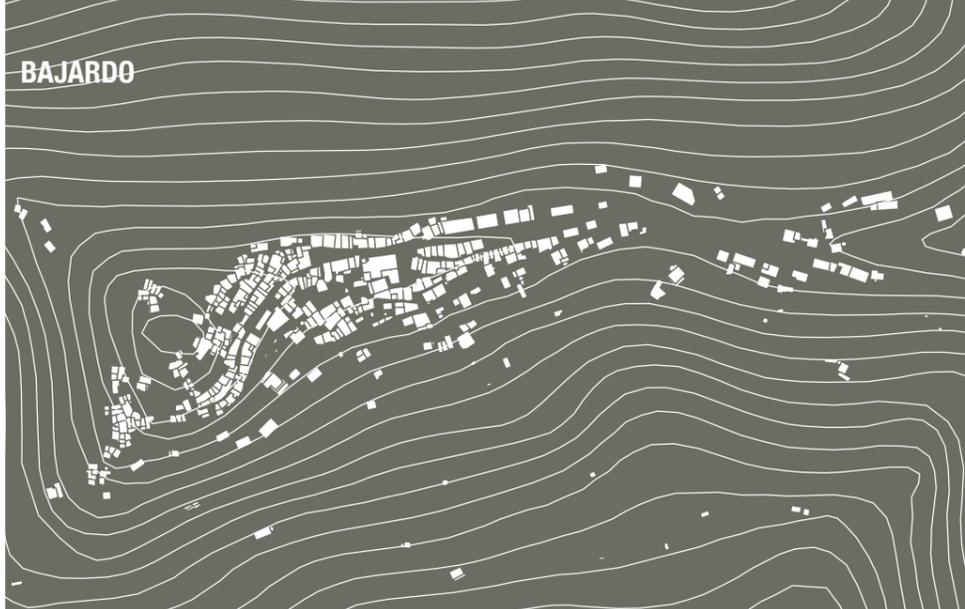
ISOLABONA



APRICALE



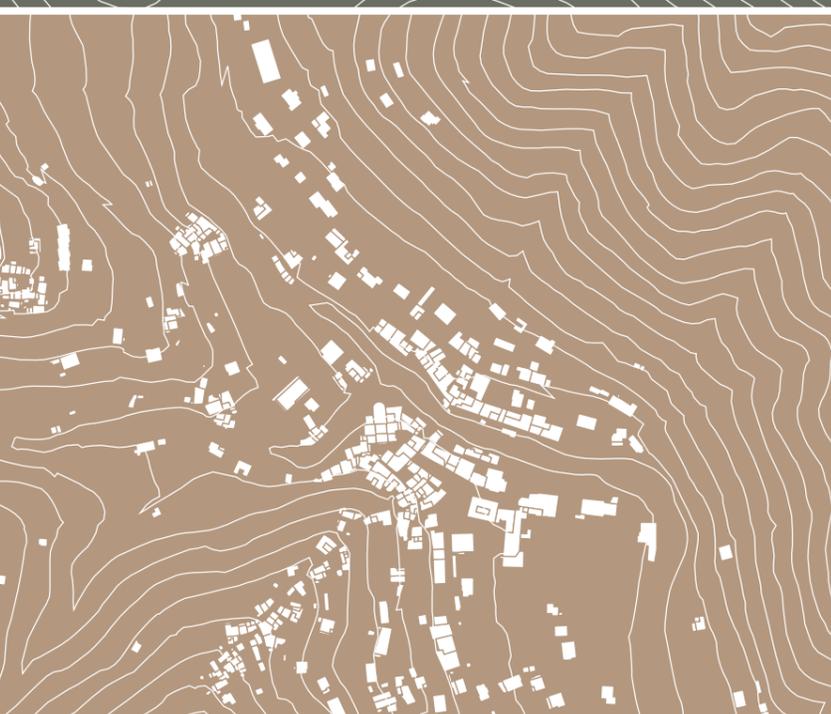
BAJARDO



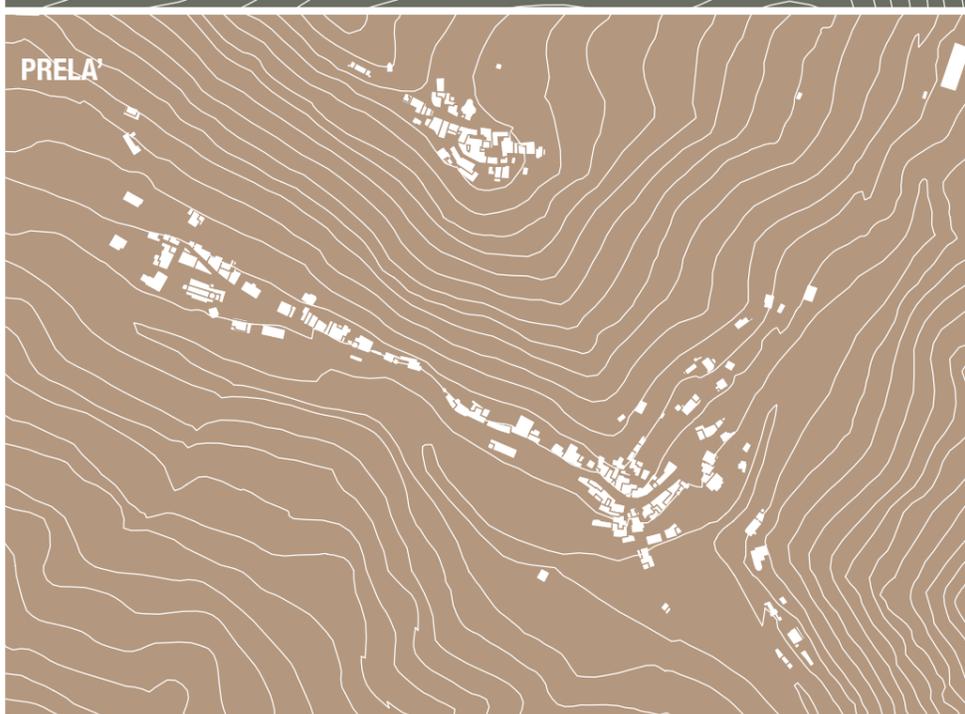
BADALUCCO



BOLCEDO



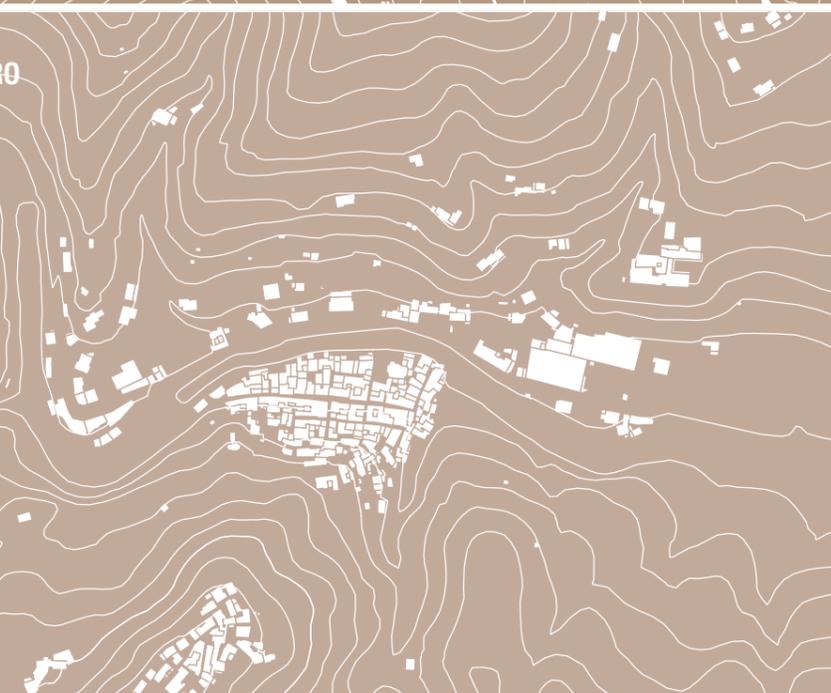
PRELA'



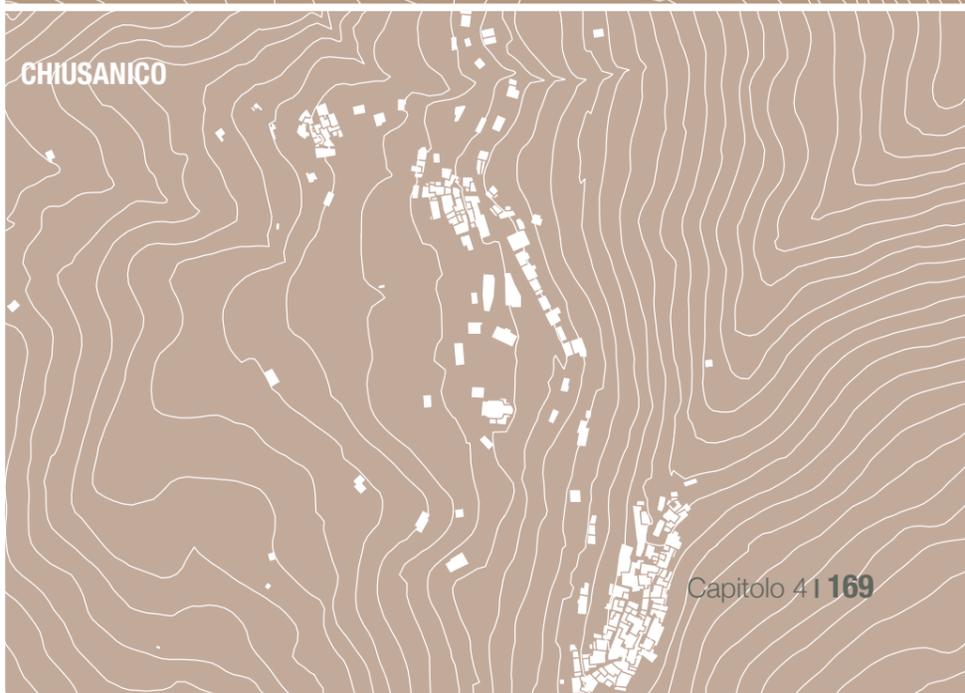
VASIA



BORGOMARO



CHIUSANICO



Per poter capire quali siano le politiche urbanistiche e amministrative in atto nell'ambito individuato risulta necessario osservare quelli che sono i differenti piani alle diverse scale che cooperano per migliorare la qualità della vita e della fruizione del territorio Ligure. Quindi si è deciso di analizzare i piani più recenti ai diversi livelli e che contengano direttive dirette ai comuni appartenenti all'ambito. Per quanto riguarda la Regione il Piano Territoriale Regionale (PTR), a livello provinciale il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale (PTC).

4.3.1_ Il Piano Territoriale Regionale (PTR)

Il punto fondamentale da cui partire è l'analisi del nuovo Piano Territoriale Regionale⁵, che la Liguria sta definendo in questo periodo infatti mediante la delibera n.110 del 18 febbraio 2020 la Giunta regionale ha approvato, ai sensi dell'articolo 14 della legge regionale n.36/1997, il Documento preliminare del progetto di Piano territoriale regionale (PTR) e il relativo Rapporto ambientale preliminare e propone una visione strategica del lungo periodo di sviluppo della Regione. Il progetto del PTR che si legge attualmente si basa sul documento preliminare e tiene conto degli esiti della fase di consultazione e delle osservazioni che sono state eseguite in precedenza. Il piano risulta essere il più aggiornato verso le problematiche che si sono sollevate nella Regione dividendo le linee su cui intervenire in tre macro zone. Quindi il PTR ha definito delle problematiche e dei successivi interventi in seguito ad una serie di analisi seguendo le disposizioni normative, principalmente della Valutazione Ambientale Strategica (VAS). Le analisi hanno portato a definire dei temi di pianificazione comuni ma inseriti in tre sistemi territoriali differenti, quali: costa (segno fisico delimitato a 300 m dalla linea di battigia indipendente dal perimetro delle città), entroterra (rielaborazione dei comuni montani individuati nel regolamento regionale n.2 del 2017) e città (identificati i sistemi che costituiscono le città liguri come capoluoghi e il suo territorio circostante, valli urbane e conurbazioni straniere).

5. vuole essere uno strumento di progetto definendo le linee di assetto territoriale e presentandosi come strumento di comunicazione e promozione, a differenza del Piano Paesaggistico il quale predilige essere un piano delle regole e dare indicazioni e prescrizione a livello governativo del territorio.

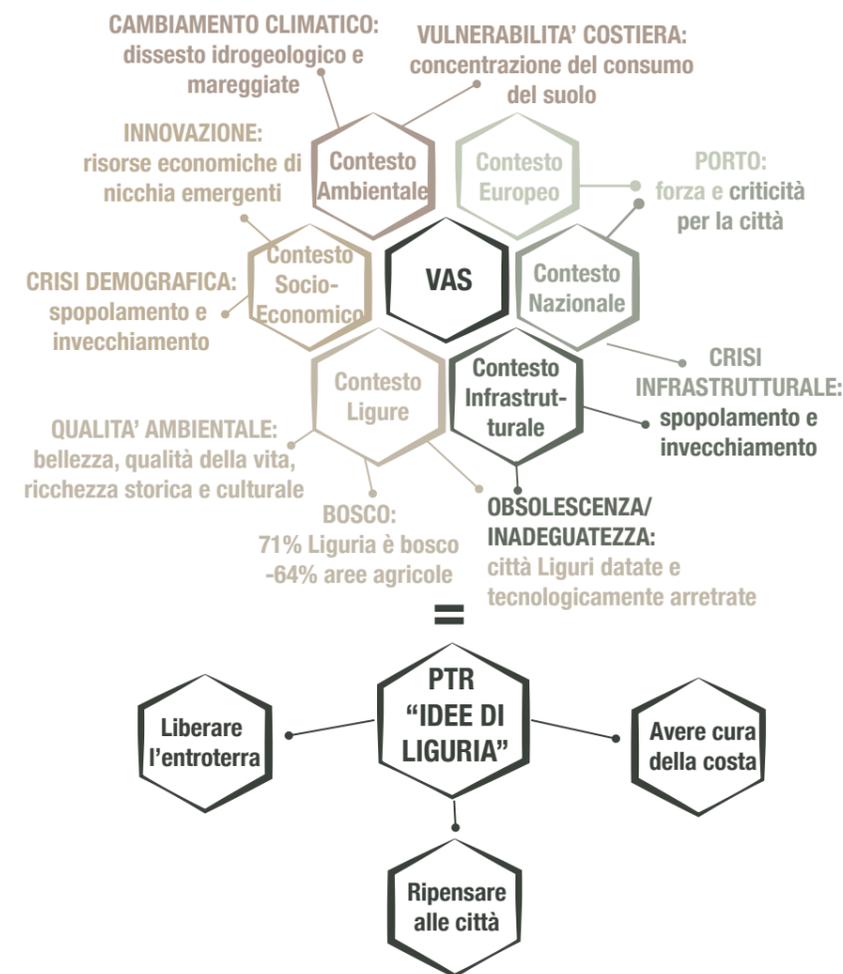


FIG. 4.19
 Rielaborazione personale della fase di analisi del PTR della Regione Liguria

Il PTR denominato "Idee Liguria" parte con due obiettivi generali, ovvero cambiare il modo di pensare e il modo di operare sia dell'amministrazione in generale e sia dei locali. Questi obiettivi si declinano per ognuna delle tre zone individuate ma coerentemente con le analisi effettuate sino ad ora si andrà ad analizzare in particolar modo le politiche attuate nell'Entroterra (Fig. 18) in quanto i comuni dell'ambito selezionato fanno tutti parte di questa zonizzazione. Si rende necessario focalizzarsi su questo aspetto rispetto agli altri due, capendo quali siano stati i punti di partenza e quelli di arrivo, infatti, in primis sono state eseguite delle analisi e in seguito si è svolta una swot conclusiva (Fig. 19) che ha permesso di comprendere punti di forza e di debolezza su cui intervenire in futuro.



FIG. 4.20
Zona dell'entroterra
estrapolata dal PTR
Fonte: Regione Liguria,
PTR, Piano Preliminare,
Febbraio 2020, pp.49

- Grande varietà di valori storici, paesaggistici, culturali ecc...
- Presenza di un'offerta abitativa monofamiliare non presente nelle altre realtà
- Presenza di attività "alternative" grazie alla presenza dei neo rurali (giovani che tornano alla terra) e che portano le loro conoscenze



- Territorio difficile da vivere per la mancanza di collegamenti e servizi
- Territorio fragile da punto di vista idrogeologico
- Produttività dei terreni è limitata come la sua redditività
- Abbandono in corso della Liguria interna in favore dei centri urbani



- Creare le condizioni per favorire una residenza stabile e per recuperare attività che siano compatibili con il territorio
- Valorizzare le capacità delle comunità locali
- Individuare una serie di lavori congrui con la natura del posto
- Favorire interventi innovativi



- Rischia di perdere totalmente la sua attrattiva residenziale, d'investimenti e di servizi
- Perdita di identità locale, pratiche costruttive tradizionali, conoscenze e sapere locale



FIG. 4.21
Rielaborazione personale
della SWOT dell'Entroterra
della Regione Liguria nel
PTR



**DOTAZIONI
PUBBLICHE**

Quindi lo scenario che si ottiene dalle analisi e dalla conseguente SWOT tratta principalmente le tematiche di abbandono del territorio, spopolamento e criticità serie dal punto di vista ambientale, e questo trend sembra essere inarrestabile nonostante le varie politiche intraprese che non hanno conseguito i risultati che si auspicavano tale che lo scenario iniziale porterebbe la Regione a puntare sulle altre due zone rispetto all'entroterra dove potrebbe riscuotere maggior successo. Ma come osservato nelle opportunità del territorio si sta sempre più tornando alla terra mediante tecnologie e metodologie innovative facendo così sperare bene per il territorio, e per consolidare tale realtà è necessario snellire la burocrazia rendendo più partecipi e coinvolte le comunità locali mediante delle indicazioni più specifiche. Quindi la gestione del territorio vuole proprio essere affidata alle sue comunità locali principalmente coinvolgendo Start Up, giovani imprenditori, cittadini stessi, enti locali e associazioni così da incrementare sia le presenze di residenti che turisti e influire positivamente sull'industria del lavoro il tutto cercando di ridurre la superficie boschiva in favore di aree produttive sempre seguendo quella che è la natura del luogo e le direttive Regionali. Quindi le linee di azione e intervento si sviluppano essenzialmente in tre filoni principali, quali: dotazioni pubbliche, filiera del lavoro e infrastrutture.

1. IMPIANTI PER LE PRATICHE SPORTIVE E RICREATIVE ALL'ARIA APERTA: si ammettono tutti gli interventi che siano indirizzati alla conservazione, riqualificazione e costruzione di nuovi edifici o impianti e infrastrutture che siano necessarie per lo svolgimento delle attività. Le strutture devono essere facilmente raggiungibili per tutto il corso dell'anno ma soprattutto devono essere perfettamente integrate all'interno del sistema paesaggistico.

2. EDIFICI SCOLASTICI, RICREATIVO, CULTURALI E IN GENERALE CHE SIANO DI INTERESSE COMUNE: gli interventi devono mirare o alla conservazione e valorizzazione di edifici già presenti sul territorio o alla costruzione di nuovi impianti.

1. AZIENDE AGRICOLE:

sono riconosciute tutte le strutture legate alla filiera che rientrano nei parametri e nei limiti dei dimensionamenti all'interno del PTC (Piano Territoriale di Coordinamento).

2. EDIFICIO MULTIFUNZIONALE (DIDATTICA, DEGUSTAZIONE, TERAPIA) CAPANNONE ARTIGIANALE

3. PUNTI VENDITA DI PRODOTTI DERIVANTI DALLA PRODUZIONE AGRICOLA E ZOOTECNICA ANCHE TRASFORMATI O DALLA PRODUZIONE ARTIGIANALE

4. SPAZI RICREATIVI ALL'APERTO

5. VASCA DI RACCOLTA ACQUA PIOVANA INTERRATA

6. IMPIANTI MICRO E MINIEOLICO

1. VIABILITA' DI COLLEGAMENTO:

principalmente un progetto per strade provinciali e comunali che collegano i nuclei abitativi che deve insediarsi sul territorio rispettandone i vincoli paesaggistici e ambientali.

2. RAMPE AD USO PRIVATO PER L'ACCESSO A FABBRICATI ESISTENTI O DI NUOVA COSTRUZIONE

3. ACCESSO A FONDI AGRICOLI IN USO O AD ABITAZIONI DI CONDUTTORI DEL FONDO

4. STRADE AVENTI FUNZIONE TAGLIAFUOCO O DA PISTA PER L'ACCESSIBILITA' AGLI IMPIANTI PER LA PRODUZIONE DI ENERGIA DA FONTI RINNOVABILI E PER LE ATTIVITA' FORESTALI

5. PISTE CICLABILI:

sono ammessi lavori di conservazione e rifunzionalizzazione lungo il tratto definito dalla Rete Ciclabile Regionale e la costruzione di pubblici esercizi



FILIERE DEL LAVORO



INFRASTRUTTURE

Per quanto riguarda l'applicazione normativa del nuovo PTR che si sta sempre più concretizzando si va a sostituire il precedente PTCP, definendo nuovi obiettivi e interventi sempre tenendo conto di quelli che sono i vincoli fissi. Per quanto riguarda il suo inserimento nella normativa, in seguito all'approvazione, gli interventi saranno ammessi solo se conformi agli strumenti urbanistici presenti sul territorio. Trascorso il primo anno le indicazioni del PTR saranno applicate direttamente e prevalcheranno i Piani Urbanistici Comunali mediante apposito appoggio e con tutti gli strumenti necessari.

SCHEMA DELLE NORME DEL PTR

CAPO I - ENTROTERRA

ART.3 indicazioni strategiche per l'entroterra

L'assetto insediativo del livello locale del Piano Territoriale di Coordinamento Paesistico (PTCP) è sostituito dalle indicazioni del PTR, di cui al seguente art.4.

Entro 12 mesi dalla data di entrata in vigore del PTR, ai sensi dell'art. 14, c. 10, della L.R. 36/1997 e s.m.i., i Comuni possono introdurre la disciplina del PTR di cui al successivo art. 4 nel proprio Strumento Urbanistico Generale, con eventuali modificazioni e specificazioni, tramite la procedura di cui all'art. 10 della L.R. 23/2018 (Disposizioni per la rigenerazione urbana e il recupero del territorio agricolo); non è necessario attivare le procedure di cui alla L.R. 32/2012 in materia di VAS se non vengono previsti incrementi ai parametri dimensionali stabiliti dal PTR. In tale periodo le disposizioni del PTR trovano applicazione se conformi alle previsioni e indicazioni dei Piani Urbanistici.

Trascorsi 12 mesi dalla data di entrata in vigore del PTR, ai sensi dell'art. 14, c. 10, della L.R. 36/1997 e s.m.i., le disposizioni di cui al successivo art. 4 prevalgono sulla disciplina dei Piani Urbanistici e sono immediatamente applicabili.

Art.4 interventi previsti dal PTR

Ferma restando la compatibilità con le indicazioni dei Piani dei Parchi regionali e con le Misure di conservazione delle ZSC e delle ZPS, nei Comuni classificati "montani" nel Regolamento Regionale n. 2 del 25 luglio 2017 sono previsti i seguenti interventi, ancorché non previsti dai vigenti Piani Urbanistici, attuabili nei termini indicati al precedente art.3. (...OMISSIS...vedi parte grafica Quadro Strutturale)

Art. 5 Interventi innovativi relativi ad attività produttive

In deroga a quanto previsto dal precedente art. 3, sono sempre consentiti, fermi restando le condizioni e i vincoli contenuti nei Piani preposti alla tutela dell'ambiente, del paesaggio e degli assetti idrogeologici, gli interventi preordinati allo svolgimento di attività produttive che rispondano almeno ai seguenti requisiti:

- il soggetto proponente deve essere un'impresa start-up oppure si deve trattare di attività produttive ad elevato contenuto tecnologico;
- la start-up che si intende avviare deve garantire almeno 5 posti di lavoro
- è vietato il cambio di destinazione d'uso per un tempo pari ad almeno 10 anni

Inoltre il progetto deve garantire almeno 5 dei seguenti requisiti:

- orientamento degli edifici: da privilegiare la posizione dell'asse longitudinale principale lungo la direttrice est-ovest con tolleranza del 30%
- prestazione dei serramenti: da impiegare vetri doppi con cavità contenente gas a bassa conduttività, per tutte le esposizioni;
- tetti ventilati o schermi orizzontali sul tetto dotati di superfici riflettenti per l'abbattimento dell'irraggiamento nel periodo estivo
- illuminazione naturale mediante vetrate verticali, lucernari, guide di luce
- materiali bioecologici impiego di materiali che garantiscano il rispetto dei requisiti di biocompatibilità ed eco-sostenibilità riferiti a: - isolanti - legni ed essenze locali - malte per intonaci e sottofondi - impregnanti per legno, resine, colori e vernici - tubazioni per la distribuzione e lo scarico dell'acqua
- tecniche di ingegneria naturalistica per la sistemazione delle aree esterne e per la realizzazione di barriere e strutture di protezione
- riduzione consumi acqua potabile mediante: - recupero delle acque meteoriche provenienti dalle coperture degli edifici per usi compatibili (irrigazione, cassette servizi igienici), al fine di ridurre il consumo di acqua potabile e/o di falda - impiego di contabilizzazione individuale dei consumi di acqua potabile; adozione di dispositivi per la regolazione del flusso di acqua dalle cassette di scarico dei servizi igienici
- sistemi solari passivi (serre solari, muri solari, sistemi a guadagno diretto ed indiretto, ecc)
- coperture e terrazzi verdi finalizzati al conseguimento di un maggiore isolamento acustico e termico, incremento dell'inerzia termica delle strutture, riduzione delle polveri sospese e riduzione dell'effetto "isola di calore".
- dotazione di percorsi ciclabili e pedonali e relative aree di sosta attrezzate per il collegamento degli insediamenti con i principali nodi di interscambio e reti di trasporto pubblico.

FIG. 4.22

Normative del PTR delle zone dell'Entroterra
Fonte: Regione Liguria, PTR, Piano Preliminare, Febbraio 2020, pp.63

4.3.2_ Il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale (PTC), Provincia di Imperia

Attualmente dal punto di vista del Governo del territorio in Provincia di Imperia vige il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale⁶ approvato con Deliberazione Consiglio Provinciale n.79 del 25/11/2009. Il Piano vuole essere sia un piano tecnico, sia metodologico ma soprattutto politico in quanto deve avere valide ragioni per poter essere messo in atto e degli obiettivi ben saldi su cui puntare infatti deve dare delle chiare linee guida su ciò che si può fare. È necessario che rivolga le proprie risorse ai comuni i quali delineano delle specifiche indicazioni e le aspettative considerate più valide e sostenibili così da farle proprie e inserirle nei propri atti di pianificazione in modo che siano conformi alla scala sul quale si intende operare. Quindi per poter redigere un piano completo ed esaustivo è necessario operare su tre livelli: il primo viene definito come quadro fondativo in cui si analizzano le varie componenti che caratterizzano la natura del territorio (l'ambiente naturale, le attività dell'agricoltura, l'ambiente urbano e costruito, la mobilità, i servizi offerti, le attività produttive e il settore turistico). Il secondo punto è il documento degli obiettivi per cui si esplicitano quelli che sono gli obiettivi da perseguire sempre tenendo conto di una struttura di obiettivi generali e non negoziabili perchè considerati essenziali per le condizioni basilari dello sviluppo sostenibile del luogo e sono: la sicurezza, l'accessibilità, l'identità culturale e storica, la tutela della biodiversità e per i servizi basilari per la popolazione. Infine il terzo livello viene definito come la struttura del Piano il quale si basa su tutti gli studi fatti in precedenza esplicitando quelle che sono le linee di intervento e il punto a cui si intende arrivare. In questo quadro, quindi, si delineano degli obiettivi specifici per ogni assetto fondamentale e una relativa macroproposta la quale si articola in altre proposte più specifiche.

6. <https://www.provincia.imperia.it/attivita/territorio-pianificazione/ptc>



OBIETTIVI PER L'AMBIENTE NATURALE E AGRICOLO:
recuperare lo stato di salute generale del paesaggio naturale e agricolo per migliorarne l'immagine anche in termini economici e turistici utilizzando al meglio le risorse presenti sul territorio stesso.

OBIETTIVI PER LA PRODUZIONE AGRICOLA:
l'industria si divide in due macrocategorie quali comparto floricolo (sostenere il mantenimento del livello di produzione e cercare di migliorarlo senza danneggiare il paesaggio riportandolo al suo ruolo strategico per la provincia) e l'agroalimentare (settore complesso che necessita di migliorare e di coordinarsi puntando sul prodotto di punta, ovvero l'industria olivicola)

OBIETTIVI PER IL TERRITORIO URBANO E IL PAESAGGIO COSTRUITO:
recuperare di un'immagine di qualità per il territorio in tutte le sue componenti e le differenti scale come le aree urbane costiere, nuclei interni, infrastrutture ecc... questo implica un'esigenza a tutto tondo che comprende carattere culturale, storico, paesaggistico, economico ma soprattutto turistico che richiede una stretta collaborazione tra tutti gli attori coinvolti

OBIETTIVI PER IL SETTORE PRODUTTIVO ED IL COMMERCIO:
si divide in tre macrocategorie quali le industria e artigianato (si deve prestare maggiore attenzione ai problemi ambientali e ai costi, adeguare le strutture per le necessità e se possibile riutilizzare quelle già presenti sul territorio e attenzione all'impatto sul paesaggio degli elementi architettonici), il commercio (razionalizzare e riqualificare l'offerta della rete commerciale in particolare quella legata alla filiera alimentare riqualificando spazi già presente sul territorio; mentre per quella non alimentare si persegue l'idea di creare distretti commerciali tematici) e le piane (sono i luoghi idonei per accogliere funzioni e attività ingombranti e devono essere utilizzate in maniera appropriata in quanto sono risorse limitate).



RECUPERO E VALORIZZAZIONE DELLE GRANDI RISORSE DELL'AMBIENTE NATURALE:
aree di pregio naturalistico particolare; elaborazione del piano di gestione di determinate zone; parco delle alpi liguri; parco marino della mortola, zone da preservare per esigenze di tutela idrica; criteri sostenibilità

IMPEGNO PER LA TUTELA DELLA PRODUTTIVITA' AGRICOLA, MIGLIORANDO LE RELAZIONI CON L'AMBIENTE E SUPPORTANDO LE FUNZIONI DI PRESIDIO
progetto per il recupero di oliveti abbandonati nella Valle di Maro; nuove produzioni vivaistiche; olivicoltura biologica Bajardo; interventi per strutture produttive; individuare progetti pilota per sostenere e sviluppare il settore agricolo

IL MIGLIORAMENTO DELLA VIVIBILITA' DELL'AMBIENTE URBANO E LA VALORIZZAZIONE DELL'IDENTITA' STORICA:
sistema del verde di interesse provinciale sia per la fruizione naturalistica e sia per la fruizione attiva, ambientale e ricreativa; miglioramento della qualità d'immagine del paesaggio costruito; carta delle potenzialità archeologiche

LE INDICAZIONI PER PROMUOVERE LO SVILUPPO PRODUTTIVO:
sistemi degli insediamenti produttivi di rilievo sovracomunale; sviluppo delle condizioni predisponenti alla realizzazione di aree e di attrezzature per insediamenti produttivi artigianali, in particolare nella zona di ponente; distretti commerciali tematici non alimentari;

OBBIETTIVI PER I SERVIZI ALLA COMUNITA':
è necessario assicurarsi una rete di servizi (scuole, sanità, servizi sociali, attività legate allo sport, cultura e tempo libero) che sia in accordo con i fabbisogni e il bacino d'utenza.

OBBIETTIVI PER IL TURISMO:
l'offerta turistica della provincia deve sempre più puntare all'integrazione tra la Riviera e l'Entroterra non solo sul versante dell'ospitalità come alberghiera, residenziale ecc... ma anche su quello attrattivo come patrimonio storico e culturale, enogastronomico, sportivo ecc... in particolare, per quanto riguarda la fascia costiera, deve essere riqualificata la ricettività e potenziati i fattori di attrazione legato alla fruizione del mare cercando di inserire nuove attrezzature che permettano di usufruire il territorio in diversi periodi dell'anno. Mentre per quanto riguarda l'Entroterra le attrazioni che vi sono non sono concentrate lungo un punto ma si sviluppano su larga scala e quindi la fruizione deve essere fatta su percorsi itineranti e quindi devono essere ben studiati per garantire una buona viabilità ponendo attenzione anche alla ricettività e alla ristorazione in correlazione con i diversi target. Oltre a questo devono anche essere sviluppate attività per lo sport e per il tempo libero per promuovere le attività sia per l'utenza interna che per quella esterna in modo da promuovere il territorio attraverso queste specifiche attività.

Visto che i comuni dell'ambito appartengono tutti all'entroterra definito montano e nel PTC si ritrova una misura specifica che coinvolge questo ambito con quello del turismo (altro elemento centrale sin ora analizzato) si ritiene necessario porre particolare attenzione a questo focus e capire quali siano le intenzioni della Provincia di Imperia in merito a tale tematica. Si propone un programma integrato di iniziative che coinvolgono il territorio interno della provincia secondo cinque settori quali le infrastrutture e i servizi di base, il turismo culturale, naturalistico, sportivo, legato alle produzioni agricole. In base a questi punti è stato elaborato un piano che deve tener conto dello stato attuale e delle vocazioni del territorio proponendo azioni che tengano sempre in considerazione le tematiche che si legano allo sviluppo sostenibile. Priorità devono essere la riqualificazione del comparto turistico, delle infrastrutture e dell'immagine d'identità.

L'IMPEGNO PER RISPONDERE ALLE ESIGENZE IN MATERIA DI SERVIZI PER LA COMUNITA'
interventi per l'edilizia scolastica e universitaria; adeguamento del sistema di attrezzature per i servizi di interesse sovracomunale come sport, sanità, pubblica amministrazione; interventi per l'adeguamento dei sistemi di collettamento e depurazione; piano per la gestione rifiuti; definizione piano d'ambito

QUALITA', INTEGRAZIONE, SOSTENIBILITA' NELLO SVILUPPO DELLE FILIERE TURISTICHE:
PRUSST del Ponente Ligure: riuso linea fs dismessa Ospedaletti-San Lorenzo al mare per la realizzazione in continuità di una pista ciclabile costiera, passeggiata ed eventuale linea di trasporto innovativo con finalità turistica; realizzazione pista ciclabile costiera dal confine ovest a capo S. Ampelio e studio del collegamento ad Ospedaletti; realizzazione della pista ciclabile costiera da San Lorenzo al Mare a Cervo; interventi di protezione e riqualificazione dei litorali; nuova portualità turistica; sviluppo turistico dell'entroterra montano; sistema delle attrezzature per lo sviluppo turistico; riqualificazione viabilità principale d'interesse turistico; sistema dei percorsi pedonali e ciclabili per la fruizione escursionistica; individuazione e monitoraggio dei fabbisogni formativi ed offerte d'impiego in relazione all'attuazione delle proposizioni del piano in campo turistico e filiere collegate



FOCUS:
Sviluppo turistico dell'entroterra montano



INFRASTRUTTURE E SERVIZI DI BASE
(viabilità provinciale, ricettività, spazi pubblici, recupero residenza, servizi di base e supporto delle attività turistiche)

CULTURA LEGATA AL TURISMO
(nuclei storici di pregio, musei, beni culturali e manufatti emergenti di alto valore, forti ecc..)

NATURA LEGATA AL TURISMO
(siti e presenze ecologiche e biodiversità di valore eccezionale, aree protette di alto valore d'immagine del paesaggio naturale, emergenze geologiche ed escursionismo)

SPORT LEGATA AL TURISMO
(mountain bike, percorsi a cavallo, alpinismo, parapendio, strutture sportive, nuove strutture)

AGRICOLTURA LEGATA AL TURISMO
(genuinità dei prodotti ad altissima richiesta, salubrità del territorio, diffusa autenticità del costruito, potenzialità del recupero di strutture costituenti di memoria storica)

recupero dei centri storici; messa in efficienza dell'asse montano di collegamento funzionale e della viabilità definita minore ma importante per il settore politico; realizzazione, rispettando la qualità d'immagine del territorio, di complementi di arredo necessari per la valorizzazione turistica e spazi adatti per la fruizione; adeguamento e diversificazione dell'attività ricettiva; attenzione verso il turismo giovanile; mantenimento dei servizi essenziali e per il turismo

recupero dell'abitabilità, spazi per servizi e offerta turistica dei nuclei storici; diversificazione delle tematiche museali e valorizzazione delle strutture esistenti; tutela cura e valorizzazione dei beni e manufatti emergenti ancora meglio se connessi da itinerari; recupero strutturale e valorizzazione delle fortificazioni e dei forti; norme apposite per garantire la qualità delle immagini e la tutela dell'identità.

attivazione di un Parco e creazione di strutture di appoggio; realizzazione di un Museo della Fauna selvatica con itinerari distribuiti sul territorio; rete provinciale dei sentieri e raccordi con circuiti locali coordinati da normative e apposite segnaletica; migliorare la conoscenza dei valori naturalistici come la Rete Natura 2000 con l'obiettivo di tutelare, valorizzare e gestire il territorio

realizzazione di percorsi per i differenti sport a livello provinciale con apposite strutture ed eventi correlati; migliorare le strutture sportive esistenti e recupero della seggiovia di Monesi.

messa a sistema e armonizzazione degli itinerari della filiera sulle produzioni tipiche; interventi per la riqualificazione del paesaggio agricolo in relazione alle percorrenze e i siti promozionali; sostegno al turismo enogastronomico caratterizzato da una specifica offerta gastronomica in relazione alle produzioni locali; attivazioni di progetti verso produzioni biologiche e innovative con la realizzazione di strutture apposite

4.3.3_ I piani urbanistici comunali

Per quanto riguarda i piani urbanistici comunali si prende come strumento iniziale e di comparazione il PTC della Provincia di Imperia, analizzato in precedenza, e si osserva la sezione governo del territorio di ogni comune dell'ambito per osservare se questi siano presenti e siano aggiornati.

| | | |
|-------------------|--|--|
| ISOLABONA | PUC aggiornato e adottato nel 2018 ⁶ presente sul sito del comune stesso | 6. http://www.comuneisolabona.it/Home/Menu?IDDettaglio=181992 |
| APRICALE | PUC (trasmesso RL 26.11.2001) - sospeso con rilievi ma non presente sul sito del comune | |
| BAJARDO | PUC aggiornato e adottato nel 16 marzo 2018 ⁷ e presente sul sito del comune stesso | 7. http://www.comunebajardo.it/Home/Menu?IDDettaglio=143300 |
| BADALUCCO | PUC, parere su progetto preliminare (DGR 18.05.2001) ma non presente sul sito del comune | |
| DOLCEDO | PUC aggiornato e adottato il 25 maggio 2014 ⁸ presente sul sito del comune stesso | 8. http://www.comune.dolcedo.im.it/Home/Menu?IDDettaglio=156113 |
| PRELA' | RE (regolamento edilizio) ⁹ / PF (con subdelega ambientale) pubblicato e adottato il 30 maggio 2016 e presente sul sito del comune stesso | 9. http://www.comune.prela.im.it/Home/Menu?IDDettaglioPagina=98507 |
| VASIA | Variante parz. RE /PF + modifica PTCP 2001 ma non presente sul sito del comune stesso | |
| BORGOMARO | Variante parz. RE /PF + modifica PTCP 2001 ¹⁰ ma non presente sul sito del comune stesso | 10. https://www.comune.borgomaro.im.it/puc.htm |
| CHIUSANICO | Nessun documento presente | |

CHI SONO ?

Quando si tratta l'argomento dei progetti nella Provincia di Imperia è fondamentale porre al centro dell'attenzione l'associazione che controlla e milita sul territorio, ovvero il **GAL della Riviera dei Fiori**, in quanto opera per valorizzare il territorio e coordina sia soggetti privati che pubblici. GAL è l'acronimo di Gruppo di azione locale (costituito nel 2008) ed è un organismo che unisce soggetti pubblici (8) e privati (10) con lo scopo principale di favorire lo sviluppo economico, sociale e culturale di un'area rurale. La GAL della Riviera dei Fiori ha come territorio di competenza le aree interne dell'imperiese e attualmente è alla sua seconda programmazione. Nell'ambito della politica di sviluppo rurale dell'Unione Europea, finanziata dal Fondo Europeo per lo Sviluppo Rurale (FEASR), la Regione Liguria, per il periodo 2014-2020, ha elaborato un Piano di Sviluppo Rurale (PSR), esaminando attentamente i fabbisogni del mondo rurale e agricolo ligure. La Direzione Generale Agricoltura, con decreto n. 6547 del 31 Luglio 2015, ha approvato il bando per la presentazione delle domande della Misura 19 "Sostegno allo sviluppo locale Leader" all'interno del PSR 2014-2020. Il bando si propone di selezionare i Piani di Sviluppo Locale (PSL) e i Gruppi di Azione Locale (GAL), che attueranno le "strategie di sviluppo locale di tipo partecipativo" nell'ambito dell'approccio Leader. La Regione Liguria tramite il Piano di Sviluppo Rurale può agire a sostegno di tali fabbisogni attraverso i Gal (Gruppi di Azione Locale), realtà costituite a livello locale, informate sulle specifiche aree territoriali rurali che rappresentano, che elaborano delle specifiche linee di azione locale a sostegno del territorio. Obiettivo principale del Gal è quello di divulgare e attuare la Strategia di Sviluppo Locale (SSL). Il GAL Riviera dei Fiori nell'ambito della programmazione PSR 2014-2020, ha elaborato la propria SSL "Terra della Taggiasca: le vie dei sapori, dei colori e della cucina bianca", che scaturisce da un'analisi approfondita del territorio in cui opera, cercando di offrire nuove potenzialità di sviluppo e innovazione. La SSL si sviluppa in concreto con l'attuazione di bandi principalmente su tre diversi ambiti di intervento: sviluppo e innovazione delle filiere;

DI COSA SI OCCUPANO ?

turismo sostenibile e accesso ai servizi pubblici essenziali. L'idea di base della SSL è riunire quanto più possibile gli attori operanti sul territorio, con la convinzione che i risultati si ottengono facendo rete e lavorando insieme. Gli obiettivi da raggiungere sono: favorire lo sviluppo di un mercato locale sostenuto dal turismo, principalmente attraverso la valorizzazione enogastronomica dei prodotti agricoli; sviluppare una progettualità integrata tra i diversi settori (agricoltura, turismo, ecc.) e i diversi territori; sviluppare il turismo outdoor dell'entroterra attraverso nuove formule di gestione dei percorsi; sviluppare nuove attività finalizzate all'inclusione sociale della popolazione anziana dei borghi rurali, attraverso pratiche di agricoltura sociale e il sostegno alla cooperazione di comunità, telemedicina e servizi sociali e Incentivare la formazione di servizi a favore della mobilità, servizi per ragazzi in età scolare, infrastrutturazione della rete a banda larga ecc¹¹.

**CAMERA DI
COMMERCIO
RIVIERA DI LIGURIA**
<http://www.rivlig.camcom.gov.it/>

TURISMO

Ligurian Riviera": progetto e la tourist- card¹² (solo in prov. di Savona); Progetto "Turismo e Cultura"¹³; Progetti a supporto del comparto turistico (ISNART)

VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO

Marchio Artigiani Liguria; Liguria Gourmet; Progetto Milano Sanremo del gusto; Mirabilia - European Network of Unesco sites; Premio Mirabilia ARTinART. Artigianato in Arte 2019

PROGETTI EUROPEI

Innovazione per l'Agroalimentare - In.Agro; Pays Aimables; Itinera Romanica+; Gi.M; Alpimed_Innov; Easylong; Success; FR.I.NET 2; Invitra; Progetto RETIC; Progetto Eco - Bati

LA STRATEGIA DELLO SVILUPPO RURALE

11. <http://www.galrivieradeifiori.it/wp-content/uploads/2017/10/brochure-sito.pdf>

12. progetto sovracomunale che permette al turista di trovare in unico portale/app le informazioni utili per la vacanza e per la tourist card che permette di accedere a una serie di sconti
Fonte: <https://www.ligurianriviera.it/>

13. adesione al programma nazionale "La valorizzazione del patrimonio culturale e del turismo", analizza i trend e individua apposite linee di sviluppo del territorio
Fonte: http://www.rivlig.camcom.gov.it/IT/Page/t02/view_html?idp=2059/

SOGGETTI PUBBLICI

ANCI LIGURIA

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

COMUNE DI DOLCEACQUA

<https://www.visitdolceacqua.it/>

COMUNE DI SOLDANO

<http://www.comunesoldano.it/Default.aspx>

UNIONE DEI COMUNI DELL'ALTA VALLE ARROSCIA

<https://www.amministrazionicomunali.it/unione/unione-dei-comuni-dell-alta-valle-arroscia>

UNIONE DEI COMUNI DELLA VALLE ARGENTINA E ARMEA

<https://www.amministrazionicomunali.it/unione/unione-dei-comuni-delle-valli-argentina-e-arnea>

UNIONE DEI COMUNI MONTANI VAL PRINO

<https://www.amministrazionicomunali.it/unione/unione-dei-comuni-montani-della-valle-prino>

PROGRAMMAZIONE EUROPEA

Programmazione europea 2014-2020; Cooperazione territoriale europea; Programma di sviluppo rurale (PSR) - FE-ASR 2014-2020; Poor FEARS 2014-2020; Strategia Aree Interne; Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e la Pesca (FEAMP) / 2014-2020; Rete dei comuni rurali; Progetto tratta; Proterina 3 Evolution

SERVIZI AI COMUNI

ATTIVITA' ISTITUZIONALI E EVENTI

CAPITALIZZAZIONE PROG. EUROPEI

CAL (consiglio autonomie locali)

CONFCOLTIVATORI (CIA) IMPERIA

<https://www.cialiguria.org/index.php>

COLDIRETTI IMPERIA

<https://imperia.coldiretti.it/>

UNIONE AGRICOLTORI

<https://liguria.confagricoltura.it/>

CONFCOMMERCIO IMPERIA

<https://confcommercio.im.it/>

CONFESERCENTI IMPERIA

<https://www.confesercentiliguria.it/newsElencoTer/8/Imperia.html>

CONFCOPERATIVE IMPERIA

<https://www.confcooperative.it/LInformazione/Notizie-Quotidiano/tag/imperia>

CNA IMPERIA

<http://im.cna.it/>

CONFARTIGIANATO IMPERIA

<https://www.confartigianatoimperia.it/>

LEGA COOP IMPERIA

<https://www.legaliguria.coop/>

FONDAZIONE CARIGE

<https://www.fondazioneclarige.it/wp/it/>

SOGGETTI PRIVATI

Ultimo passo fondamentale fatto dal GAL per la valorizzazione del territorio unendo più soggetti insieme è l'approvazione del 18 marzo 2021 da parte della Regione Liguria le modifiche della **SSL "Terra della Taggiasca: le Vie dei Saperi, del Colori e della Cucina Bianca del GAL Riviera dei Fiori"**¹⁴ che ha deciso di puntare essenzialmente su tre aspetti fondamentali che si sono già precedentemente riscontrati nelle politiche regionali come: lo sviluppo e innovazione delle filiere produttive e dei servizi per la popolazione residente in aree rurali il tutto puntando sul turismo sostenibile, da cui poi si individuano obiettivi specifici e linee di azioni.

Favorire le condizioni per lo sviluppo di un mercato locale sostenuto dal turismo, principalmente attraverso la valorizzazione enogastronomica dei prodotti agricoli, con ciò producendo un valore aggiunto da ripartire tra i partner del processo di valorizzazione (contratti di filiera) e favorendo la formazione di reti di imprese per affrontare il mercato esterno.

Sviluppare progettualità integrata (agricoltura/turismo) nelle principali tipologie di territorio e di produzioni come la conservazione/utilizzo dei pascoli montani, rivalutazione dell'ambiente bosco e dei prodotti legnosi,

14. http://www.galrivieradeifiori.it/wp-content/uploads/2018/04/SSL-RIMODULATA_vdef_18_03_2021_approvata.pdf



infrastrutturazione stabile degli ambiti olivicoli e recupero di quelli abbandonati e promozione di prodotti floricoli e ortofrutticoli.

Sviluppare il turismo outdoor dell'entroterra attraverso nuove formule di gestione dei percorsi (piste, sentieri, strade interpoderali, vie storiche, Alta Via, ecc...) attraverso accordi di partenariato pubblico/privato.

Sviluppare attività finalizzate all'inclusione sociale della popolazione anziana nei borghi rurali, attraverso pratiche di agricoltura sociale e il sostegno alle cooperazione di comunità; incentivare la formazione di servizi a favore della mobilità, gli scambi per i ragazzi in età scolare, la partecipazione culturale.

Fondamentale per capire come sia stato concepito il piano è conoscere come sia nata l'esigenza di determinati interventi infatti tutti e tre gli ambiti prima menzionati sono stati scelti in quanto perseguono il criterio di reversibilità in quanto lo sviluppo di uno influisce sull'altro e quindi le strategie che possono essere intraprese per uno possono essere utili anche per un altro. Inoltre queste tre categorie derivano da una serie di tendenze che si stanno sviluppando nell'ultimo decennio in provincia come la nuova concezione che si ha dello spazio rurale inteso sia come fonte di reddito che paesaggio culturale, potenti valori qualitativi e identitari delle produzioni locali, evoluzione del turismo verso una concezione più consapevole e volto alla scoperta del territorio e infine la rivalutazione dei borghi. Di seguito si illustrano nel particolare le azioni e i finanziamenti:

LEGENDA:

€ Spesa totale

🔒 Quota spesa pubblica

🔒 Quota spesa privata

ATTUAZIONE STRATEGIE SVILUPPO LOCALE

€ 4.331.137,77

🔒 3.800.000,00

🔒 531.137,77

AMBITO 1_ SVILUPPO/INNOVAZIONE FILIERE E PRODOTTI LOCALI

Si divide in altre 4 azioni tra cui quella dedicata alle terre alte (sviluppo dei servizi turistici nelle terre alte e della filiera dei prodotti caseari; valorizzazione del bosco attraverso la formazione di filiere strutturate

per prodotti fatti con il legname e suoi derivati); i percorsi degli ulivi (gestione consapevole delle acque per l'irrigazione e per i prodotti di scarto; progetto integrato per la fruizione dei territori legati alla filiera olivicola mediante apposite infrastrutture e ambienti); tipici e ricercatori: fiori e frutti locali (valorizzazione delle culture tipiche dell'entroterra della provincia con appositi studi e nuove destinazioni per le serre abbandonate) e contratti di filiere (realizzazione di una rete tra le varie categorie tra cui produttori, consumatori, ristoratori ecc...).

€ 2.613.322,72 € 2.326.884,29 € 286.438,43

AMBITO 2_ TURISMO SOSTENIBILE

Formazione di aggregati nell'entroterra per la gestione del turismo indirizzato principalmente su percorsi naturalistici, attività sportive e la partecipazione culturale e attività di promozione turistica incendendo l'utilizzo della tecnologia per una fruizione totale.

€ 882.306,76 € 746.586,76 € 135.720,00

AMBITO 3_ ACCESSO AI SERVIZI PUBBLICI ESSENZIALI

Interventi per garantire i servizi essenziali alla popolazione rurale e per sostenere l'agricoltura.

€ 835.508,29 € 726.528,95 € 108.979,34

COOPERAZIONE

Progetto per la divulgazione della dieta Mediterranea come mezzo per la valorizzazione dei prodotti locali; Progetti europei tra Italia, Francia e la regione della Catalogna (Spagna); Progetto per il ripristino delle terre incolte e AV 2020 ovvero il progetto per il ripristino e la valorizzazione dell'Alta Via dei Monti Liguri

€ 278.250,00 € 250.000,00 € 28.250,00

GESTIONE E ANIMAZIONE

€ 607.500,00 € 607.500,00 € 0,00

TOTALE FINANZIAMENTI

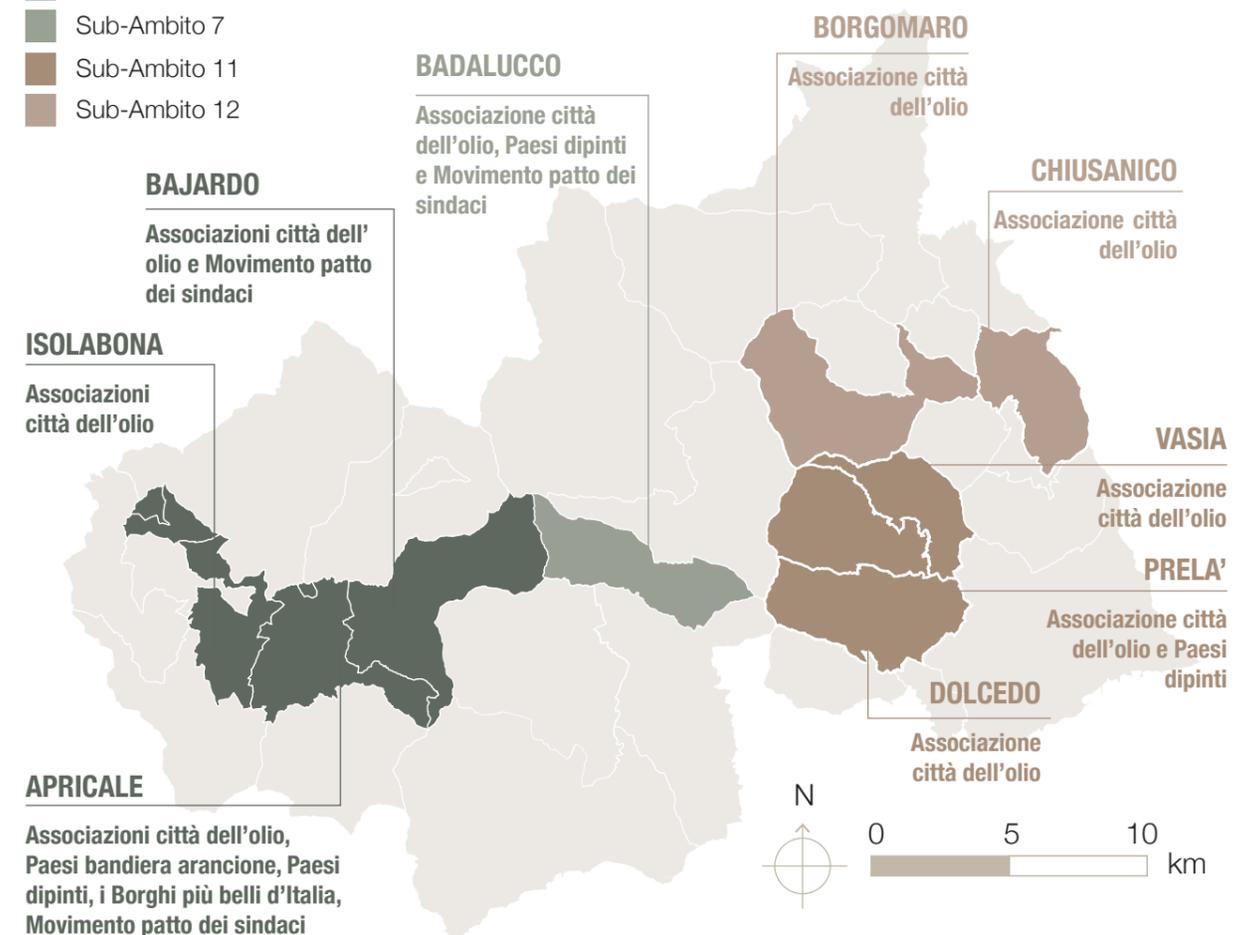
€ 5.216.887,77 € 4.657.500,00 € 559.387,77

Focalizzandosi invece sui comuni che fanno parte dell'ambito selezionato è fondamentale conoscere quali sono i progetti e le associazioni attive sui territori. Si osserva, in base ai criteri di selezione dei comuni nel punto 4.1, come tutti facciano parte dell'Associazione delle città dell'olio mentre altri si trovano sotto altre associazioni che vediamo nel particolare nella FIG. ?

FIG. 4.23
Elaborazione personale delle associazioni presenti nei comuni dell'ambito
Fonte: tuttiitalia.it

LEGENDA:

- Sub-Ambito 4
- Sub-Ambito 7
- Sub-Ambito 11
- Sub-Ambito 12



Ragione sociale: Associazione nazionale città dell'Olio

Costituzione: 1994

Numero comuni coinvolti: 308

Descrizione: nato a Larino (CA) riunisce territori a vocazione olivicola a divulgare la cultura dell'olivo e dell'olio di oliva di qualità; tutelare e promuovere l'ambiente ed il paesaggio olivicolo; diffondere la storia dell'olivicoltura; garantire il consumatore attraverso la valorizzazione delle denominazioni di origine; attuare strategie di comunicazione e di marketing mirate alla conoscenza del grande patrimonio olivicolo.



CITTA' DELL'OLIO

9

Ragione sociale: Associazione dei paesi bandiera arancione

Costituzione: 2002

Numero comuni coinvolti: 147

Descrizione: nasce e ha sede a Dolceacqua (IM) con lo scopo di riunire i paesi che hanno ottenuto dal Touring Club Italiano il riconoscimento della Bandiera arancione. L'obiettivo principale è la valorizzazione dei territori e opera promuovendo azioni e iniziative per lo sviluppo turistico delle località; inoltre si adopera per la tutela e conoscenza della qualità e delle risorse ambientali, paesaggistiche, artistiche e storiche dei territori; promuove manifestazioni collettive; compie attività amministrativa ed economica per i comuni.



PAESI BANDIERA ARANCIONE

1

Ragione sociale: Patto dei sindaci, Un impegno per l'energia sostenibile

Costituzione: 2009

Numero comuni coinvolti: 3176

Descrizione: è il principale movimento europeo che vede coinvolti migliaia di governi locali impegnati a raggiungere e superare gli obiettivi comunitari su clima ed energia. Le città firmatarie s'impegnano a sostenere l'attuazione dell'obiettivo comunitario di riduzione del 40% dei gas a effetto serra entro il 2030, e l'adozione per affrontare la mitigazione e l'adattamento ai cambiamenti climatici



MOVIMENTO PATTO DEI SINDACI

2



PAESI DIPINTI

3

Ragione sociale: Associazione italiana paesi dipinti, ASSIPAD

Costituzione: 1994

Numero comuni coinvolti: 125

Descrizione: nata a Roma con lo scopo di collegare tutte le comunità italiane che posseggono, promuovono e valorizzano il patrimonio pittorico antico e recente realizzato sui muri esterni delle abitazioni; promuovere la fruizione turistico-culturale del suddetto patrimonio e spronare gli associati a restaurare, abbellire e mantenere sempre in condizione di massima fruibilità turistica il patrimonio artistico.



RETE DEI COMUNI SOLIDALI

1

Ragione sociale: Rete dei Comuni Solidali - RECOSOL, Comuni della Terra per il Mondo

Costituzione: 2003

Numero comuni coinvolti: 258

Descrizione: nasce nel 2003 a Pinerolo (TO) per dare sostegno concreto a progetti di solidarietà internazionale attraverso il miglioramento delle condizioni sociali ed economiche. Stimola gli amministratori verso chi ha difficoltà ad avviare uno sviluppo economico e sociale; sostiene e diffonde i valori etici e di giustizia sociale, divulga la conoscenza delle culture; valorizza le attività ed i progetti che affermano una cultura di pace e di solidarietà.



I BORGHI PIU' BELLI D'ITALIA

1

Ragione sociale: Club i borghi più belli d'Italia

Costituzione: 2001

Numero comuni coinvolti: 317

Descrizione: nasce nel marzo del 2001 per l'esigenza di valorizzare il grande patrimonio di Storia, Arte, Cultura, Ambiente e Tradizioni presente nei piccoli centri italiani che sono, per la grande parte, emarginati dai flussi dei visitatori e dei turisti. L'obiettivo del Club è quello di garantire, attraverso la tutela il recupero e la valorizzazione, il mantenimento di un patrimonio di monumenti e di memorie storiche che altrimenti andrebbe irrimediabilmente perduto.

Ulteriore analisi da effettuare è quella sull'accessibilità perchè, soprattutto per la Regione Liguria ed in particolar modo per i comuni dell'entroterra, si tratta di un argomento lungamente dibattuto infatti questa è una delle problematiche più rilevanti che si è riscontrata in seguito sia alle analisi effettuate dal PRT della Regione Liguria e sia mediante lo studio del PTC della Provincia di Imperia le quali stanno cercando di porre rimedio mediante apposite azioni rispetto a questo importantissimo settore. Il sistema viabilistico ligure risulta essere estremamente difficoltoso, in particolar modo è difficilissimo fruire a pieno del territorio, in particolar modo nel ponente Ligure il quale si trova sempre più isolato rispetto al resto della Regione, oltre che dal territorio circostante, situazione aggravatasi in seguito all'alluvione avvenuta nella notte tra il 2 e il 3 ottobre del 2020¹⁵ con l'esondazione di molti torrenti tra cui il Roja, il quale ha interrotto di netto le vie di comunicazione tra il Piemonte, Francia e estremo ponente Ligure rendendo sempre più inaccessibile il territorio. Se osserviamo la situazione della Provincia di Imperia ciò che ne emerge immediatamente è che il sistema infrastrutturistico principale si situa tutto lungo la costa, infatti l'unica autostrada presente è la A26 che collega Genova con Ventimiglia, a due sole corsie per senso di marcia e intervallata da continui tunnel per permettere l'attraversamento del territorio collinare, infatti per la sua conformazione solitamente, in particolare nel periodo estivo, risulta essere interessata da lavori di manutenzione sempre più assidui in seguito al disastro del Ponte Morandi, avvenuto il 14 agosto 2018. L'autostrada risulta essere un'arteria fondamentale per la regione in quanto unico collegamento rapido della regione stessa ma anche con le altre confinanti ma soprattutto rappresenta il passaggio fondamentale tra Italia e Francia. Altro tratto essenziale per la fruibilità del territorio e che si trova unicamente sulla costa, è la linea ferroviaria che collega Genova con Ventimiglia e presenta anch'essa numerose problematiche in seguito alla sua costruzione ad un solo binario per le difficoltà del territorio e per un contenimento di costi e i tempi lunghissimi per i successivi raddoppi tanto che

15. <https://www.riviera24.it/2020/10/ventimiglia-in-ginocchio-roja-esondato-e-fango-ovunque-dopo-lallerta-meteo-rossa-647855/>

LEGENDA:

- Autostrada A10 (Genova-Ventimiglia)
- Tratto ferroviario
- Tratto stradale principale
- Porti

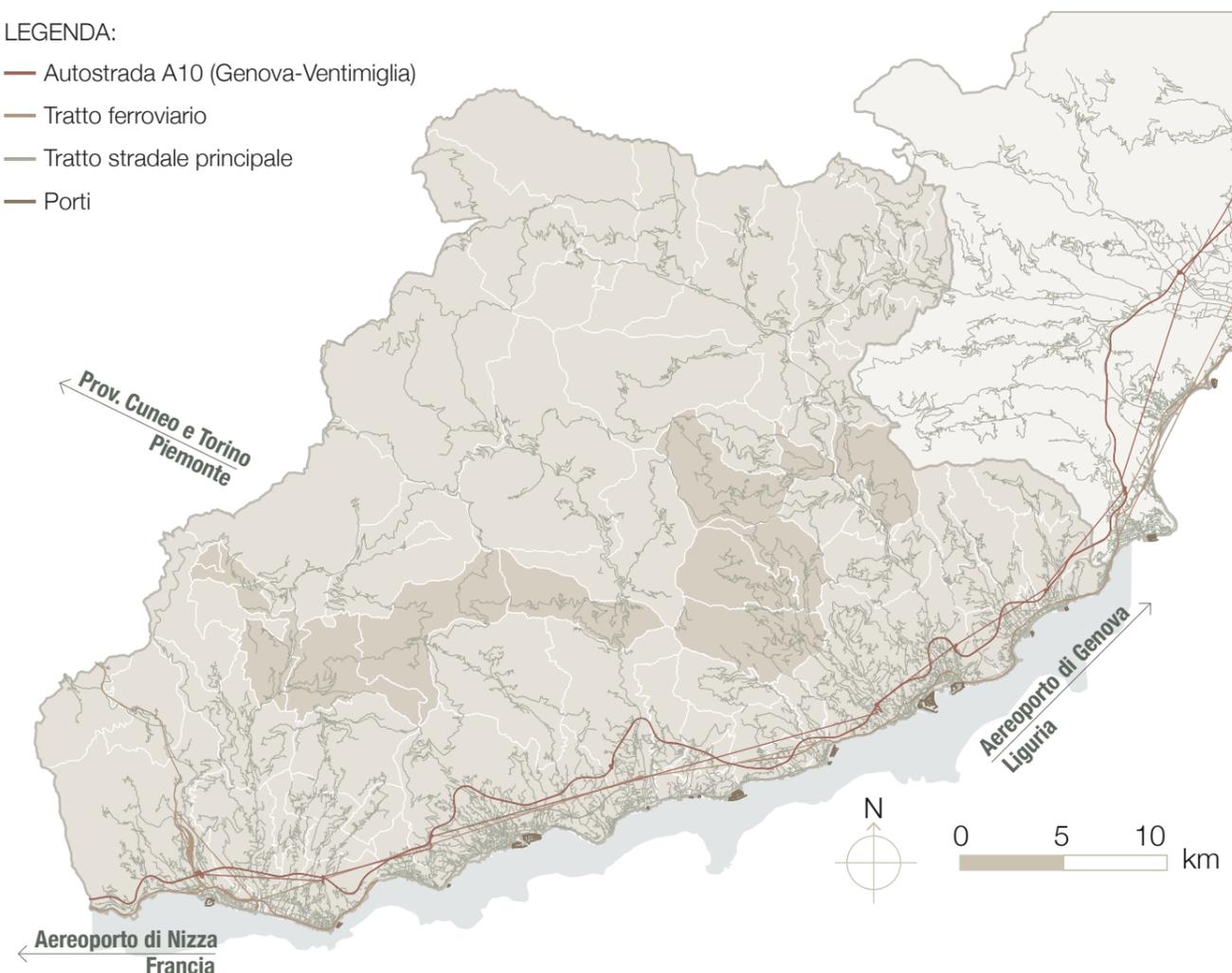
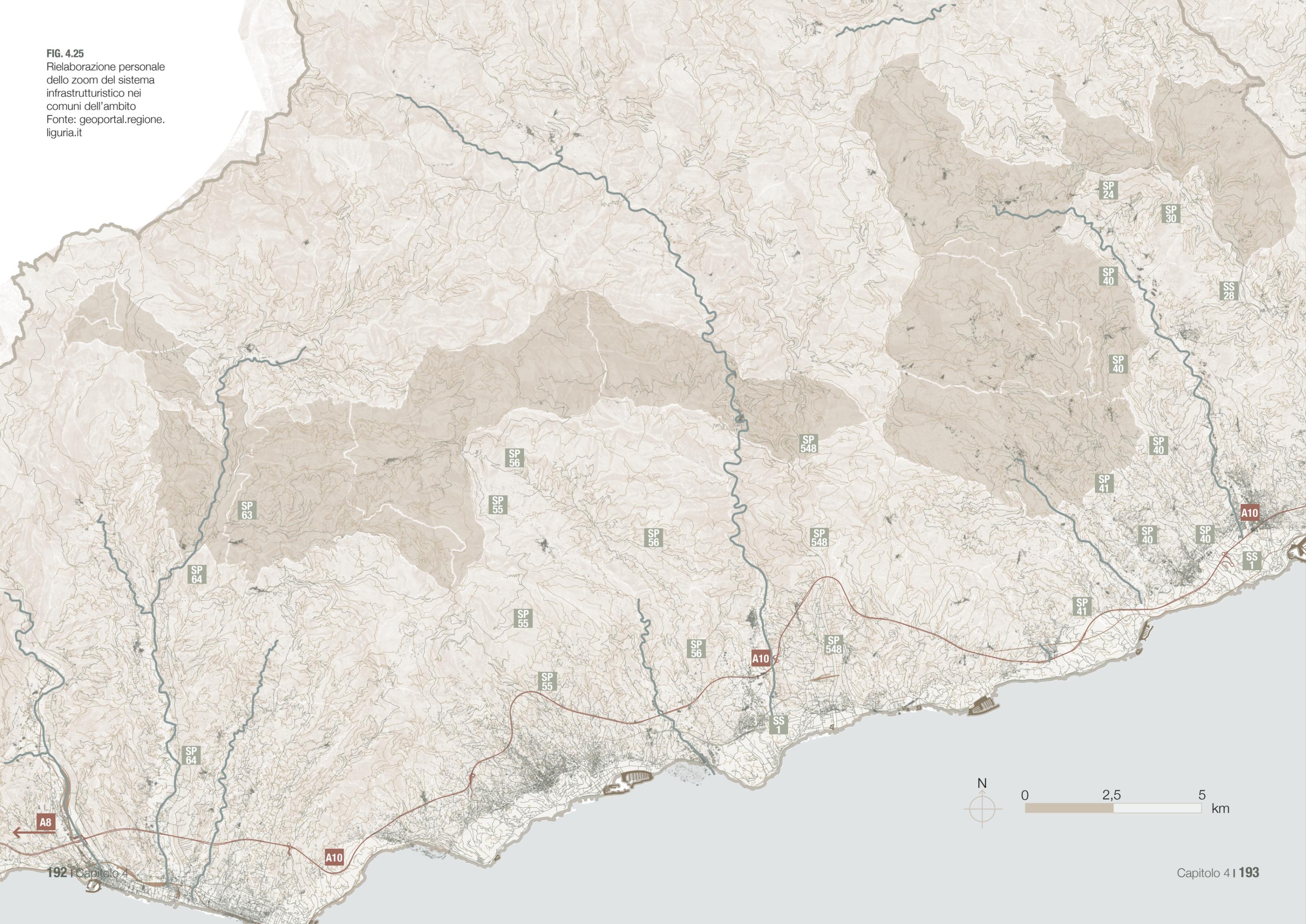


FIG. 4.24
Rielaborazione personale del sistema infrastrutturistico nella Provincia di Imperia
Fonte: geoportall.regione.liguria.it

tutt'oggi alcuni tratti come Andorra-Albenga o Loano-Finale Ligure presentano ancora un solo tratto e questo risulta estremamente problematico in caso di ritardi o disastri geologici come già accaduto in passato i quali possono completamente stoppare il trasporto su rotaia. In rapporto l'Aeroporto più vicino per la Provincia di Imperia risulta essere quello di Nizza (FR) e in secondo luogo quello di Genova. Mentre per fruire dell'entroterra si utilizzano prettamente le strade provinciali e altre strade secondarie ed il mezzo più utilizzato sia dai locali che dai turisti è l'automobile in quanto il servizio di trasporti pubblici risulta molto carente e difficoltoso per i pochi mezzi che circolano in questi comuni.

FIG. 4.25
Rielaborazione personale
dello zoom del sistema
infrastrutturistico nei
comuni dell'ambito
Fonte: geoportal.regione.
liguria.it



Viste tutte queste problematiche dal punto di vista infrastrutturistico risulta necessario analizzare in particolar modo la situazione dei comuni appartenenti all'ambito definito. In questi termini si è deciso di analizzare distanza, mezzi, tempo e costi dai comuni rispetto ai luoghi di maggior interesse come **Ventimiglia** in quanto città di confine, **Sanremo** essendo celebre sia sul panorama nazionale che internazionale, **Imperia** in quanto capoluogo di provincia e rispetto all'**Aeroporto di Nizza** e di **Genova** sono stati analizzati sia i percorsi con mezzi privato il 18 luglio 2021 con un prezzo medio del carburante a 1.62 €/L sia con mezzi pubblici (autobus e treno) serviti da Riviera Trasporti, Trenitalia e SNCF¹⁶. I primi comuni analizzati sono **Isolabona** e **Apricale** di cui i dati sono stati accorpati in quanto distano tra di loro di 2 km percorribili in un lasso di tempo che va dai 3 ai 5 minuti e si situano all'interno dello stesso sub-ambito e l'unica strada presente, la strada provinciale 64, attraversa entrambi i comuni, prima Isolabona, trovandosi più a valle e in seguito Apricale.

16. Fonte: viamichelin.it; thetrainline.com; rivieratrasporti.it; rome2rio.it



FIG. 4.26 (SX)
Rielaborazione personale della distanza in km da Isolabona ai poli di maggior interesse
FIG. 4.27 (DX)
Rielaborazione personale della distanza in km da Apricale ai poli di maggior interesse

DA ISOLABONA O DA APRICALE

Mezzo privato (auto)



| A | VENTIMIGLIA | SANREMO | IMPERIA | NIZZA | GENOVA |
|------------------|-------------|------------|------------|-----------|------------|
| Tempo (h) | 00H21 | 00H44 | 00H58 | 01H06 | 02H07 |
| Costo (€) | 1,75 € | 4 € | 11,6 € | 14,09 € | 35,34 € |
| Strada | SP 64 | SP64 e SS1 | SP64 e A10 | SP64 e A8 | SP64 e A10 |

| A | Mezzo pubblico (autobus e treno) | | | | |
|------------------------------|----------------------------------|--------------------|--------------------|----------------|------------|
| | VENTIMIGLIA | SANREMO | IMPERIA | NIZZA | GENOVA |
| Tempo (h) | 00H25 | 01H02 | 02H00 | 01H56 | 02H03 |
| Costo (€) | 1,5 € | 2 € | 3,5 € | 9 € | 13,5 € |
| Linea (L) o treno (T) | L. 7 | L. 7 e L. 2 | L. 7, L. 2 e L.12 | L. 7 e T. SNCF | L.7 e T.RV |
| Frequenza | 4h | 4h e 20 min | 4h, 20 e 30 min | 4h e 1h | 4h e 3h |
| | | oppure | oppure | | |
| | | 01H04 | 01H21 | | |
| | | 4,3 € | 5,7 € | | |
| | | Linea 7 e Treno RE | Linea 7 e Treno RE | | |
| | | 4h e 1h | 4h e 1h | | |

In seguito viene analizzato il comune di **Bajardo** i cui i dati vengono presi singolarmente perchè, pur situandosi nel medesimo sub ambito di Isolabona e Apricale, si localizza in una posizione differente.



FIG. 4.28
Rielaborazione personale della distanza in km da Bajardo ai poli di maggior interesse

DA BAJARDO

Mezzo privato (auto)



| A | VENTIMIGLIA | SANREMO | IMPERIA | NIZZA | GENOVA |
|------------------|-------------|---------|-------------|----------------|------------|
| Tempo (h) | 00H41 | 00H38 | 01H08 | 01H25 | 02H13 |
| Costo (€) | 4,73 € | 4,1 € | 6,87 € | 17,13 € | 34,29 € |
| Strada | SP 56 e SS1 | SP 56 | SP 55 e SS1 | SP56, SS1 e A8 | SP55 e A10 |

Mezzo pubblico (autobus e treno)



| A | VENTIMIGLIA | SANREMO | IMPERIA | NIZZA | GENOVA |
|------------------------------|------------------------|---------------|--------------------|-----------------------|---------------------|
| Tempo (h) | 02H40 | 01H15 | 01H26 | 02H45 | 03H02 |
| Costo (€) | 2 € | 1,5 € | 3,5 € | 10,5 € | 13,5 € |
| Linea (L) o treno (T) | L. 15 e L.2 | L. 15 | L. 15 e T. RE | L. 15, L. 2 e T. SNCF | L.15 e T. RV |
| Frequenza | 4 volte al gg e 20 min | 4 volte al gg | 4 volte al gg e 1h | 4 v. gg, 20 min, 1h | 4 v. al gg e 20 min |

Mentre in un altro sub ambito si situa **Badalucco**, perciò viene preso in considerazione singolarmente trovandosi in un posizione totalmente opposta rispetto agli altri comuni dell'ambito.



FIG.4.29
Rielaborazione personale della distanza in km da Badalucco ai poli di maggior interesse

DA BADALUCCO

Mezzo privato (auto)



| A | VENTIMIGLIA | SANREMO | IMPERIA | NIZZA | GENOVA |
|------------------|----------------|----------------------|----------------------|----------|---------|
| Tempo (h) | 01H13 | 00H25 | 01H41 | 01H12 | 01H49 |
| Costo (€) | 8,36 € | 2,64 € | 4,15 € | 20,29 € | 31,79 € |
| Strada | SP 548 e SP 65 | SP 548 e Aurelia bis | SP 548 e Aurelia bis | A10 e A8 | A10 |

Mezzo pubblico (autobus e treno)



| A | VENTIMIGLIA | SANREMO | IMPERIA | NIZZA | GENOVA |
|------------------------------|------------------------|---------------|----------------------|----------------------|-----------------|
| Tempo (h) | 01H29 | 00H47 | 01H09 | 02H35 | 02H01 |
| Costo (€) | 2 € | 1,5 € | 2 € | 13,1 € | 11,8 € |
| Linea (L) o treno (T) | L. 16 e L.2 | L. 16 | L. 16 e L. 2 | L. 16, T.RE, T. SNCF | L.16 e T. RV |
| Frequenza | 4 volte al gg e 20 min | 4 volte al gg | 4 vol.al gg e 30 min | 4 v. gg, 1h e 1h | 4 v. al gg e 3h |

Per quanto riguarda invece i comuni di **Dolcedo** e **Prelà**, trovandosi nello stesso sub-ambito ed essendo situati sulla SP 39 condividono i medesimi dati in quanto distano solo di circa 3 km e il tempo di percorrenza tra un comune e l'altro va dai 3 ai 5 minuti, inoltre Dolcedo si colloca in posizione più a valle rispetto a Prelà.

FIG. 4.30 (DX)
Rielaborazione personale della distanza in km da Dolcedo ai poli di maggior interesse
FIG.4.31(SX)
Rielaborazione personale della distanza in km da Prelà ai poli di maggior interesse



DA DOLCEDO O PRELA'

Mezzo privato (auto)



| A | VENTIMIGLIA | SANREMO | IMPERIA | NIZZA | GENOVA |
|------------------|--------------------|--------------|---------------|----------|---------|
| Tempo (h) | 00H43 | 00H37 | 00H21 | 01H15 | 01H33 |
| Costo (€) | 11,93 € | 7,73 € | 2 € | 22,5 € | 26,36 € |
| Strada | SP 39, SP 40 e A10 | SP 39 e SS 1 | SP 39 e SP 41 | A10 e A8 | A10 |

FIG. 4.32
Rielaborazione personale della distanza in km da Vasia ai poli di maggior interesse

Per quanto riguarda i mezzi pubblici i dati vengono condivisi anche con **Vasia** mentre per quanto riguarda i mezzi privati si modificano in quanto si colloca lungo la SP 41.



DA VASIA

Mezzo privato (auto)



| A | VENTIMIGLIA | SANREMO | IMPERIA | NIZZA | GENOVA |
|------------------|--------------------|--------------|---------------|----------|---------|
| Tempo (h) | 00H43 | 00H37 | 00H21 | 01H15 | 01H33 |
| Costo (€) | 11,93 € | 7,73 € | 2 € | 22,5 € | 26,36 € |
| Strada | SP 39, SP 40 e A10 | SP 39 e SS 1 | SP 39 e SP 41 | A10 e A8 | A10 |

DA DOLCEDO,
PRELA' O VASIA

Mezzo pubblico (autobus e treno)



| A | VENTIMIGLIA | SANREMO | IMPERIA | NIZZA | GENOVA |
|----------------------------------|-----------------------|------------------|---------|-----------------------|-----------------|
| Tempo (h) | 01H25 | 01H00 | 00H30 | 02H03 | 01H51 |
| Costo (€) | 3,5 € | 2 € | 1,5 € | 14,5 € | 11,8 € |
| Linea (L) o treno (T) | L. 24, L.12 e L. 2 | L. 24 e L. 12 | L. 24 | L.24,T.RE, T. SNCF | L.24 e T. RV |
| Frequenza | 3h, 1h e 20 min | 3h e 1h | 3h | 3h, 1h e 1h | 3h e 3h |
| | oppure | oppure | | | |
| | 00H56 | 00H41 | | | |
| | 5,7 € | 4,1 € | | | |
| | L. 24 e T. RE | L. 24 e T. RE | | | |
| | 3h e 1h | 3h e 1h | | | |

Per quanto riguarda invece i comuni di **Borgomaro** e **Chiusanico**, facenti parte del medesimo sub-ambito, devono essere considerati in maniera differente rispetto agli altri comuni dell'ambito. Per quanto riguarda i mezzi pubblici che vi transitano sono i medesimi e quindi vengono presi in considerazione univocamente ma i tempi sono differenti, invece, per quanto riguarda i mezzi privati la situazione è differente in quanto entrambi i comuni confluiscono sulla SS28 ma si situano su due differenti strade provinciali, per quanto riguarda Borgomaro sulla SP 24 mentre Chiusanico sulla SP 29.



FIG. 4.33 (SX)
Rielaborazione personale della distanza in km da Borgomaro ai poli di maggior interesse
FIG. 4.34 (DX)
Rielaborazione personale della distanza in km da Chiusanico ai poli di maggior interesse

DA BORGOMARO

Mezzo privato (auto)



| A | VENTIMIGLIA | SANREMO | IMPERIA | NIZZA | GENOVA |
|------------------|--------------------|--------------------|---------------|-----------------|-------------|
| Tempo (h) | 01H16 | 01H10 | 00H41 | 01H48 | 01H55 |
| Costo (€) | 14,41 € | 10,21 € | 2,17 € | 24,98 € | 26,22 € |
| Strada | SP 24, SS 28 e A10 | SP 24, SS 28 e A10 | SP 24 e SS 28 | SS 28, A10 e A8 | SS 28 e A10 |

DA CHIUSANICO

Mezzo privato (auto)



| A | VENTIMIGLIA | SANREMO | IMPERIA | NIZZA | GENOVA |
|------------------|--------------------|--------------------|---------------|-----------------|-------------|
| Tempo (h) | 01H01 | 00H55 | 00H26 | 01H33 | 01H40 |
| Costo (€) | 14,21 € | 9,91 € | 1,95 € | 22,54 € | 23,92 € |
| Strada | SP 29, SS 28 e A10 | SP 29, SS 28 e A10 | SP 29 e SS 28 | SS 28, A10 e A8 | SS 28 e A10 |

DA BORGOMARO
O CHIUSANICO

Mezzo pubblico (autobus e treno)



| A | VENTIMIGLIA | SANREMO | IMPERIA | NIZZA | GENOVA |
|----------------------------------|-----------------------|------------------|---------|-----------------------|-----------------|
| Tempo (h) Borgomaro | 01H50 | 01H15 | 00H40 | 02H37 | 01H55 |
| Tempo (h) Chiusanico | 01H35 | 01H15 | 00H25 | 02H23 | 01H50 |
| Costo (€) | 3,5 € | 2 € | 1,5 € | 14,5 € | 11,8 € |
| Linea (L) o treno (T) | L. 28, L.16 e L. 2 | L. 28 e L. 12 | L. 28 | L.28,T.RE, T. SNCF | L.28 e T. RV |
| Frequenza | 3h, 1h e 20 min | 3h e 1h | 3h | 3h, 1h e 1h | 3h e 3h |
| | oppure | oppure | | | |
| | 01H11 | 00H55 | | | |
| | 00H56 | 00H41 | | | |
| | 5,7 € | 4,1 € | | | |
| | L. 28 e T. RE | L. 28 e T. RE | | | |
| | 3h e 1h | 3h e 1h | | | |

Come si evidenzia nel rapporto preliminare del PRT e dalle ultime indagini effettuate una delle problematiche preponderanti che interessa l'entroterra ligure, e in particolare modo osservando attentamente quello imperiese, è lo spopolamento dei borghi interni, soprattutto causato dalla difficoltà di raggiungere certi luoghi mediante un sistema infrastrutturistico difficoltoso e non ancora all'avanguardia come le concorrenti regioni del nord Italia. Come si evidenzia nell'indagine effettuata per osservare i residenti nel 2020 si denota come attualmente la maggior parte dei comuni dell'entroterra presentino meno di 1.000 abitanti di cui la maggior parte ne presentano meno di 500 man mano che ci si allontana dalla costa. I centri, invece, con più di 10.000 abitanti sono pochissimi (da ovest verso est: Ventimiglia, Bordighera, Sanremo, Taggia e Imperia) e si stagliano tutti lungo la costa.

LEGENDA:
 500 < ab.
 500 < ab.>1.000
 1.000 < ab.>5.000
 5.000 < ab.>10.000
 ab.>10.000

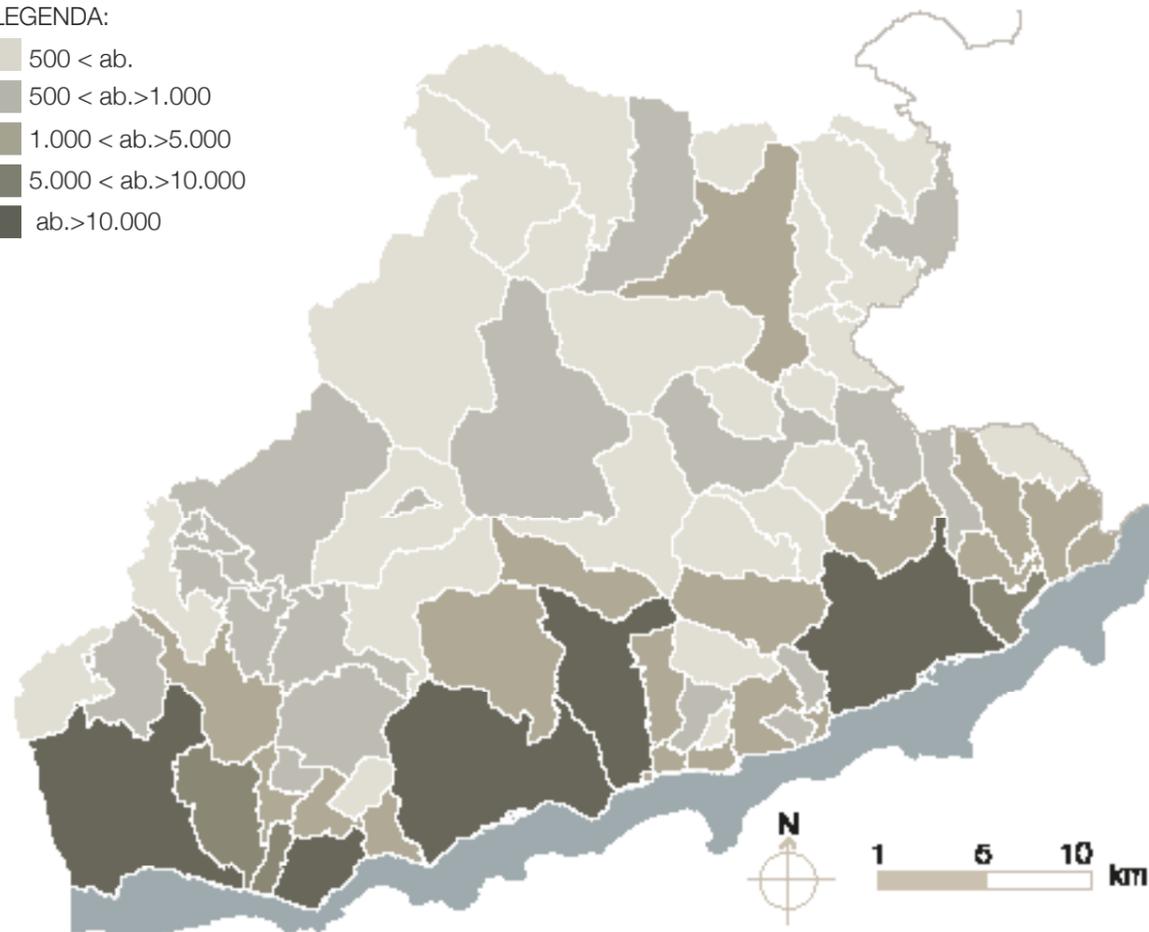
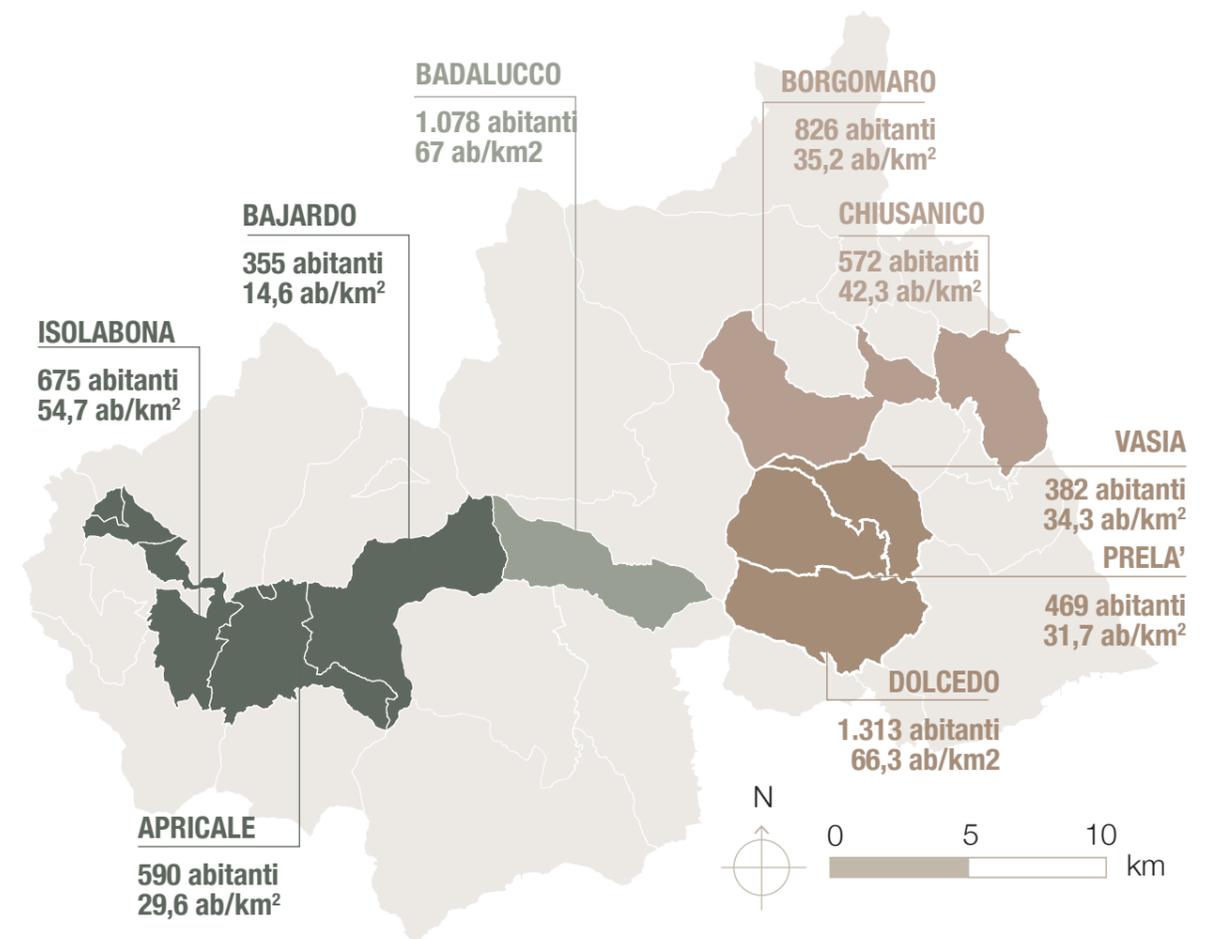


FIG. 4.35
 Elaborazione personale
 del numero di abitanti in
 Provincia di Imperia nel
 2020
 Fonte:demo.istat.it

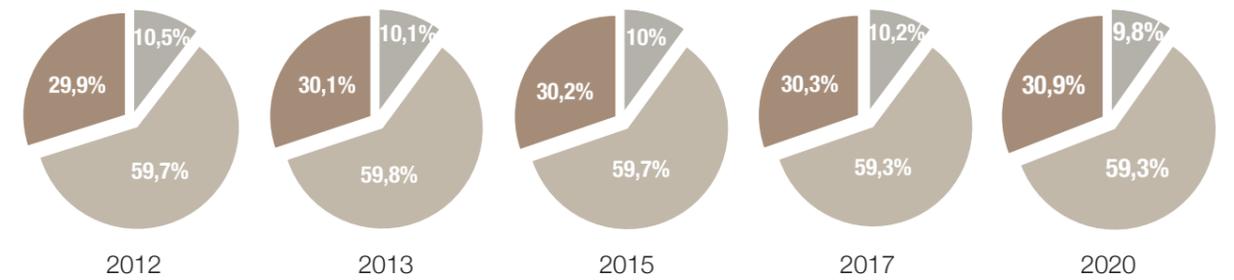
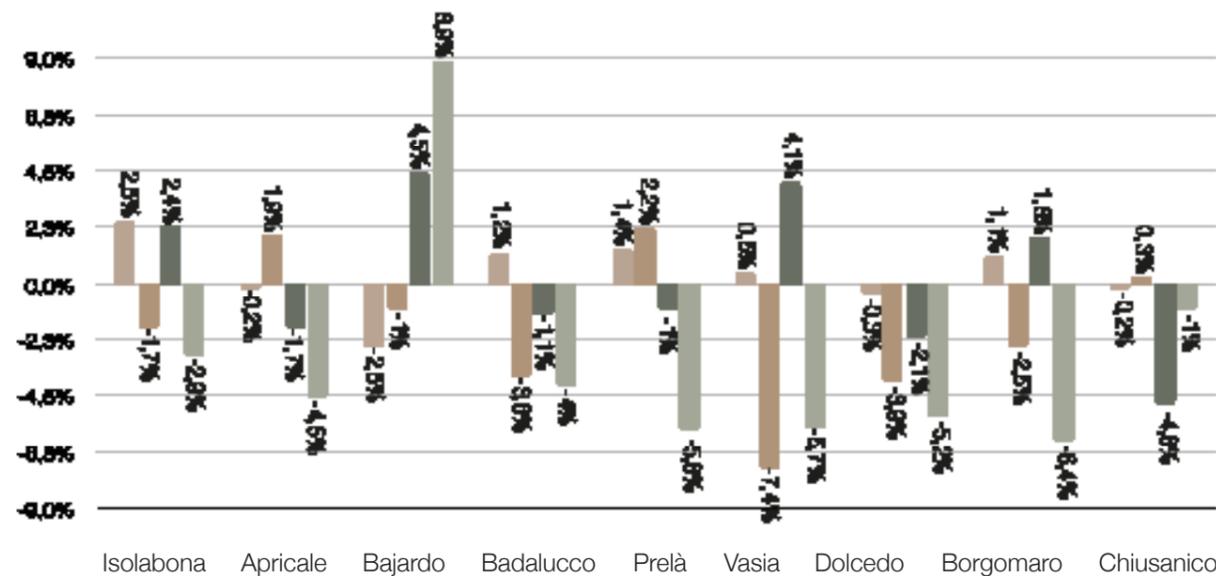
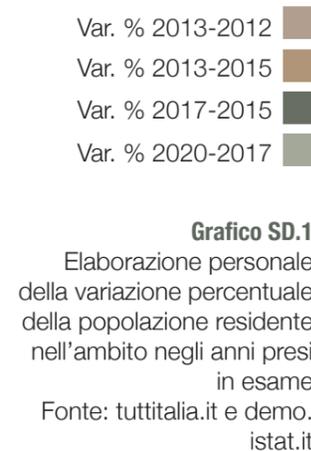


LEGENDA:
 Sub-Ambito 4
 Sub-Ambito 7
 Sub-Ambito 11
 Sub-Ambito 12

FIG. 4.36
 Elaborazione personale del
 numero di abitanti e della
 densità abitativa nell'ambito
 nel 2020
 Fonte:demo.istat.it

Osservando i comuni dell'ambito territoriale selezionato si percepisce come siano tutti omogenei tra di loro infatti la maggior parte presentano un numero di abitanti inferiore a 1.000 ad eccezione di Dolcedo e Badalucco che superano di pochissimo tale cifra ma ritenuti essenziali in vista della valorizzazione di un percorso che interessa l'ulivo e la produzione dell'olio. Di seguito osserveremo il cambiamento della popolazione residente e di quella straniera presente sul territorio mediante una serie di parametri, tenendo sempre in considerazione degli anni che hanno interessato i Piani Triennali del Turismo in Liguria (2012, 2013, 2015, 2017 e 2020). L'analisi socio-demografica si rivela utile al fine di osservare se anche i comuni dell'ambito presentano un fenomeno di spopolamento nel corso degli anni e quindi mediante questo studio si cercheranno, successivamente, delle strategie per evitare che tale fenomeno prosegua nel corso degli anni.

Analizzando la **popolazione residente** dei comuni dell'ambito nel corso degli anni analizzati si possono notare moltissime similitudini. La più evidente è il calo, se pur minimo, dei residenti nelle ultime due variazioni assunte (2017 e 2020) in quasi tutti i comuni ad eccezione di Isolabona, Vasia e Borgomaro i quali registrano una variazione percentuale positiva nel 2017 per poi conformarsi con gli altri comuni e raggiungere valori negativi nel 2020. In tendenza opposta è Bajardo che presenta una variazione positiva negli ultimi due anni, in particolar modo nel 2020 raggiungendo un positivo 8,9%. Da tale analisi si denota come il fenomeno di spopolamento sia in atto anche in questi comuni posti nella fascia mediana della provincia e quindi non troppo lontani dagli attrattori che si stagliano sul tratto costiero (Ved. Tabella e Grafico SD.1). In secondo luogo si è andata ad analizzare la **struttura della popolazione** e si sono prese in considerazione tre intervalli di età tra cui la popolazione non attiva (0-14 e 65+ anni) e quella attiva (15-64 anni) e per semplificare si è fatta una media dei comuni per capire come si fosse evoluta la situazione nell'ambito negli anni presi in esame. Dai grafici SD.2 si percepisce come la maggior parte della popolazione faccia parte della fascia d'età della popolazione attiva raggiungendo quasi il 60%, in secondo luogo si riscontrano le persone



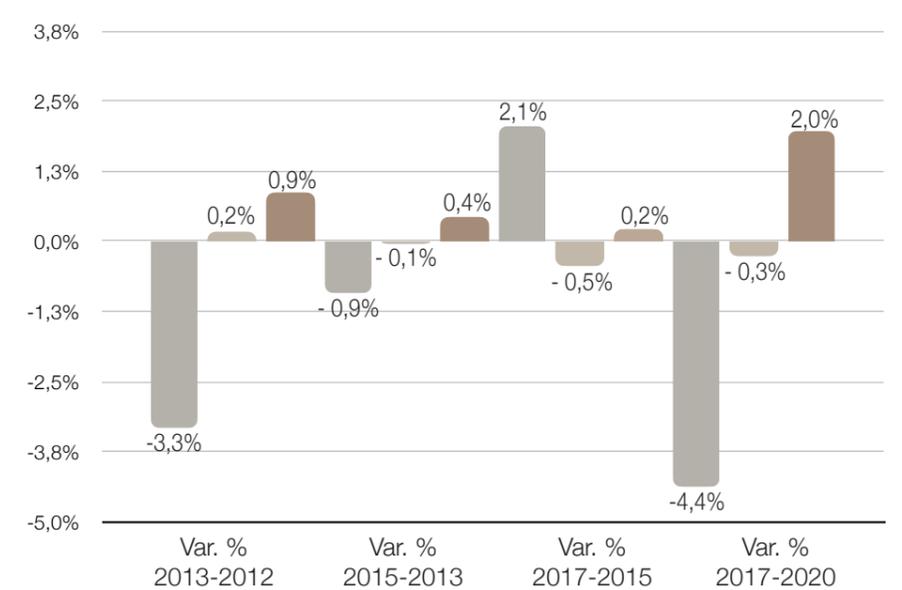
0-14 anni
15-64 anni
65+ anni

Grafico SD.2 (Sopra)
Elaborazione personale della media percentuale della struttura della popolazione

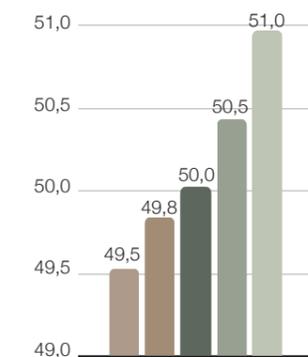
Grafico SD.3 (Dx)
Elaborazione personale della variazione percentuale della struttura della popolazione

Grafico SD.4 (Sotto)
Elaborazione personale dell'età media

Fonte: tuttitalia.it e demo. istat.it



2012
2013
2015
2017
2020



con un'età superiore ai 65 anni con quasi il 30% mentre troviamo come ultima categoria la popolazione compresa tra i 0-14 anni con circa il 10%. Nel corso degli anni si denota una diminuzione consistente della popolazione tra gli 0-14 (nel 2020 si registra una variazione del -4,4%) in favore della popolazione con età superiore ai 65 anni (nel 2020 +2,0%), mentre si registra un lievissimo calo della popolazione attiva (nel 2020 -0,3%) (Ved. Tabella e Grafico SD.2 e SD.3). Per quanto riguarda l'andamento dell'**età media** della popolazione, se osserviamo gli anni presi in considerazione, si è alzata di circa due anni dal 2012 al 2020 passando da circa 49 anni e mezzo a 51. Il comune che attualmente, nel 2020, registra l'età media più alta è Vasia con 53,9 anni, seguito da Prelà con 53,5 mentre i comuni che registrano il dato più basso sono Isolabona con il 46,1 anni medi e i 48,3 di Dolcedo (Ved. Tabella e Grafico SD.4).

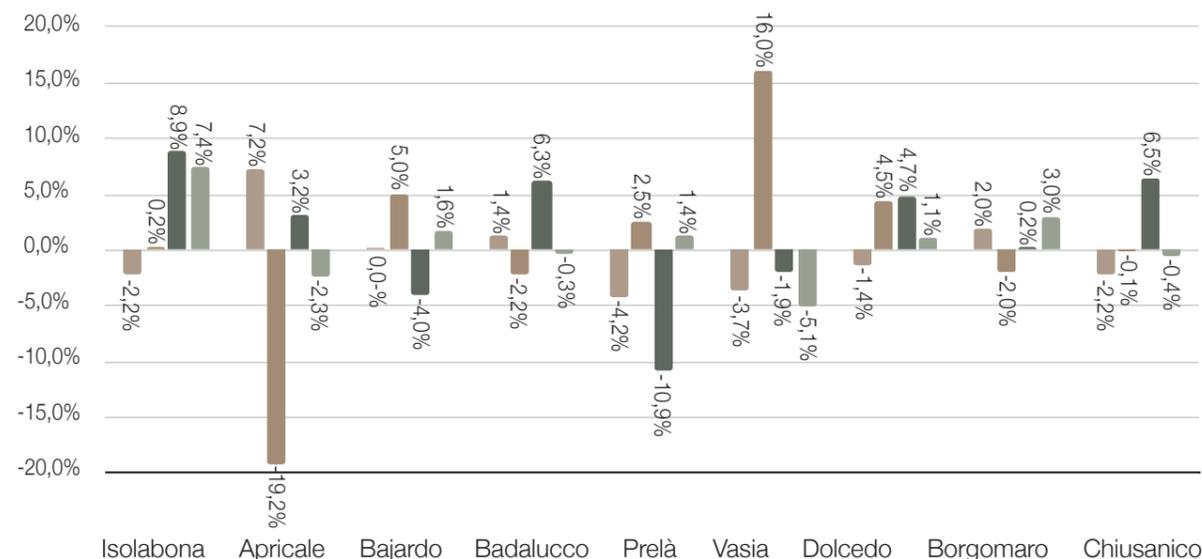
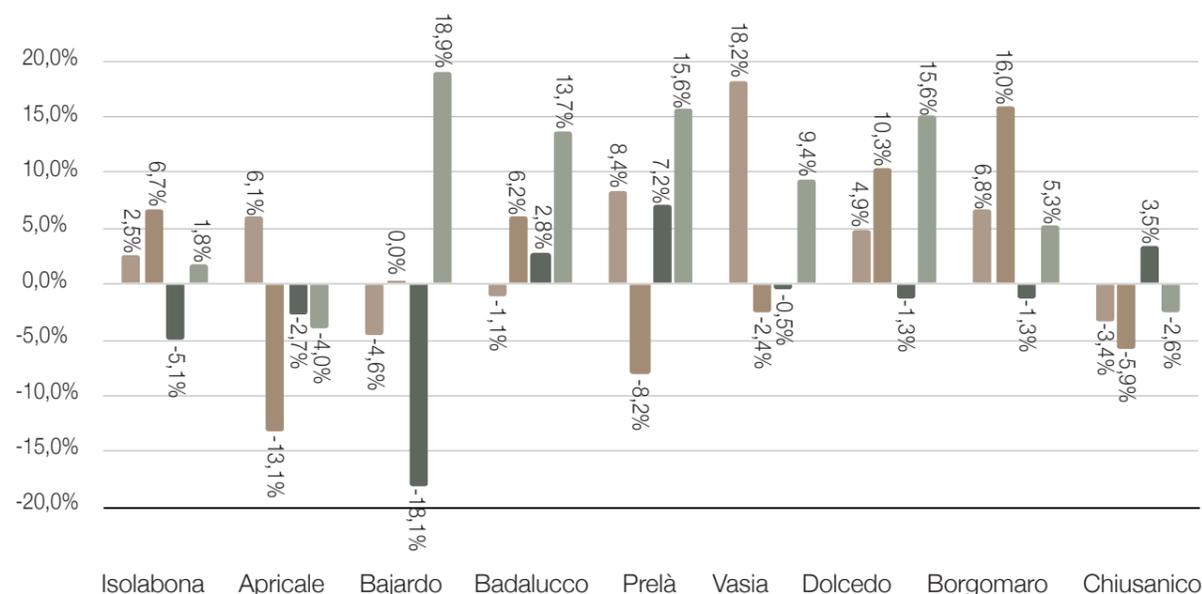
Quindi analizzando l'**indice di vecchiaia**¹⁷ della popolazione risiedente nell'ambito si percepisce come i valori siano tutti abbondantemente superiori al 100% denotando quindi una popolazione maggiormente anziana. Gli unici due comuni, facendo la media degli anni presi in considerazione, che riescono a rimanere sotto la soglia del 200% sono Isolabona e Dolcedo, mentre Apricale, Chiusanico, Badalucco, Prelà e Borgomaro rimangono sotto, o comunque molto vicini, al 300%. Vasia supera il 400% e, addirittura, Bajardo supera il 900%. Perciò osservando la variazione percentuale si nota una certa omogeneità nell'andamento dei comuni in particolar modo nell'ultima variazione analizzata (2017-2020) in cui la maggior parte dei comuni presenta un aumento abbastanza considerevole della variazione dell'indice di vecchiaia il quale è aumentato ad eccezione di Apricale (-4,0%) e Chiusanico (-2,6%) dove la variazione, anche se con piccole percentuali, è diminuita (Ved. Tabella e Grafico SD.5). Altro dato essenziale da prendere in considerazione per analizzare al meglio la popolazione dell'ambito è l'**indice di dipendenza strutturale**¹⁸ in cui i dati, analizzando la media degli anni presi in esame, si aggira dal 54% di Isolabona all'80% di Vasia rendendo le percentuali coerenti con l'indice di vecchiaia. In questo caso se si analizzano le variazioni

17. rappresenta il grado di invecchiamento di una popolazione ed è il rapporto % tra il numero dei 65+ e il numero dei giovani fino ai 14

18. rappresenta carico sociale ed economico della popolazione non attiva (0-14/65+) su quella attiva (15-64)

Var. % 2013-2012
 Var. % 2013-2015
 Var. % 2017-2015
 Var. % 2020-2017

Grafico SD.5
 Elaborazione personale della variazione percentuale dell'indice di vecchiaia nell'ambito negli anni presi in esame
 Fonte: tuttitalia.

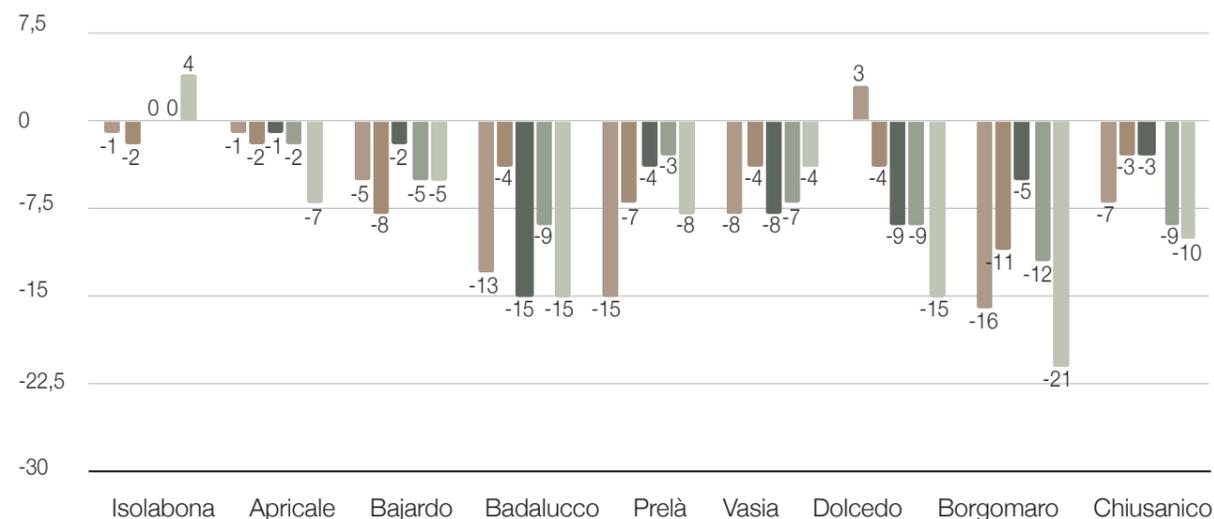


Var. % 2013-2012
 Var. % 2013-2015
 Var. % 2017-2015
 Var. % 2020-2017

Grafico SD.6
 Elaborazione personale della variazione percentuale dell'indice di dipendenza strutturale negli anni presi in esame
 Fonte: tuttitalia.it e demo. istat.it

19. rappresenta la differenza tra i decessi e le nascite di un determinato comune

percentuali negli anni presi in considerazione ci si accorge che, specialmente nell'ultimo dato analizzato (2017-2020) vi è una spartizione omogenea infatti Isolabona (7,4%), Bajardo (1,6%), Prelà (1,4%), Dolcedo (1,1%) e Borgomaro (3,0%) presentano delle variazioni percentuali positive e quindi con valori in aumento mentre Apricale (-2,3%), Badalucco (-0,3%), Vasia (-5,1%) e Chiusanico (-0,4%) presentano delle variazioni negative e questo indica che i dati recepiti sono minori e quindi in fenomeno sta mutando (Ved. Tabella e Grafico SD.6). Altra analisi essenziale da fare è capire la popolazione che nasce e quella che muore all'interno dell'ambito. Quindi osservando il **saldo naturale**¹⁹ tra le nascite e decessi nei comuni dell'ambito l'andamento nel corso degli anni analizzati risulta essere sempre negativo eccezion fatta per il dato del 2020 di Isolabona dove si registra un +4 e un +3 a Dolcedo nel 2012. Il comune in cui si registra il saldo naturale peggiore è Borgomaro con il -21 nel 2020 (7 nascite e 28 decessi), seguito Badalucco con -15 nel 2020 (con 3 nascite e 18 decessi) e da Dolcedo sempre con -15 (9 nascite e 24 decessi) e Chiusanico con -10 (2 nascite e 12 decessi). Gli altri comuni invece, pur avendo delle variazioni negative, si stagliano su un saldo naturale che va da -5, -4 e -3, mentre l'unica variazione positiva che si registra è ad Isolabona



dove nel 2020 le nascite sono state maggiori dei decessi facendo registrare 8 nascite e 4 decessi (Ved. Tabella e Grafico SD.6). Risulta anche necessario ed essenziale analizzare la **popolazione straniera** presente nell'ambito, infatti facendo una media della percentuale di stranieri presenti nei vari comuni e comparandoli negli anni presi in esame si registra un aumento dal 2012 rispetto al 2020 di quasi 2 punti percentuali pur sempre mantenendo una variazione positiva arrivando quasi a rappresentare il 15% della popolazione totale (Ved. Tabella e Grafico SD.7). Quindi osservando la variazione della popolazione straniera nei differenti comuni e negli anni presi in esame, si osserva come ogni località abbia una propria variazione differente rispetto all'altra presentando delle oscillazioni di variazioni sia negative che positive ad eccezione di Bajardo che, nonostante i cali o i rialzi, rimanga sempre positiva raggiungendo nella variazione del 2017-2015 addirittura il 52,2%. In particolar modo analizzando la variazione percentuale 2017-2020, come la maggior parte presentino delle variazioni negative, con le peggiori Borgomaro (-17,8%) e Vasia (-17,6%), ad eccezione di Isolabona (10,4%), Bajardo (5,7%), Badalucco (1,8%) e Chiusanico che presentano delle variazioni positive sottolineando, quindi, un aumento della popolazione straniera (Ved. Tabella e Grafico SD.8).



Grafico SD.7 (Sopra)
Elaborazione personale della variazione del saldo naturale nell'ambito negli anni presi in esame
Grafico SD.8 (Sotto)
Elaborazione personale della media della popolazione straniera nell'ambito negli anni presi in esame
Fonte: tuttitalia.it e demo. istat.it

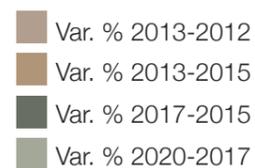
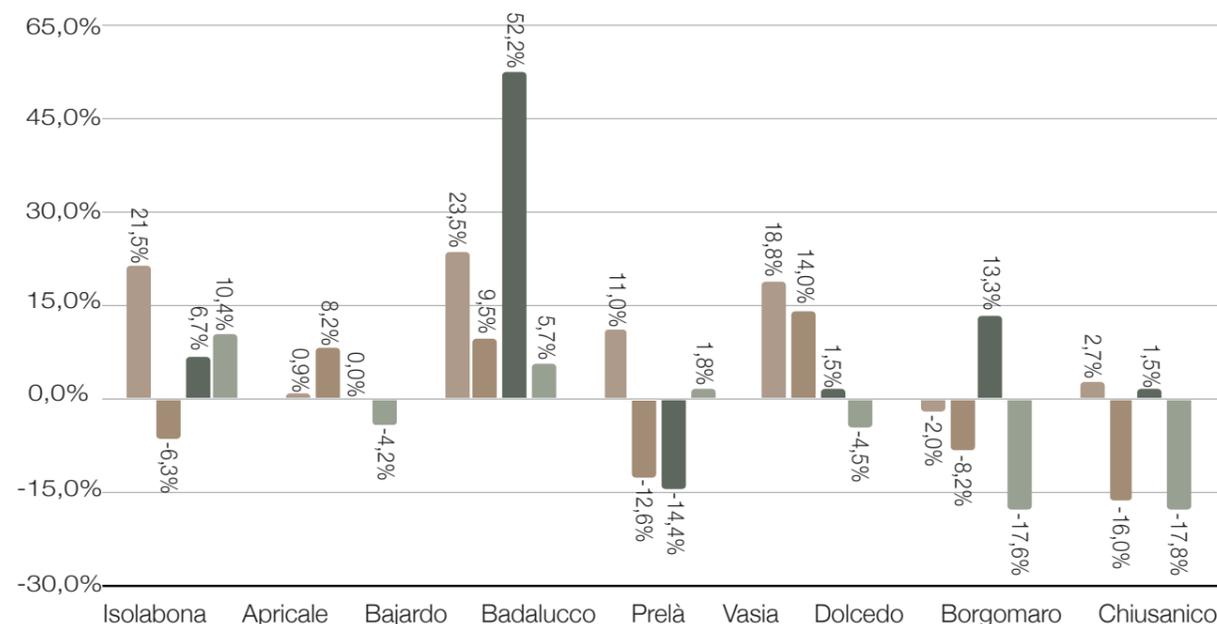
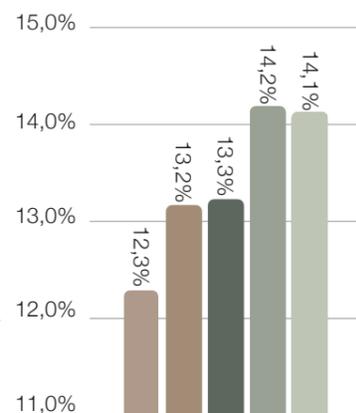
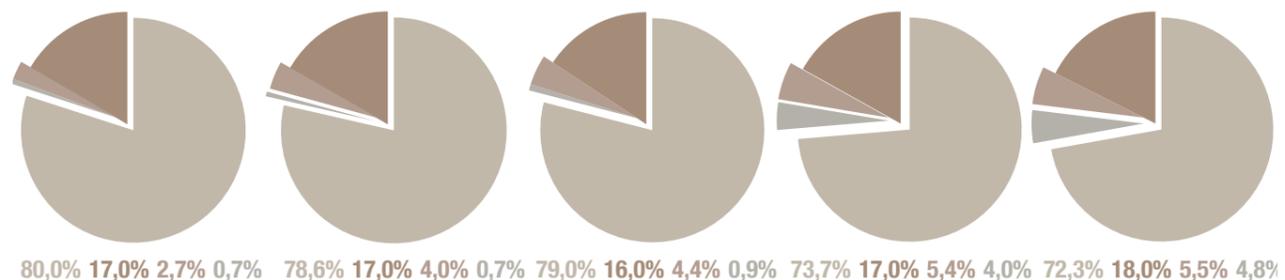


Grafico SD.9
Elaborazione personale della variazione percentuale della popolazione straniera negli anni presi in esame
Fonte: tuttitalia.it e demo. istat.it

Infine risulta necessario anche analizzare la popolazione straniera che risiede nell'ambito individuato in quanto il fenomeno si sta facendo sempre più preponderante nel corso degli ultimi decenni rappresentando così una parte essenziale della popolazione residente. Come si può intuire dal grafico SD.9 la maggior parte della popolazione straniera nell'ambito e negli anni analizzati risulta provenire dall'Europa con cifre a partire dall'80% del 2012 sino a diminuire di quasi 8 punti percentuali nel 2020 con il 72,2%, in secondo luogo invece troviamo la popolazione proveniente dall'Africa passando dal 17% nel 2012 al 18% nel 2020. Di seguito troviamo la popolazione proveniente dall'America la quale è passata dal 2,7% del 2012 al 5,5% nel 2020 e infine, comportandosi nella medesima maniera, anche la popolazione proveniente dall'Asia passando dall 0,7% del 2012 al 4,8% nel 2020. Questo ci fa comprendere come la popolazione risiedente nell'ambito sta mutando la propria provenienza, rendendosi sempre più eterogenea e meno europea (Ved. Tabella e Grafico SD.9). Analizzando, quindi, in dettaglio la variazione della percentuale nel corso degli anni si percepisce come i cittadini stranieri in generale abbiano avuto



un andamento altalenante partendo dal 2012 con una percentuale positiva sino a raggiungere una variazione negativa nel 2020 (-4,5%). Stesso andamento, come visto anche nei grafici SD.9, lo segue la popolazione proveniente dall'Europa con un andamento negativo negli ultimi due anni presi in considerazione, in particolare con il -2,0% nel 2020. Mentre le altre popolazioni presentano un andamento opposto e prettamente positivo, si denota come quella proveniente dall'Africa presenti delle variazioni negli ultimi due anni presi in considerazione vada crescendo passando dal 2,9% del 2017 al 4,1% del 2020, mentre sia per la popolazione dell'Asia (passa dal 92,3% del 2017 al 19,7% del 2020) che per quella dell'America (passa dal 19,0% al 0,4% del 2020) si ha una decrescenza delle percentuali che rimangono pur sempre positive (Ved. Tabella e Grafico SD.10).



Grafico SD.10
Elaborazione personale della media percentuale della provenienza degli stranieri nell'ambito negli anni presi in esame

Grafico SD.11
Elaborazione personale della variazione percentuale della provenienza degli stranieri nell'ambito negli anni presi in esame
Fonte: tuttitalia.it e demo.istat.it

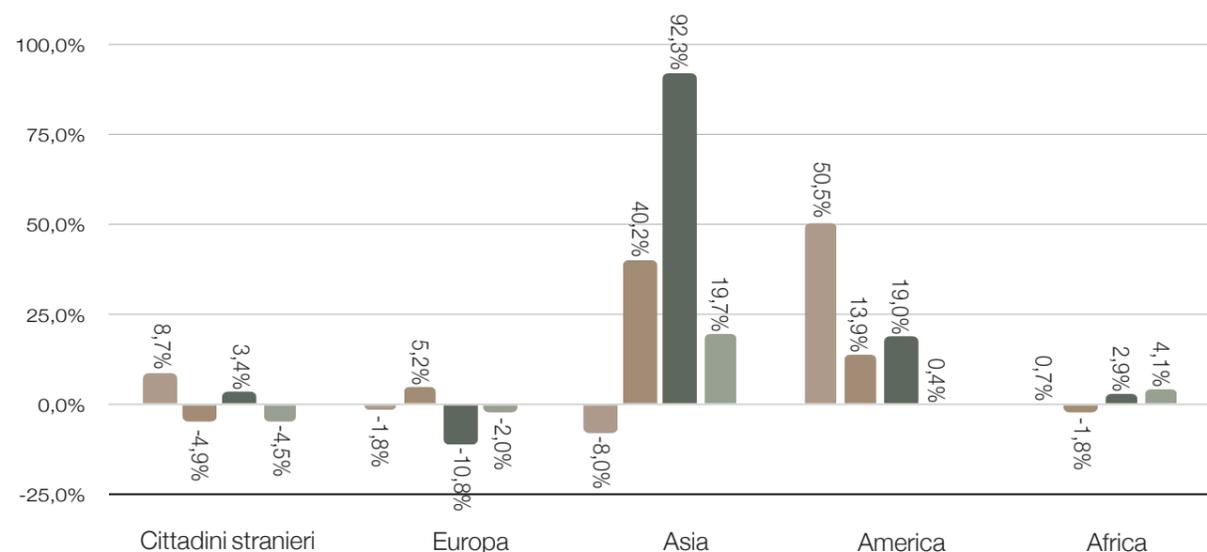
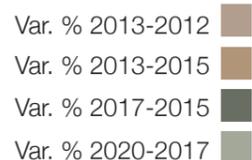


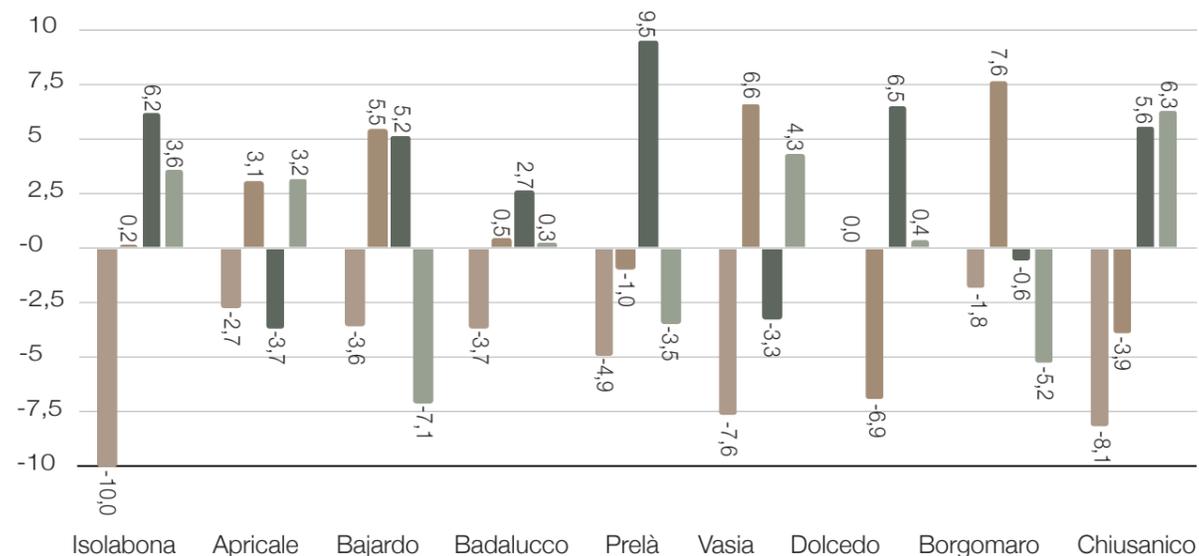
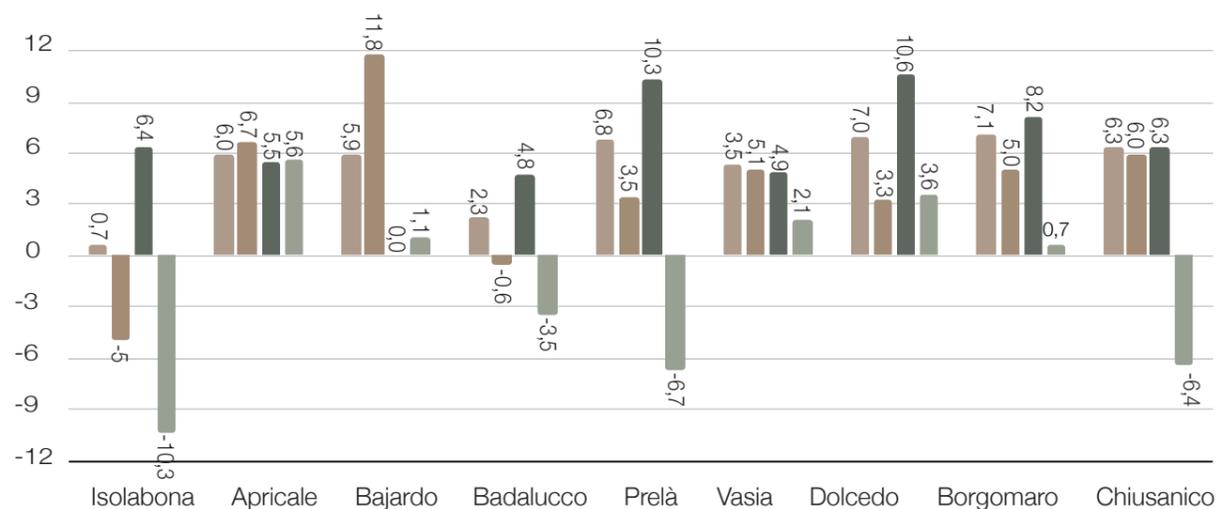
FIG. 4.37
Tipico paesaggio in cui vive la popolazione di un comune dell'entroterra ligure
Fonte: Erica Caridi, Agosto, 2021

Nel rapporto preliminare del PRT e dalle ultime indagini effettuate si individua come elemento su cui andare ad intervenire per le questioni dell'entroterra la filiera del lavoro con operazioni che vadano a risanare edifici sul territorio e a formare nuovi posti di lavoro quindi si rende necessario effettuare un'analisi socio-economica per considerare la situazione nell'ambito di cui si possiedono i dati solo del 2001 e del 2011. In primis si analizza la differenza del tasso di **occupazione** generale²⁰, maschile, femminile e giovanile (15-29 anni) dal 2011 al 2001. Si osserva come le prime tre categorie prese in analisi presentino un tasso prettamente positivo, ad eccezione del tasso di occupazione maschile nel comune di Isolabona (-5) e di Badalucco (-0,6). In particolare modo si denota un tasso positivo nell'occupazione femminile, soprattutto a Prelà (10,3) e Dolcedo (10,6) in netta crescita rispetto a quella maschile se si considera in generale l'ambito. Discorso differente va fatto per quanto riguarda il tasso di occupazione giovanile in quanto in in certi comuni si trova in linea con gli altri tassi essendo in crescita (Apricale 5,6; Vasia 2,1; Dolcedo 3,6; Borgomaro 0,7) mentre in altri il dato decresce (Isolabona -10,3; Badalucco -3,5; Prelà -6,7 e Chiusanico -6,4) mettendo in luce, quindi, una problematica di cui spesso si sente discutere in Liguria, ovvero i giovani che abbandonano l'entroterra per trovare fortuna altrove oppure che faticano a ricercare lavoro in determinati luoghi (Ved. Tabella e Grafico SE.1).

20. percentuale di persone che sono occupate rispetto al totale della popolazione in età da lavoro (15 anni e oltre). Vale la medesima definizione per le persone di sesso maschile, femminile e per quelle considerate giovanili (15-29 anni)

Tasso di occupazione
Tasso di occupazione maschile
Tasso di occupazione femminile
Tasso di occupazione giovanile

Grafico SE.1
Elaborazione personale del tasso di occupazione e le sue declinazioni nell'ambito negli anni presi in esame
Fonte: ottomilacensus.istat.



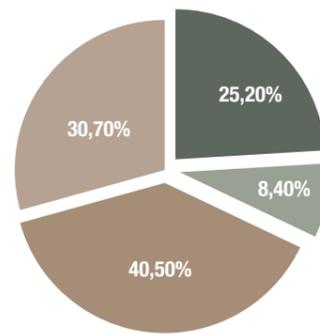
Sett. agricolo
Sett. industriale
Sett. terziario/extracomm
Sett. commerciale

Grafico SE.2
Elaborazione personale dell'incidenza occupazionale nei vari settori nell'ambito negli anni presi in esame
Fonte: ottomilacensus.istat.it

Approfondendo la tematica dell'occupazione mediante l'**incidenza** che questa ha nei vari **settori** si prendono in considerazione in primis quello agricolo che, nonostante la grossa disponibilità di terreno come vedremmo successivamente, risulta essere quello meno occupato (passando mediamente da un indice del 17,5 nel 2001 al 12,8 nel 2011) e si registra un calo consistente in tutti i comuni tra il 2011 e il 2001 in particolar modo a Isolabona (-10) e a Chiusanico (-8,1). In ordine crescente il settore che segue all'agricolo per occupazione è quello commerciale (passando mediamente da un indice del 21,1 nel 2001 al 21,3 nel 2011) che risulta essere nella maggior parte dei comuni in aumento ad eccezione di Bajardo (-7,1), Prelà (-3,5) e Borgomaro (-5,2) in cui si registra un calo nel 2011 rispetto al 2001. Segue il settore industriale (passando mediamente da un indice del 21,6 nel 2001 al 22,9 nel 2011) il quale risulta essere in crescita in tutti i comuni ad eccezione di Prelà dove si registra -1,0. Infine il settore che presenta la maggiore occupazione è quello terziario/extracommerciale (passando mediamente da un indice del 39,3 nel 2001 al 43,0 nel 2011) in cui la maggior parte dei comuni presenta un andamento crescente ad eccezione di Apricale (-3,7), Vasia (-3,3) e Borgomaro (-0,6) (Ved. Tabella e Grafico SE.2).

Dato che uno degli obiettivi fondamentali del PRT è quello di riattivare la filiera del lavoro in particolar modo quella legata all'ambito agricolo, in questo contesto, si rende necessario capire quanto l'industria che vi ruota attorno sia fondamentale per il territorio e in particolar modo nei sub-ambiti e quindi quanto questa influisca anche dal punto di vista territoriale. La superficie agricola dell'intero ambito 2 è di 111,70 km², come si osserva dal grafico SE.3 la superficie che viene occupata dal terreno agricolo è molto varia infatti si passa da circa il 40% (25,48 km²) del sub-ambito 11 ovvero la Valle Prino, a circa il 31% (20,11 km²) del sub-ambito 12 o meglio della Valle Impero, a poco più del 25% (15,29 km²) del sub-ambito 4 o Val Nervia sino a giungere a l'8,4% (7,79 km²) del sub-ambito 7 o Valle Argentina. La maggior parte del restante suolo, in tutti i sub-ambiti, viene occupata da superfici boschive o aree naturali mentre solo una piccolissima parte, spesso sotto l'1%, dagli insediamenti. Se si osserva in particolar modo la tipologia di coltura nell'ambito 2 la parte maggioritaria sono gli oliveti che occupano più del 70% delle aree agricole (79,71 km²), susseguita da altri sistemi colturali con circa il 23% (26,25 km²) e in maniera minore occupata dai vigneti con meno del 5% (4,95 km²) e con meno dell'1% dalle serre (0,79 km²) (Ved. Grafico SE.4). In particolare in tutti i quattro sub-ambiti la coltura maggiormente attiva sul territorio è quella degli oliveti infatti in tutti i casi la percentuale di suolo che occupano supera abbondantemente il 65% toccando anche l'85% della superficie nella Valle Impero lasciando quindi uno spazio molto limitato alle altre colture.

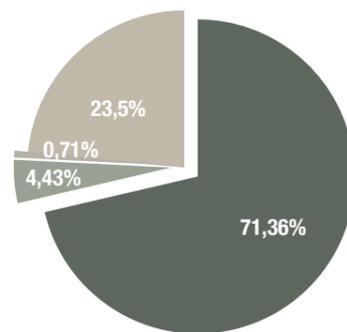
La parte restata delle aree agricole viene occupata da altre tipologie di sistemi colturali quali alberi da frutto, fogliame ecc... mantenendo numeri di percentuale tra il 10% e il 30% mentre per le altre due tipologie di colture, quali vigneti e serre occupano tutte meno del 5% della superficie (Ved. Grafico SE.5). Fondamentale per quasi tutte le colture sopra elencate è la tipologia di metodologia di coltivazione, infatti in Liguria troviamo principalmente terrazzamenti che occupano il 52,05 km² rappresentando il 5,67% del totale



Sub-Ambito 4
Sub-Ambito 7
Sub-Ambito 11
Sub-Ambito 12

Grafico SE.3 (Sopra)
Elaborazione personale della percentuale di suolo agricolo occupata dai sub-ambiti presi in esame
Fonte: Piano

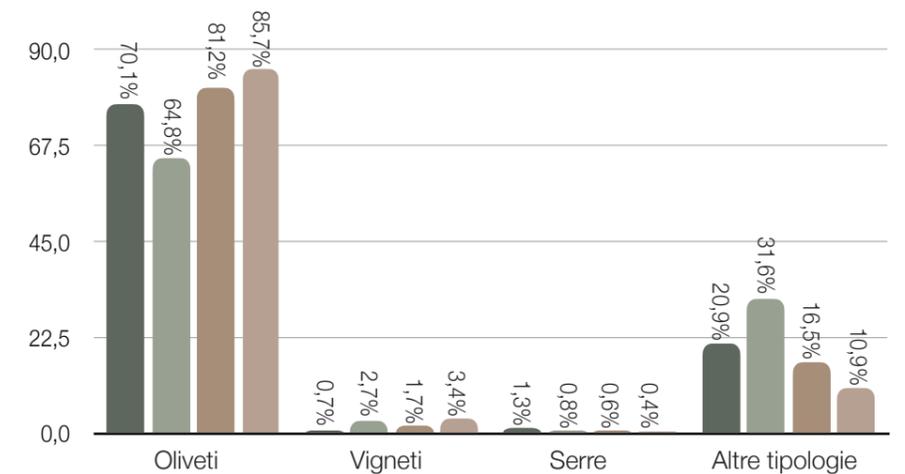
Grafico SE.4 (Sotto)
Elaborazione personale della percentuale della coltura presente nell'ambito
Piano Paesaggistico della Liguria,



Oliveti
Vigneti
Altri sistemi
Serre

Sub-Ambito 4
Sub-Ambito 7
Sub-Ambito 11
Sub-Ambito 12

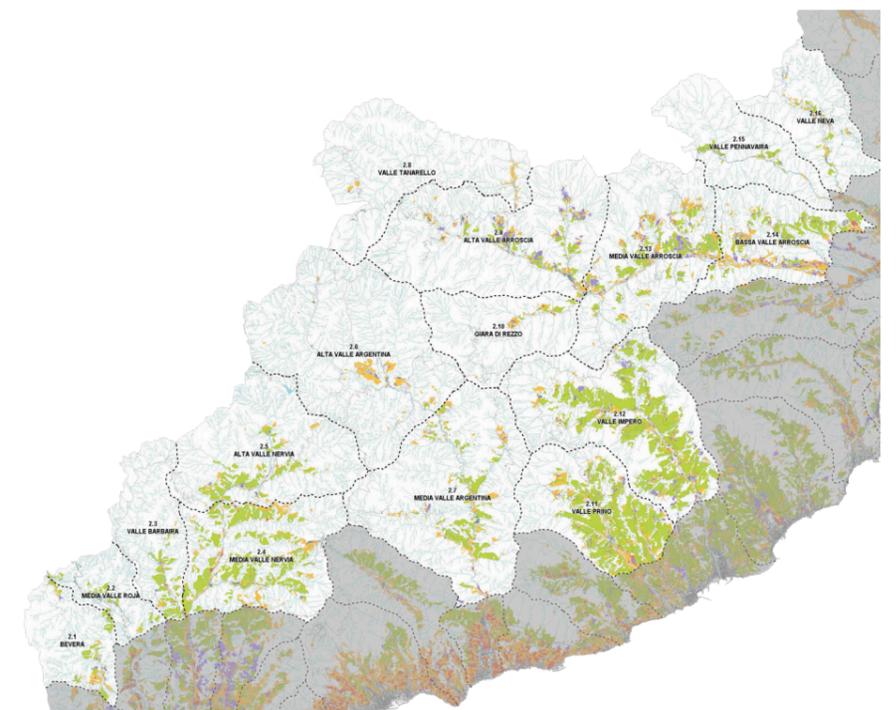
Grafico SE.5
Elaborazione personale della percentuale della coltura presente nei sub-ambiti
Piano Paesaggistico della Liguria, Ambito 2-Alpi Liguri



della superficie. La prevalenza di terreno occupata da terrazzamenti rispetto alla superficie si ha nella Valle Impero (10,54 km²) con circa il 12%, seguito dalla Valle Valle Impero (10,54 km²) con circa il 12%, seguito dalla Valle Prino (5,10 km²) con circa il 10% e in maniera nettamente inferiore in maniera quasi egualitaria la Media Val Nervia (2,7 km²) e la Media Valle Argentina (3,21 km²) con percentuali sotto il 4%.

Oliveti
Vigneti
Serre
Altri sistemi

FIG. 4.37
Estrapolazione delle varie tipologie di colture
Fonte: Regione Liguria, Piano Paesaggistico della Liguria, dicembre 2018, Aree agricole, Uso del suolo 2015



In seguito all'analisi del tasso di occupazione e delle sue declinazioni si ritiene necessario anche osservare come sia il **tasso di disoccupazione**²¹ nell'ambito selezionato. Nella sua accezione generale esso risulta con una variabile dal 2001 al 2011 positiva, quindi in aumento, nella maggior parte dei comuni ad eccezione di Badalucco (-4,4%) e Vasia (-5,5%) in cui risulta in calo. Se si analizza in particolare invece la situazione dal punto di vista della disoccupazione maschile essa risulta sempre con una variazione percentuale positiva nella maggior parte dei comuni ma in questo caso oltre a Badalucco (-1,3%) e Vasia (-5,2%) si aggiungono anche Bajardo (-1,7%) e Chiusanico (-2,4%). Per quanto riguarda la situazione dal punto di vista della popolazione femminile essa segue il filone del tasso di disoccupazione generale a cui su aggiunge a Badalucco (-9,2%) e Vasia (-6,1%) anche Dolcedo (-1,2%) denotando ancora una disparità tra i due sessi sia per quanto riguarda i comuni che presentano variazioni negative sia per quelle con variazioni positive infatti, in questo ultimo caso, la situazione di disoccupazione risulta quasi sempre essere maggioritaria nella popolazione femminile rispetto a quella maschile salvo delle eccezioni come Apricale o Prelà. In ultimo si analizza la disoccupazione dal punto di vista giovanile la quale risulta divisa a metà infatti una serie di comuni presentano delle variazioni positive (vedi Isolabona, Apricale, Bajardo e Borgomaro),

21. percentuale di persone che sono disoccupate rispetto al totale della popolazione in età da lavoro (15 anni e oltre). Vale la medesima definizione per le persone di sesso maschile, femminile e per quelle considerate giovanili (15-29 anni)

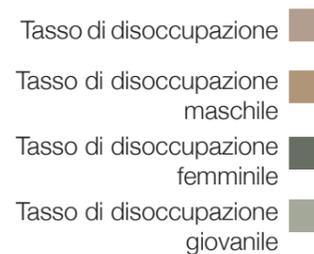
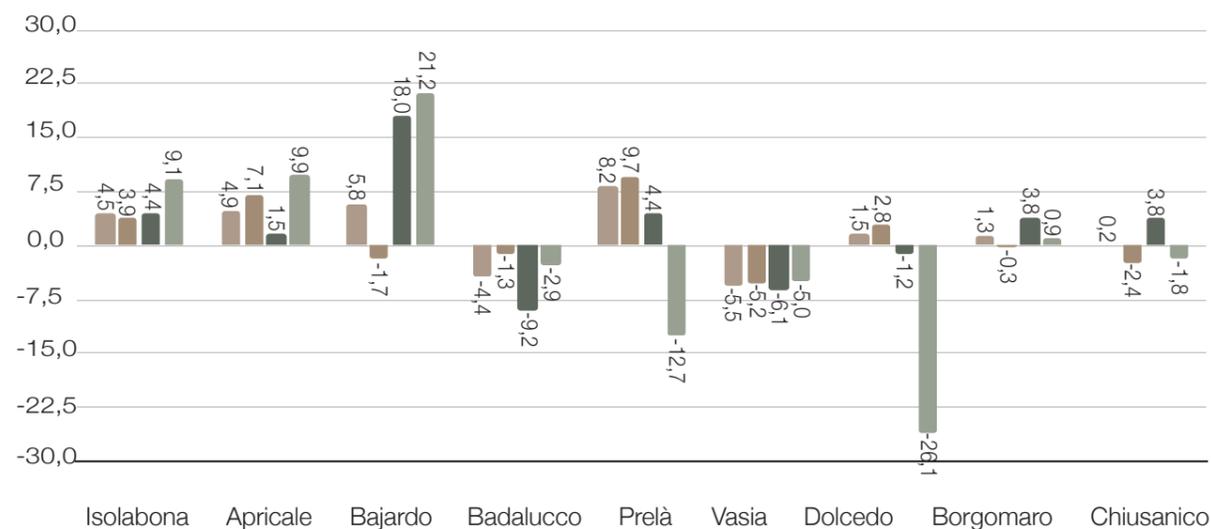


Grafico SE.6
Elaborazione personale del tasso di disoccupazione e le sue declinazioni nell'ambito negli anni presi in esame
Fonte: ottomilacensus.istat.it



22. è il rapporto percentuale tra la popolazione residente attiva e la popolazione residente della stessa classe di età. Vale sia per la popolazione maschile che femminile

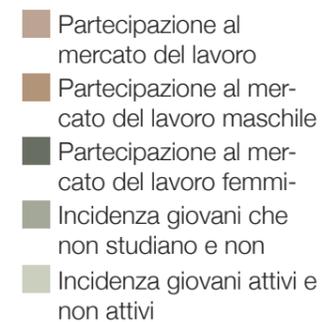
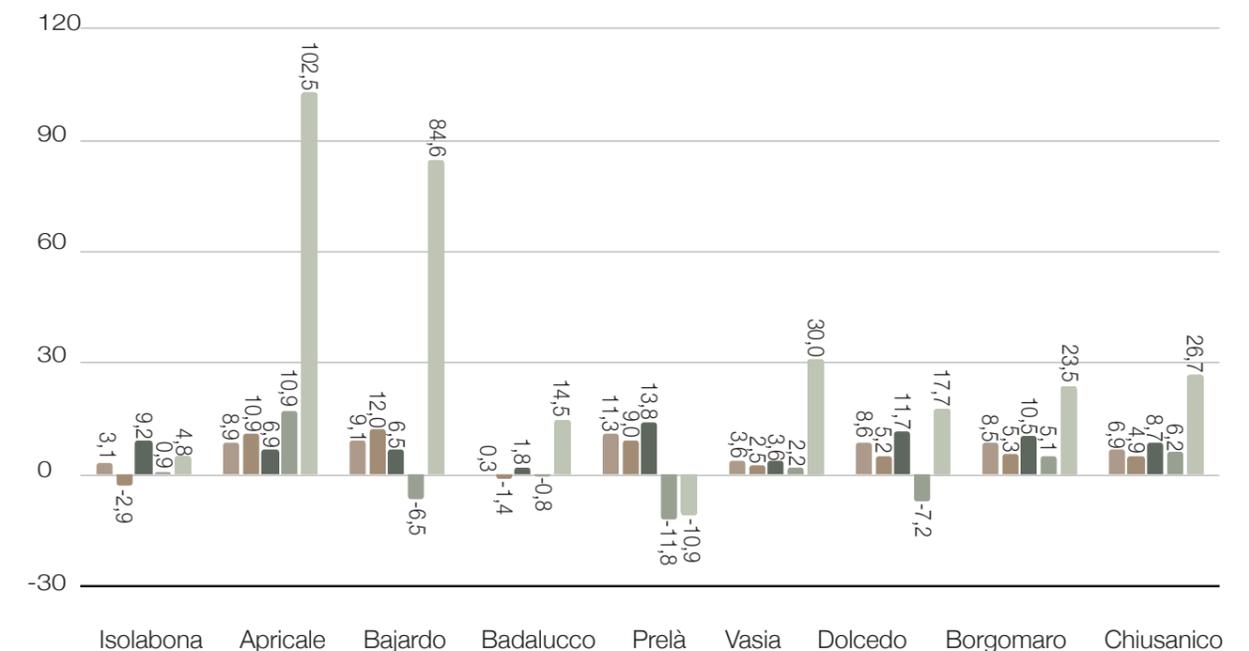
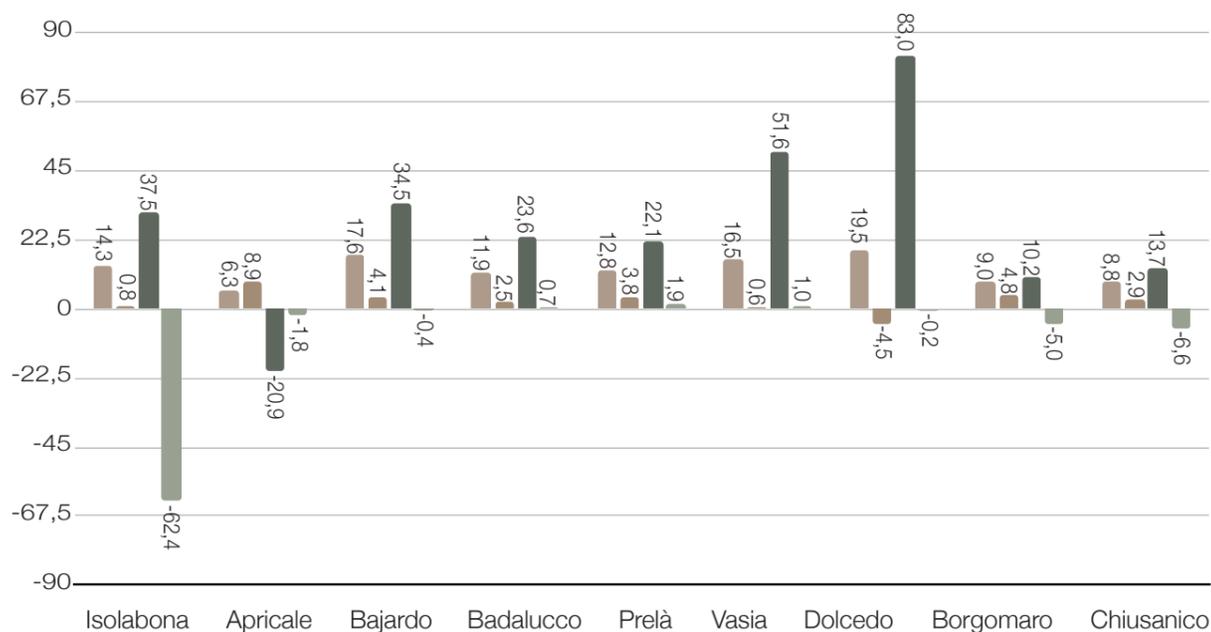


Grafico SE.7
Elaborazione personale dell'attività della popolazione nell'ambito e negli anni presi in esame
Fonte: ottomilacensus.istat.it



elevate rispetto agli altri tassi presi in considerazione mentre altri comuni questa variazione percentuale risulta essersi ridotta anche di parecchio come ad esempio a Dolcedo (-26,1%) e Prelà (-12,7%) oppure semplicemente presentare delle variazioni negative come a Badalucco, Vasia e Chiusanico facendo quindi prevalere i comuni, anche se di poco, dove questo fenomeno sta cercando di andare a scemare (Ved. Tabella e Grafico SE.6). Osservando inoltre l'attività lavorativa della popolazione sul territorio, sia in generale che nel dettaglio, si registra come la **partecipazione al mondo del mercato del lavoro**²² si presenti con una variazione percentuale positive in tutti i comuni presi in considerazione nel 2011 rispetto al 2001. In particolare se si analizzano i dati della popolazione femminile questo aumento rimane coerente con i dati generali e per tutti i comuni, mentre, per quanto riguarda quella maschile, vi sono delle eccezioni che presentano variazioni percentuali negative come Isolabona (-2,9%) e Badalucco (-1,4%). Analizzando anche come si rapportano i giovani (15-29 anni) nel mercato del lavoro si percepisce come l'**incidenza di coloro che non studiano e non lavorano**²³ sia in aumento nella maggior parte dei comuni ad eccezione di Bajardo (-6,5%), Prelà (-11,8%)

Badalucco (-0,8%) e Dolcedo (-7,2%). Infine per quanto riguarda il rapporto tra i giovani attivi e quelli non ancora perchè impegnati nello studio, in altre attività o semplicemente non attivi si registrano, nel maggior numero di casi, i comuni con questo tasso positivo anche con valori parecchio elevati rispetto a quelli visti in precedenza ma pur sempre con delle eccezioni come si osserva nel dato del comune di Prelà (-10,9%), il quale presenta una variazione negativa (Ved. Tabella e Grafico SE.7). Fondamentale è l'analisi del **livello di istruzione**²⁴ della popolazione e le sue declinazioni in particolar modo si analizza quello degli adulti. L'incidenza della popolazione adulta con diploma e laurea nei comuni presi in esame presentano una crescita in tutti i comuni senza registrare variazioni negative. Quasi il medesimo discorso si può fare per gli adulti con la licenza media che si registra positivo in tutti i comuni fatta eccezione per Dolcedo (-4,5%). Uguale è il rapporto tra gli adulti con il diploma o la laurea e la licenza media che si presenta nettamente positivo in quasi tutti i comuni come ad esempio a Dolcedo (83%) o Vasia (51,6%) mentre si presenta negativa esclusivamente ad Apricale (-20,9%). Invece discorso apparte deve essere fatto per gli adulti in apprendimento permanente che si presenta nella maggior



23. la quota percentuale di giovani tra 15 e 29 anni che non sono iscritti ad un corso di studi, che non frequentano un corso di formazione e che non lavorano.

24. rapporto percentuale tra i giovani in età 15-24 anni che sono inseriti nel mercato del lavoro e quelli che alla stessa età ne sono ancora al di fuori perchè impegnati nello studio o altrimenti inattivi.

Adulti con diploma e laurea
Adulti con licenza media
Rapporto aulti diploma/ laurea e licenza media
Adulti in apprendimento permanente

Grafico SE.8

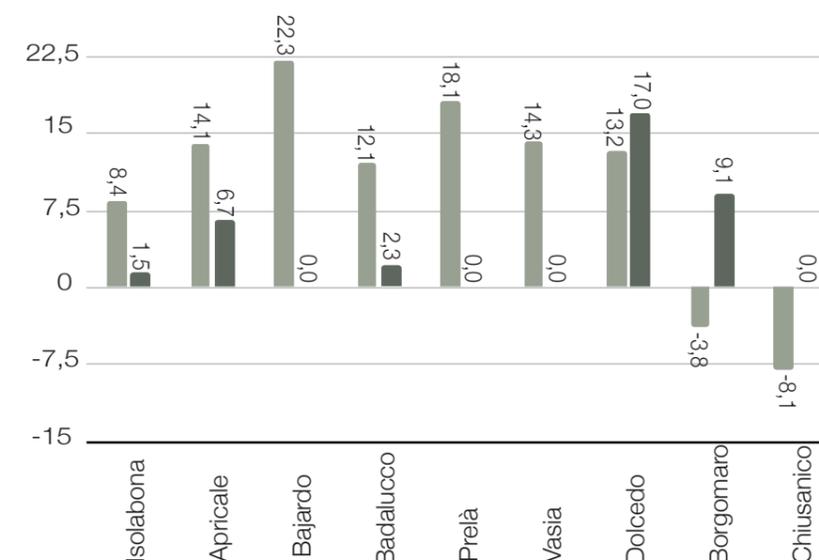
Elaborazione personale del livello di istruzione degli adulti nell'ambito negli anni presi in esame
Fonte: ottomilacensus.istat.it

parte dei comuni con percentuali negative, il dato peggiore è rappresentato da Isolabona (-62,4%), seguito da Chiusanico (-6,6%), Borgomaro (-5,0%), Apricale (-1,8%), Bajardo (-0,4%) e Dolcedo (-0,2%) (Ved. Tabelle e Grafico SE.8).

■ Livello di istruzione dei giovani (15-19 anni)
■ Indice di giovani con istruzione universitaria

Grafico SE.9

Elaborazione personale del livello di istruzione dei giovani (15-29 anni) nell'ambito negli anni presi in esame
Fonte: ottomilacensus.istat.it



25. Rapporto percentuale tra la popolazione residente di 15-19 anni con licenza media inferiore o diploma di scuola media superiore e la popolazione residente di 15-19 anni

26. Rapporto percentuale tra la popolazione residente di 30-34 anni in possesso di titolo universitario e la popolazione residente di 30-34 anni

27. Rapporto percentuale tra la popolazione residente di 6 anni e più analfabeta e la popolazione residente di 6 anni e più

28. Rapporto percentuale tra la popolazione residente di 15-24 anni con licenza media che non è iscritto ad un corso regolare di studi e non frequenta un corso di formazione professionale e la popolazione residente di 15-24 anni

Osservando, invece il livello di istruzione della categoria giovani che va dai 15 ai 19 anni, con un ipotetica licenza media o diploma di secondo livello²⁵, presenta variazioni positive del 2011 rispetto a 2001 in alcuni comuni come a Dolcedo (17%), Borgomaro (9,1%), Apricale (6,7%), Badalucco (2,3%) e Isolabona (1,5%) mentre per i restanti comuni le percentuali sono rimaste invariate. Per quanto riguarda invece i giovani che presentano un'istruzione universitaria²⁶ nella maggior parte dei comuni le variazioni percentuali risultano positive ad eccezione di Borgomaro (-3,8%) e Chiusanico (-8,1%). Altri indici importanti per avere un quadro completo sul livello di istruzione nell'ambito è osservare l'indice di analfabetizzazione²⁷ che risulta con percentuali negative in tanti comuni dell'ambito, quindi il fenomeno risulta essere in diminuzione, mentre in altri questo è in aumento anche se con percentuali minime ma che rivelano una problematica come ad esempio a Isolabona (0,5%), Apricale (0,1%), Vasia (0,3%) e Borgomaro (0,3%). Ultimo fattore fondamentale da osservare è l'uscita precoce dal sistema di istruzione e formazione²⁸ il quale risulta comportarsi in maniera

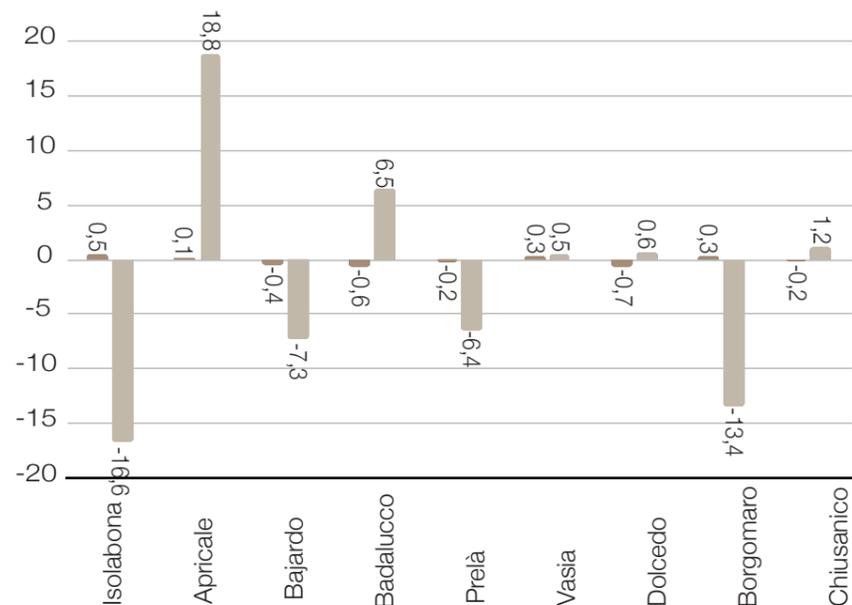


Grafico SE.10
Elaborazione personale degli indici relativi all'istruzione nell'ambito negli anni presi in esame
Fonte: ottomilacensus.istat.it

simile al livello di analfabetizzazione infatti i comuni tendono a dividersi a metà anche se la maggior parte presenta variazioni positive in particolar modo Apricale (18,8%) mentre altri presentano delle variazioni negative invertendo il fenomeno come ad esempio Isolabona (-16,6%) o Borgomaro (-13,4%) (Ved. Tabella e Grafico SE.10). Altro elemento essenziale da osservare è il **mercato immobiliare**²⁹ della provincia di Imperia e dei macroambiti selezionati dalla stessa statistica redatta dall'Agenzia delle Entrate. In particolar modo si osservano le macroaree in cui si situano i comuni presi in esame come le Colline Sanremesi (comprendono Apricale, Bajardo e Badalucco), le Colline della Valle Impero (Borgomaro, Prelà, Vasia, Dolcedo e Chiusanico) e Isolabona facente parte dei Comuni Montani in cui si analizzano le variazioni del 2020 rispetto al 2017. Nella prima e nella terza macroarea l'indice NTN e IMI³⁰ presentano delle variazioni negative tra cui le Colline Sanremesi registra il dato peggio tra tutti con NTN del -28,6% e IMI del -29,5%, mentre tra i Comuni montani si registra NTN -9,9% mentre IMI -9,5% registrando il terzo dato peggiore. Mentre i comuni delle Valli Impero presentano una variazione percentuale positiva in cui si registra NTN 7,0% e IMI 5,2%, segue la medesima scia la Provincia di Imperia in generale (Ved. Tabella e Grafico SE.11).

29. Agenzia delle Entrate, Osservatorio Mercato Immobiliare, *Statistiche Regionali, il mercato immobiliare in Liguria*, pubblicato il 1 giugno 2018 e il 1 giugno 2021

30. **NTN**: numero di transazioni normalizzato (numero di transazioni conteggiate per quota di trasferimento di proprietà)
IMI: intensità del mercato immobiliare (indice di dinamicità del mercato immobiliare dato dal rapporto tra NTN e stock)

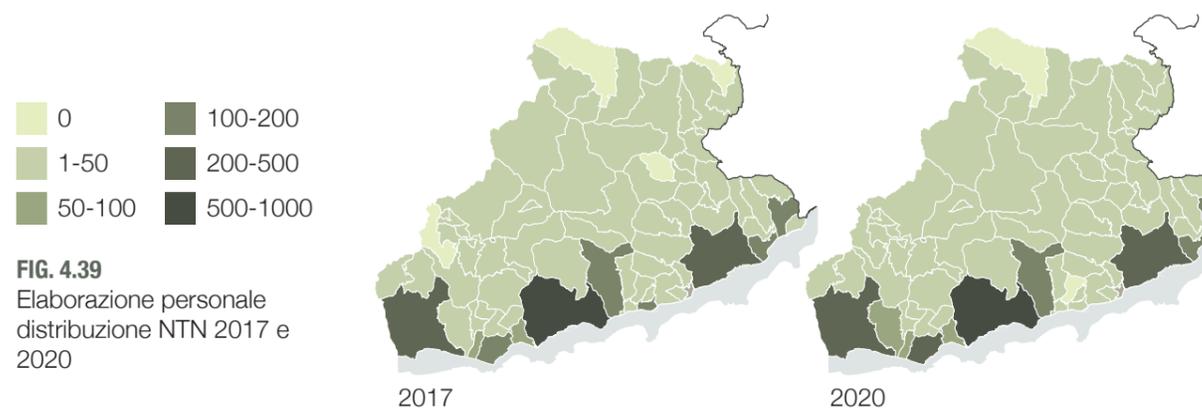


FIG. 4.39
Elaborazione personale distribuzione NTN 2017 e 2020

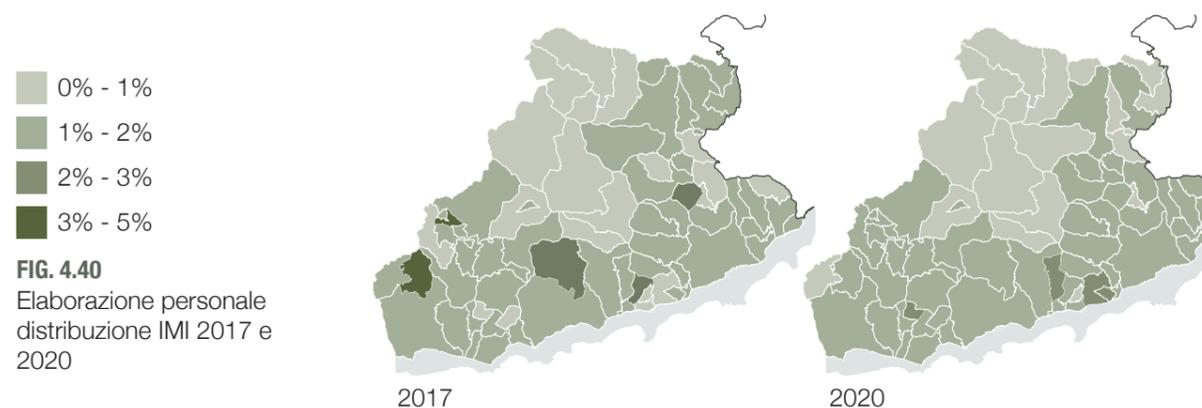


FIG. 4.40
Elaborazione personale distribuzione IMI 2017 e 2020

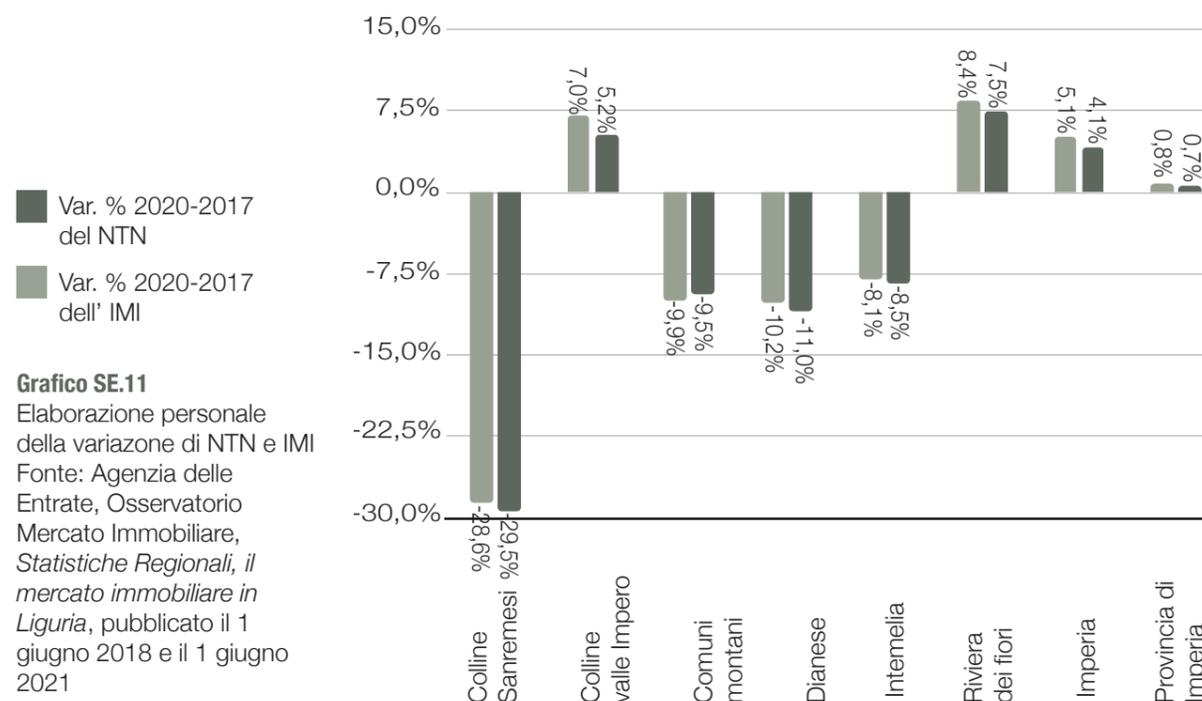


Grafico SE.11
Elaborazione personale della variazione di NTN e IMI
Fonte: Agenzia delle Entrate, Osservatorio Mercato Immobiliare, *Statistiche Regionali, il mercato immobiliare in Liguria*, pubblicato il 1 giugno 2018 e il 1 giugno 2021

Risulta anche necessario analizzare quelle che sono le quotazioni media immobiliari residenziali (€/mq) nella provincia di Imperia che registrano come variazioni tra il 2020 e il 2017 sempre valori negativi. Per quanto riguarda la media nella provincia in generale la variazione risulta essere del -1,8% passando quindi da 2.338 €/mq nel 2017 a 2.297 €/mq del 2020. Seguono questa tendenza tutte le macroaree segnatale dall'Agenzia delle Entrate con il dato peggiore registrato presso le Colline Sanremesi con il -2,7% che passano da 1.063 €/mq nel 2017 a 1.034 €/mq del 2020. I Comuni montani presentano una variazione del -2,1% (806 €/mq nel 2017 a 789 €/mq del 2020) e le Colline Valle Impero con l'-1,9% (1.161 €/mq nel 2017 a 1.139 €/mq del 2020) (Ved. Tabella e Grafico SE. 12).

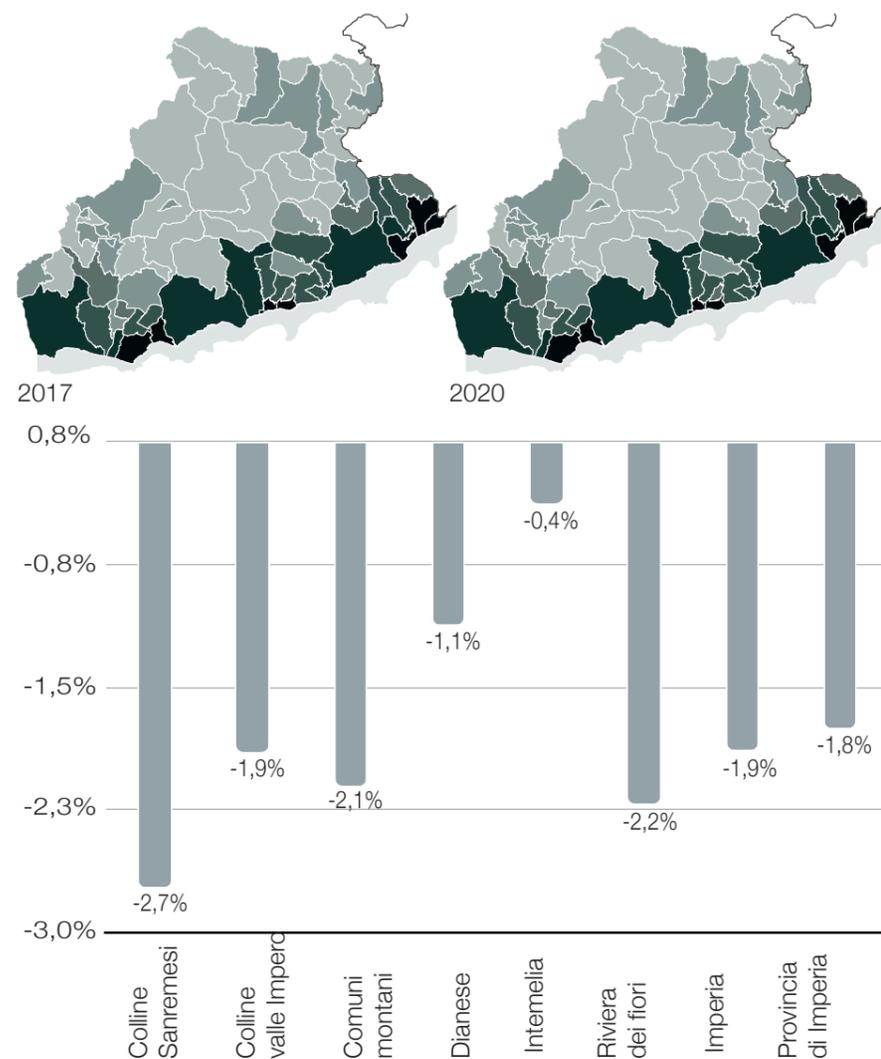


FIG. 4.41
Elaborazione personale distribuzione quotazione media (€/mq) 2017 e 2020 con valore medio nazionale =1

Grafico SE.12
Elaborazione personale della variazione delle quotazioni medie (€/mq) tra il 2017 e 2020. Fonte: Agenzia delle Entrate, Osservatorio Mercato Immobiliare, *Statistiche Regionali, il mercato immobiliare in Liguria*, pubblicato il 1 giugno 2018 e il 1 giugno 2021

Per quanto riguarda il **valore degli immobili** nella Provincia di Imperia, secondo l'ultimo dato analizzato di giugno 2021, il prezzo medio di vendita è di 2.751 €/mq e va da un minimo di 477 €/mq registrato a Pornassio ad un massimo di 3.856 €/mq registrato a Cervo. Come si osserva dalla figura 48 l'andamento della compravendita in provincia da marzo 2013 sino a giugno 2021 è nettamente crollato con una differenza di circa 1.100 €/mq (passando da 3.806 €/mq agli attuali 2.751 €/mq). Per quanto riguarda gli affitti, invece, sempre secondo gli ultimi dati analizzati, nella Provincia di Imperia la media è di 10,50 €/mq, passando da un minimo di 7,70 €/mq registrato nel comune

FIG. 4.42 (Dx)

Andamento delle vendite nella Provincia di Imperia

FIG. 4.43 (Sx)

Andamento degli affitti nella Provincia di Imperia

Fonte: Immobiliare.it
Giugno 2021

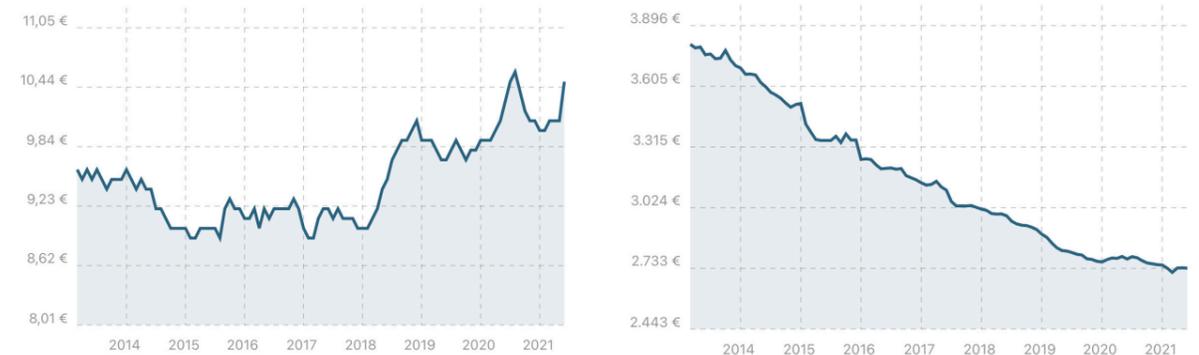
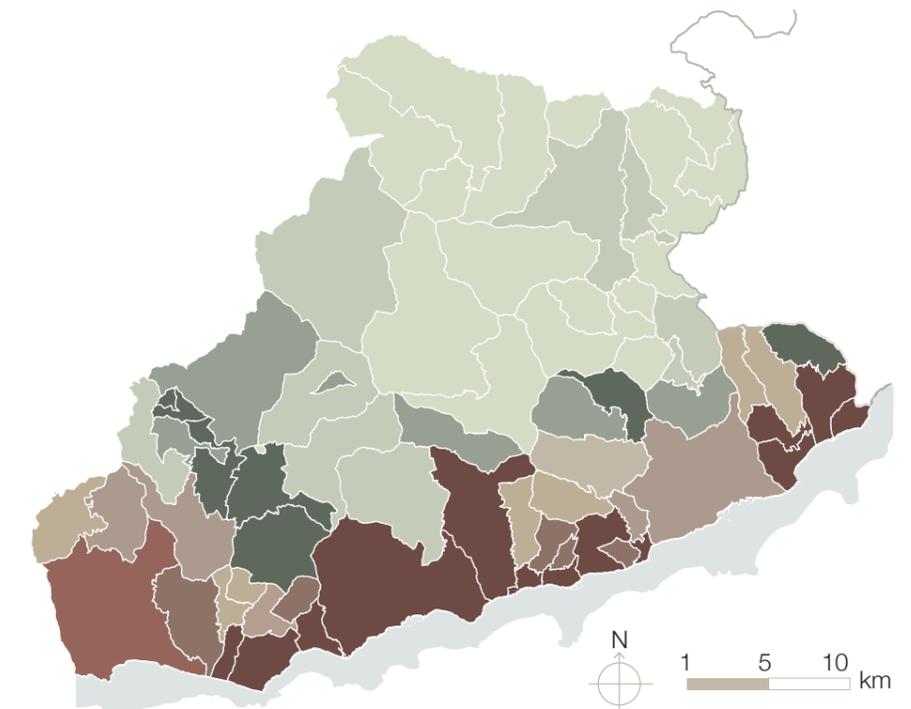


FIG. 4.44

Elaborazione personale della distribuzione dei prezzi di vendita nella provincia di Imperia

Fonte: Immobiliare.it
Giugno 2021



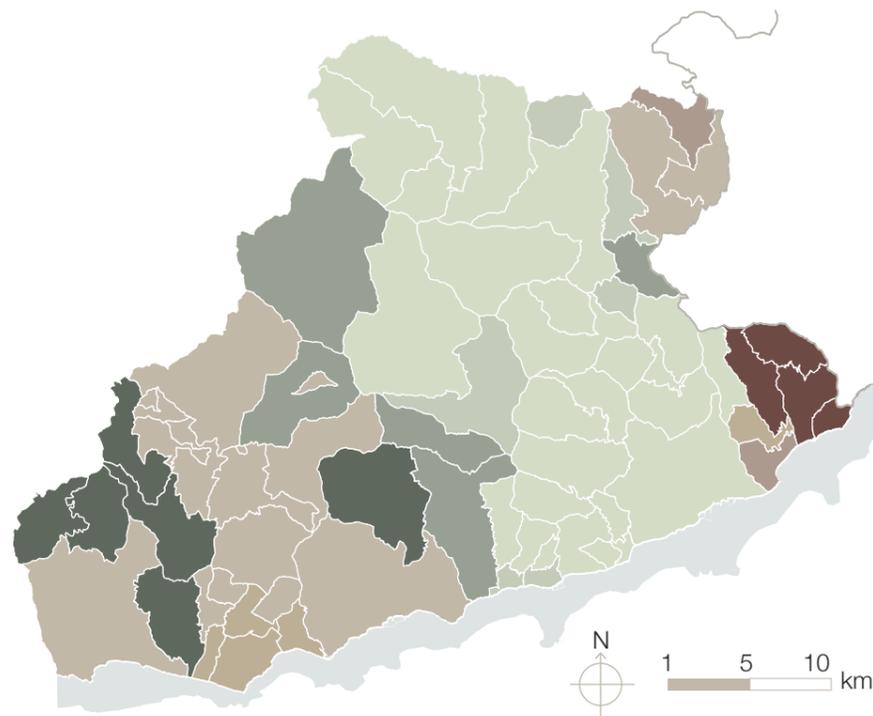


FIG. 4.45
Elaborazione personale della distribuzione dei prezzi di affitto nella provincia di Imperia
Fonte: Immobiliare.it
Giugno 2021

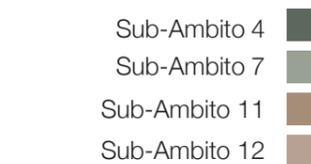
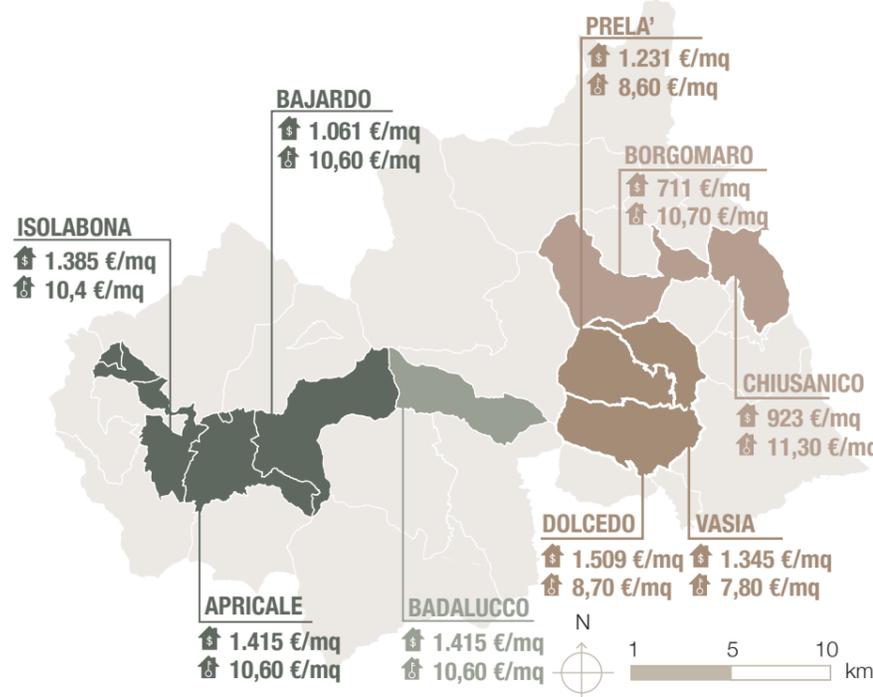


FIG. 4.46
Elaborazione personale del costo al mq di vendita e di affitto nell'ambito, Giugno 2021
Fonte: Immobiliare.it

di Imperia mentre il prezzo massimo si registra a Cervo 16,70 €/mq al mese. Osservando la figura si osserva come i prezzi degli affitti vadano in controtendenza rispetto a quelli delle vendite in quanto da marzo 2013 a giugno 2021 sono aumentati nonostante vari cali e risalite, passando quindi da 9,60 €/mq a 10,50 €/mq. Analizzando in particolare modo i comuni dell'ambito si registra in media un prezzo alla vendita di 1.222 €/mq con il minimo a Borgomaro (711 €/mq) e il massimo a Dolcedo 1.509 €/mq, mentre in media per l'affitto nell'ambito si spende mensilmente 9,92 €/mq con il minimo registrato a Vasia (7,8 €/mq) e il massimo a Borgomaro (10,70 €/mq) (Ved. Figura ?). Se si osservano gli immobili presenti sul territorio e l'età di essi la maggior parte, in tutti i comuni, sono precedenti al 1918 infatti la maggior parte presentano ancora l'assetto originario medioevale. In confronto pochissimi sono gli edifici costruiti in seguito al 2000 tanto che ad Apricale a Bajardo non sono presenti (Ved. Tabella e Grafico SE.13). Per quanto riguarda il numero dei locali degli edifici la maggior parte dei comuni presentano 4 stanze come Apricale, Prelà, Vasia, Dolcedo, Borgomaro e Chiusanico; mentre gli edifici a Badalucco la maggior parte presentano 3 stanze e Bajardo, invece, presenta 2 locali (Ved. Tabella e Grafico SE.14). Infine, per quanto riguarda il numero dei piani la maggior parte dei comuni, in totale sei, presenta edifici a 2 piani mentre gli altri comuni sono a 3 piani (Ved. Tabella e Grafico SE.15).

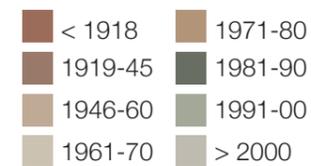
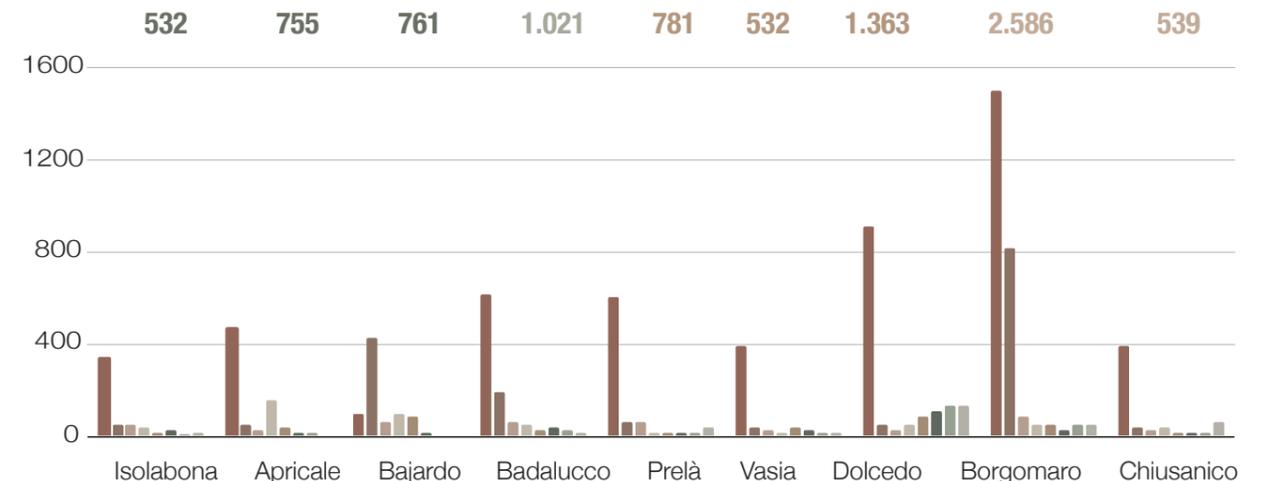


Grafico SE.13
Elaborazione personale dell'età immobiliare nell'ambito, Giugno 2021
Fonte: Immobiliare.it



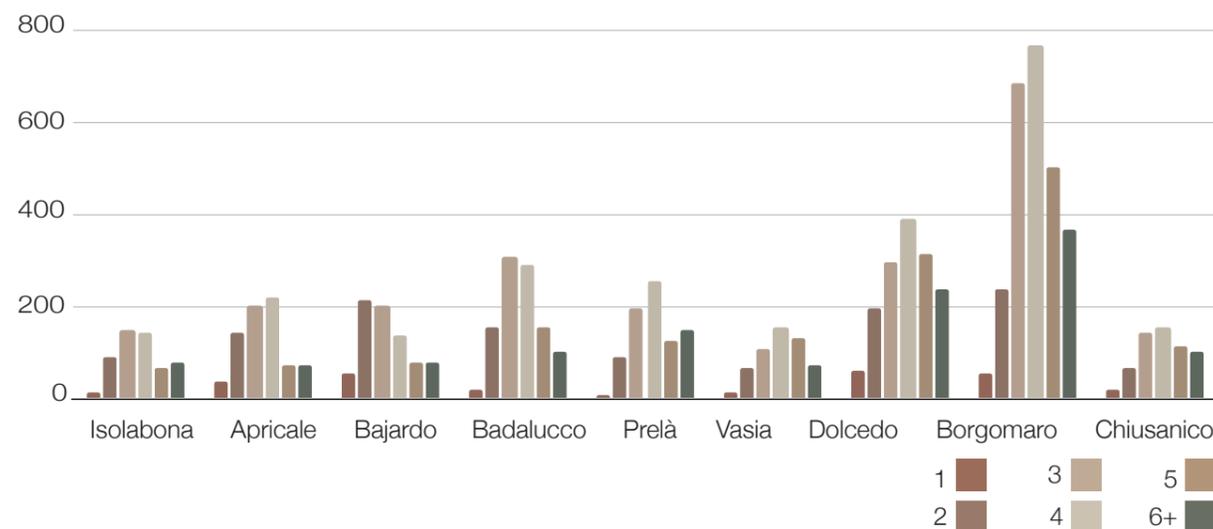


Grafico SE.14
Elaborazione personale del numero di locali nell'ambito, Giugno 2021
Fonte: Immobiliare.it

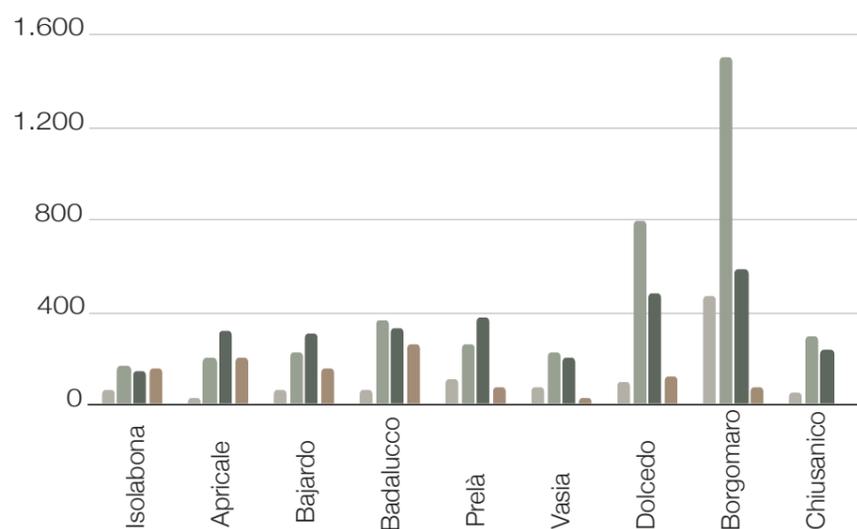


Grafico SE.15
Elaborazione personale del numero di piani dell'ambito, Giugno 2021
Fonte: Immobiliare.it

Per avere una visuale più completa sul mercato immobiliare risulta necessario analizzare, oltre al comparto residenziale, anche quello commerciale in base agli ultimi dati disponibili (il II semestre del 2020) e per comodità e comparazione esaustiva vengono presi in considerazione gli edifici nella zona B1, ovvero quella centrale del centro storico in quanto è quella presente in tutti i comuni. Per quanto riguarda i locali commerciali si dividono in magazzini e in negozi, la prima categoria, nei comuni dell'ambito, mediamente per il valore di locazione si riscontrano 683 €/mq di cui il comune che presenta il valore minore è Vasia (523 €/mq) mentre

Grafico SE.16
Elaborazione personale del costo medio del valore di mercato e del valore di locazione dei locali commerciali, II semestre 2020
Fonte: agenziaentrate.gov.it

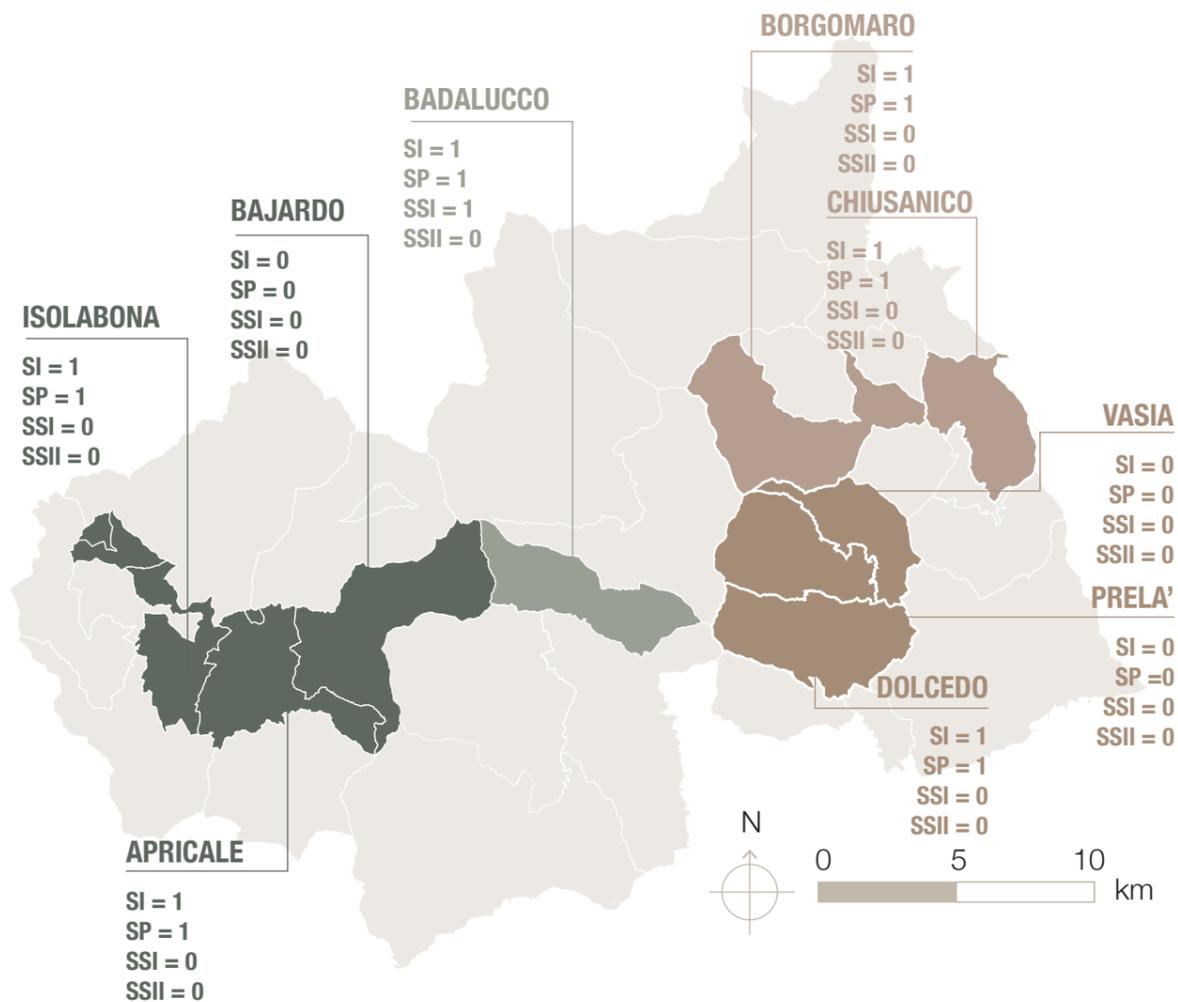
| Comuni | Magazzini | | Negozi | |
|------------|---------------------------|-----------------------------|---------------------------|-----------------------------|
| | Val. mercato medio (€/mq) | Val. locazione medio (€/mq) | Val. mercato medio (€/mq) | Val. locazione medio (€/mq) |
| Isolabona | 710 | 3,3 | 850 | 3,8 |
| Apricale | 595 | 2,6 | 755 | 3,6 |
| Bajardo | 488 | 2,1 | 1.325 | 5,2 |
| Badalucco | 995 | 4,6 | 1.400 | 5,9 |
| Prelà | 608 | 2,6 | 800 | 3,8 |
| Vasia | 523 | 2,5 | 655 | 3,1 |
| Dolcedo | 1.025 | 4,8 | 1.250 | 5,4 |
| Borgomaro | 493 | 2,3 | 635 | 3,1 |
| Chiusanico | 710 | 3,3 | 965 | 4,1 |

il come che presenta il valore maggiore è Dolcedo (1.025 €/mq); mentre la media per il valore di locazione si aggira attorno a 3,1 €/mq con il comune che presenta il valore minore è Bajardo (2,1 €/mq) mentre il valore maggiore è presente a Dolcedo (4,8 €/mq). Per quanto riguarda la seconda categoria invece la media del valore di mercato si aggira attorno a 959 €/mq con il comune che presenta il maggior valore Badalucco (1.400 €/mq) mentre il minore Borgomaro (635 €/mq), mentre per il valore di locazione medio si aggira su 4,2 €/mq, in modo egualitario i comuni che presentano le cifre minori sono Borgomaro e Vasia (3,1 €/mq) mentre il maggiore si registra a Badalucco (5,9 €/mq) (Ved. Tabella SE.16).

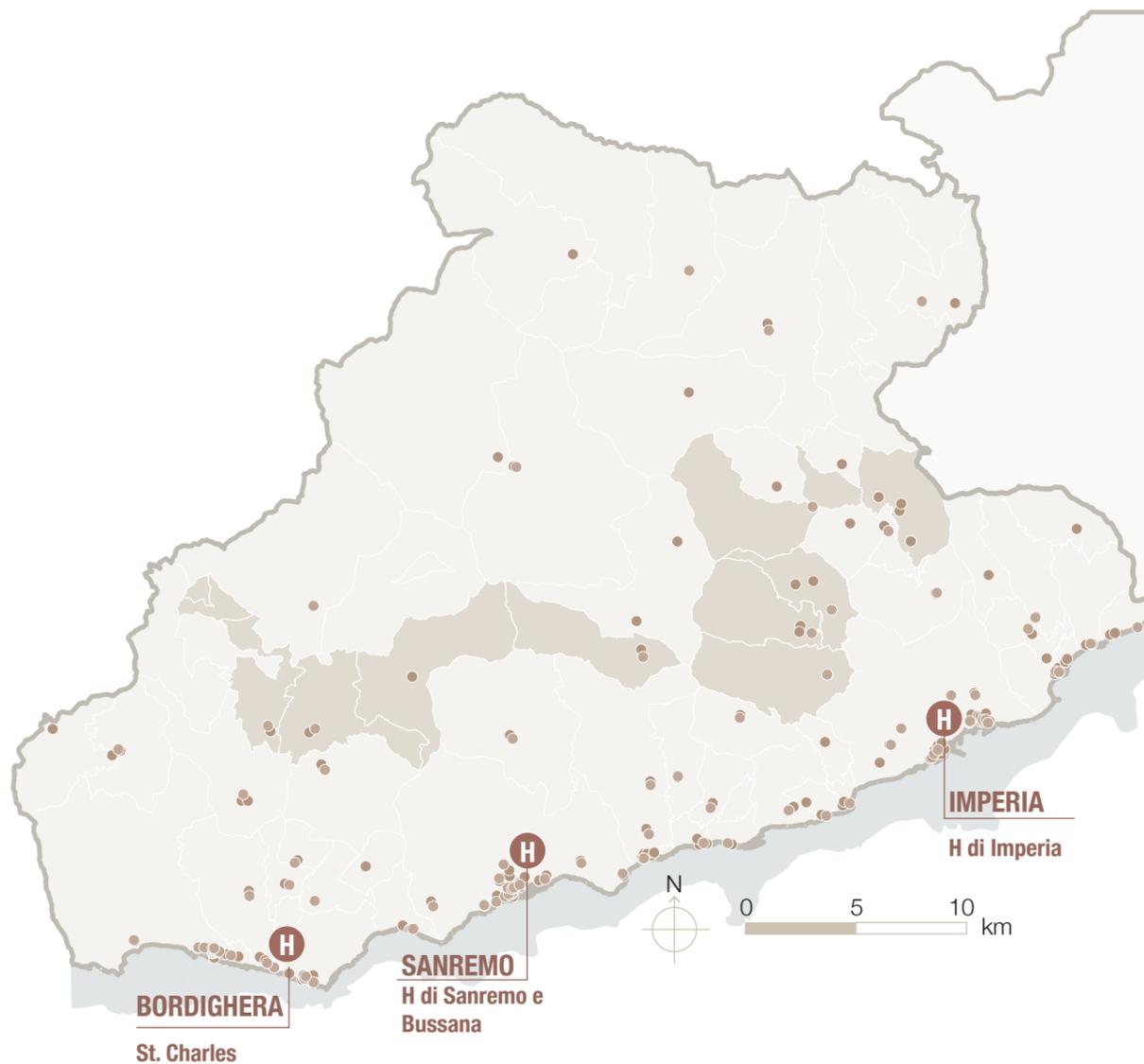
Essenziale per avere un quadro complesso sull'ambito è quello di analizzare i servizi presenti nei comuni dell'ambito. In primis si analizzano le scuole, che nella Provincia risultano essere maggiormente sviluppate sulla costa mentre quelle sul territorio analizzato risultano essere nella maggior parte dei casi scuole dell'infanzia (dai 3 ai 6 anni) e scuole primarie (dai 6 agli 11 anni) infatti queste si trovano a Isolabona, Apricale, Dolcedo, Chiusanico e Borgomaro. Vi sono invece dei comuni all'interno dell'ambito che non presentano alcun tipo di istituto di formazione come Bajardo, Prelà e Vasia mettendo in luce quindi un problema allarmante, ovvero il doversi spostare a tutti i costi mediante un mezzo proprio, in quanto si sono precedentemente osservate le difficoltà legate al trasporto pubblico nell'entroterra (Ved. 4.4) e quindi rendendo sempre meno vivibile il comune da parte della popolazione.

FIG. 4.47
Elaborazione personale
delle scuole presenti
nell'ambito
Fonte: tuttiitalia.it

- LEGENDA:
- Sub-Ambito
 - Sub-Ambito
 - Sub-Ambito 11
 - Sub-Ambito 12
 - Scuola dell'infanzia **SI**
 - Scuola primaria **SP**
 - Scuola secondaria di I grado **SSI**
 - Scuola secondaria di II grado **SSII**



Unica eccezione è Badalucco che presenta sia una scuola dell'infanzia, una primaria e una secondaria di I grado ma, come si può osservare, in nessun comune sono presenti scuole secondarie di II grado, le quali si collocano essenzialmente nei comuni costieri costringendo quindi gli studenti a doversi muovere riscontrando numerosissime difficoltà. Come precedentemente illustrato le problematiche maggiori legate a questa mancanza di servizio potrebbero essere lo spopolamento da parte degli abitanti in favore di un comune con più scuole e quindi più servizi essenziali e soprattutto la difficoltà di raggiungere scuole secondarie di I e II grado in quanto i mezzi pubblici sono circa ogni 3h e ad orari prestabiliti infatti questo spesso costringe genitori e studenti di dotarsi di mezzi propri. Altro servizio essenziale che deve essere garantito alla popolazione è la sanità ed è stato preferibile analizzarla a livello provinciale in quanto la ASL 1 Imperiese comprende tutto il territorio provinciale. Come si può osservare dalla Fig. 53 in tutta la provincia di Imperia sono presenti solamente tre ospedali situati lungo la costa comportando delle difficoltà di raggiungimento da parte di coloro che vivono nell'entroterra infatti se si prendono sotto esame i comuni dell'ambito mediante mezzi privati si riesce a stare entro i 30 minuti per raggiungere il punto ospedaliero più vicino mentre con i mezzi pubblici difficilmente si riesce a rimanere entro l'ora. Per quanto riguarda invece le farmacie sono ben distribuite sul territorio, in particolar modo si sviluppano sulla costa dove la popolazione è maggiore rispetto all'entroterra, ma soprattutto nell'ambito analizzato infatti quasi tutti i comuni ne possiedono almeno una fatta eccezione per Bajardo e Chiusanico dai quali bisogna necessariamente spostarsi per comprare medicinali. Nota positiva invece deve essere fatta per i vari studi, infatti essi risultano essere ben posizionati sul territorio e ovviamente vale la medesima regola delle farmacie con una maggiore concentrazione nei comuni costiera per la presenza di più residenti ma questo accade anche nei comuni dell'ambito in quanto si trova almeno uno studio medico in ogni comune rendendo meno difficoltoso, in particolar modo per i numerosi anziani residenti,



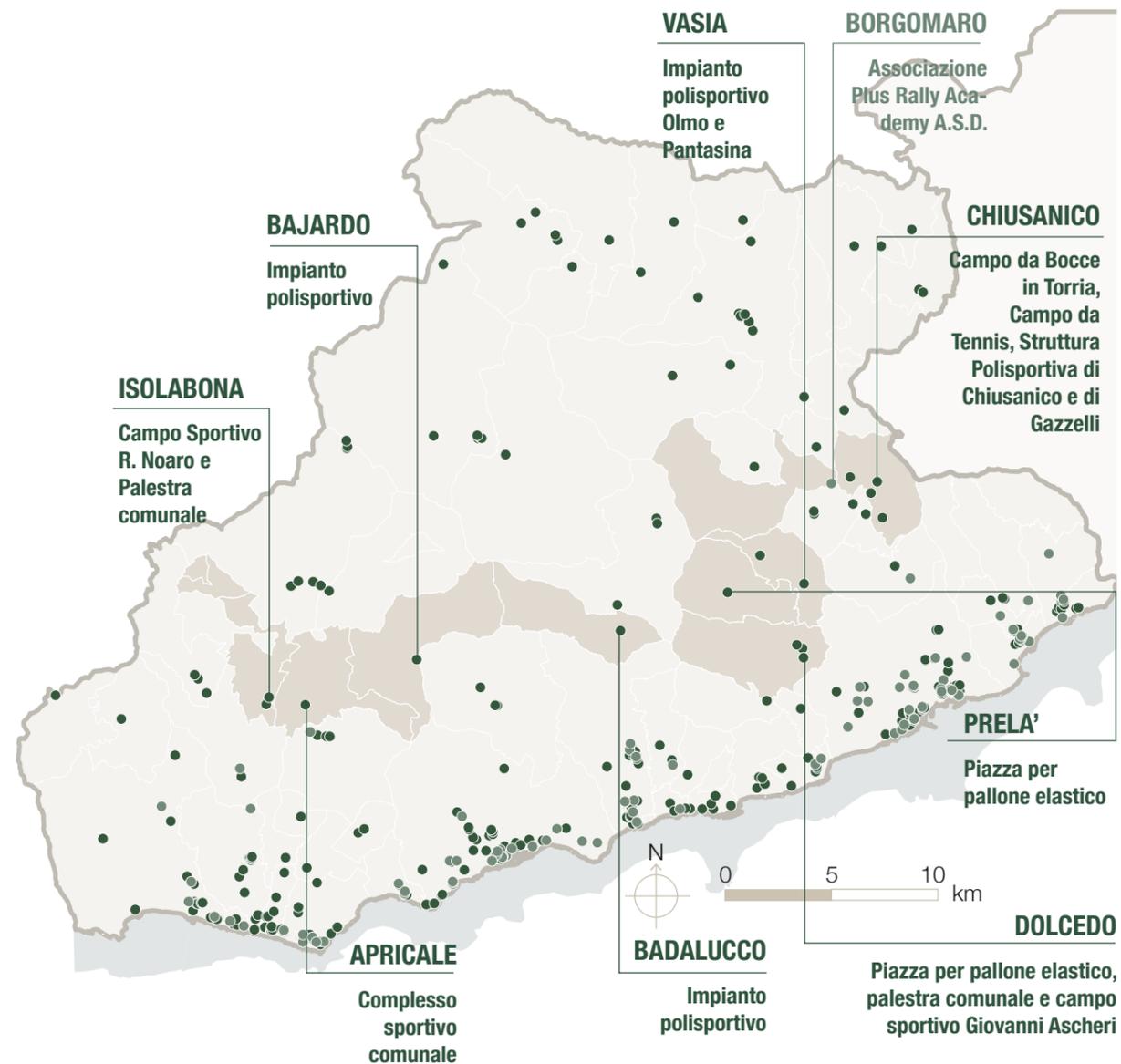
reperire immediate cure da parte di un dottore. Ulteriore servizio da analizzare è quello riguardante gli impianti sportivi e le associazioni che vi militano, infatti come si può osservare dalla figura 54 questi si presentano ben distribuiti su tutto il territorio ed in particolar modo sulla costa dove osservare strutture o associazioni risulta più facile in quanto la popolazione è più numerosa. Nota positiva è che nei comuni dell'ambito è presente almeno un centro sportivo fatta eccezione esclusivamente per Borgomaro, che presenta unicamente un'associazione. Questo significa che i comuni dell'ambito presentano tale servizio di cui vanno verificate le condizioni.

LEGENDA:

- Studi medici ●
- Farmacie ●
- Ospedali H

FIG. 4.48

Elaborazione personale dei presidi sanitari presenti nella provincia di Imperia e nell'ambito identificato
Fonte: geoportal.regione.liguria.it



LEGENDA:

- Impianti sportivi
- Associazioni e società sportive

FIG. 4.49

Elaborazione personale degli impianti sportivi presenti nella provincia di Imperia e nell'ambito
Fonte: geoportal.regione.liguria.it

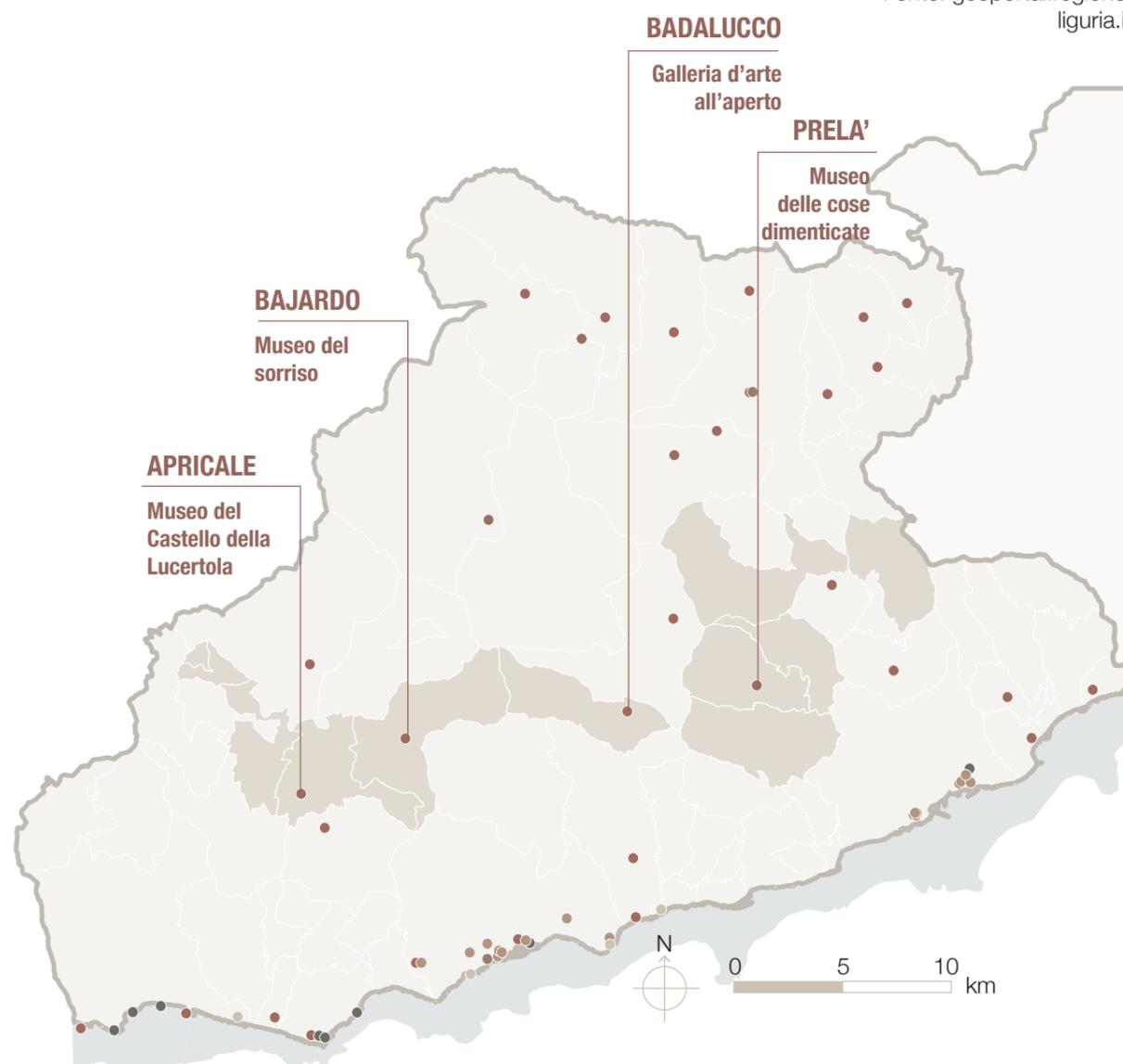
Ultimo elemento da analizzare sono i servizi culturali, presenti in Fig. 55, come biblioteche, musei, teatri ecc.. che la provincia offre i quali si situano principalmente sulla costa, come gli altri servizi che si sono precedentemente analizzati, principalmente nei comuni di Ventimiglia, Sanremo e Imperia in quanto poli attrattivi della provincia imperiese. Analizzando nel dettaglio ciò che accade nei comuni dell'ambito preso in esame solo quattro presentano un servizio culturale, ovvero un museo, mentre gli altri poli nessun servizio.

Quindi, oltre a tale attrattività, dal punto di vista culturale non sono presenti ulteriori centri costringendo sia l'abitante che il fruitore temporaneo del territorio a doversi spostare per poter usufruire di tali servizi e come si è già largamente osservato questo comporta uno spostamento mediante l'utilizzo di un mezzo privato in quanto risulta difficoltoso utilizzare mezzi pubblici data la scarsa frequenza e l'orario in cui il servizio si interrompe, solitamente attorno alle 19-20 mediante l'ultima corsa.

LEGENDA:

- Musei ●
- Teatri ●
- Giardini ●
- Biblioteche ●
- Siti Archeologici ●

FIG. 4.50
 Elaborazione personale
 dei poli culturali presenti
 nella provincia di Imperia e
 nell'ambito identificato
 Fonte: geoportal.regione.
 liguria.it

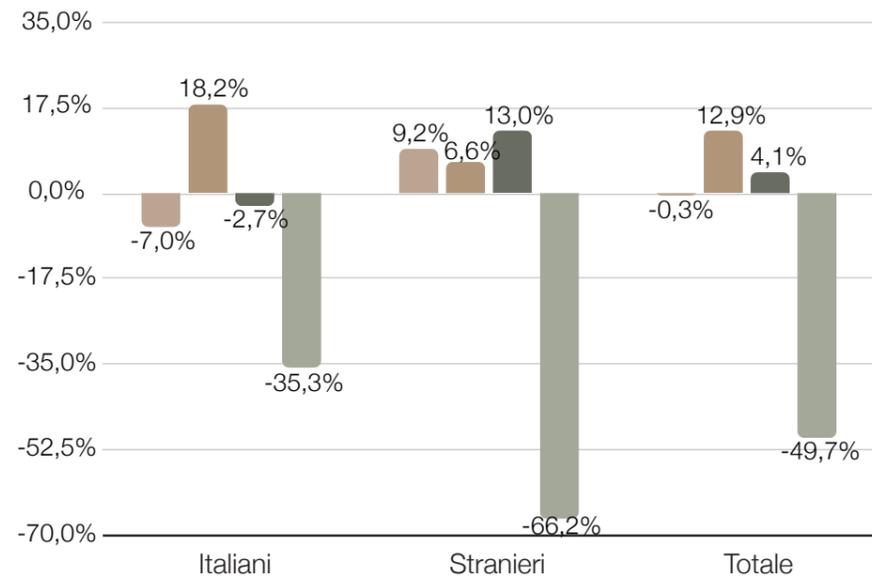


L'analisi sul turismo rappresenta un importantissimo tassello sia per la ricerca che si sta effettuando sia per l'importanza che ha nella Regione, ma soprattutto nella Provincia di Imperia quindi si andranno ad approfondire più aspetti per capirne al meglio la sua importanza.

4.9.1_ Analisi del movimento turistico nella Provincia di Imperia

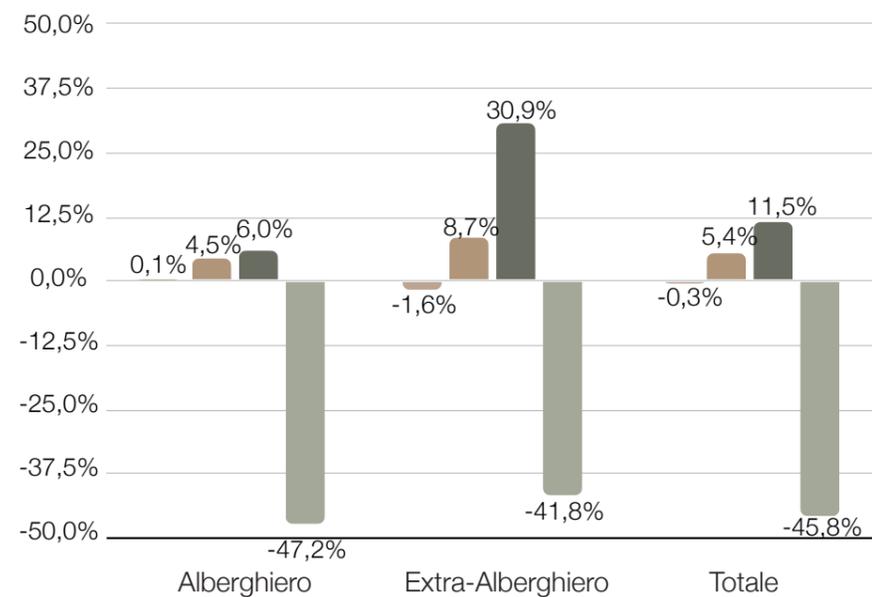
Il primo punto necessario da analizzare è il movimento turistico della Provincia di Imperia in quanto i dati a disposizione dei singoli comuni presi in esame dell'ambito non risultano essere disponibile probabilmente per le loro ridotte dimensioni. Sono stati analizzati i report del 2012,2013,2015,2017 e 2020 forniti dall'Osservatorio Turistico Regionale sia per capire come si siano modificati i flussi nel corso degli anni, interessati dai Piano Triennali del Turismo in Liguria (Ved. 3.1), sia per capire che cosa sia cambiato in seguito alla pandemia da Covid-19 nel 2020. In particolare si sono analizzati gli arrivi e le presenze dei turisti in generale, all'interno del comparto alberghiero e extra e in base alla provenienza, in particolare italiana in quanto i dati degli stranieri ci sono forniti solo per il 2017-2020. Analizzando gli arrivi in generale si osserva come si parta mediante un dato relativamente negativo per poi avere un picco nella variazione del 2015-2013 e calare in quella del 2017 pur rimanendo positiva, con il drastico calo della variazione del 2020 raggiungendo quasi un dato di arrivi del -50%. Il calo meno grave proviene dal flusso di turisti Italiani con il -35,3% mentre quello peggiore dagli stranieri con il -66,2% (Ved. Grafico e Tabella MTI.1). Per quanto riguarda gli arrivi nelle strutture di soggiorno si può osservare una situazione più omogenea tra le categorie analizzate infatti osservando il grafico MTI.2 si osserva come i dati partano spesso con numeri leggermente negativi per poi diventare positivi e raggiungere il picco di variazione positiva nel 2017 per poi registrare un crollo netto nel 2020 con il settore extra-alberghiero lievemente meno colpito, -41,8%, rispetto a quello alberghiero, -47,2% (Ved. Grafico Tabella MTI.2). In media quindi gli arrivi in Provincia di Imperia nel 2020 sono diminuiti esattamente della metà rispetto al 2017 passando da quasi

5 milioni di arrivi a circa 2,5 milioni. In media quindi gli arrivi nel 2020 sono diminuiti quasi della metà rispetto al 2017 passando da circa 890 migliaia di arrivi a circa 450 migliaia.



Var. % 2013-2012
 Var. % 2013-2015
 Var. % 2017-2015
 Var. % 2020-2017

Grafico MTI.1
 Elaborazione personale della variazione percentuale degli arrivi in provincia di Imperia negli anni presi in esame
 Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Movimento turistico 2012,2013,2015,2017 e 2020



Var. % 2013-2012
 Var. % 2013-2015
 Var. % 2017-2015
 Var. % 2020-2017

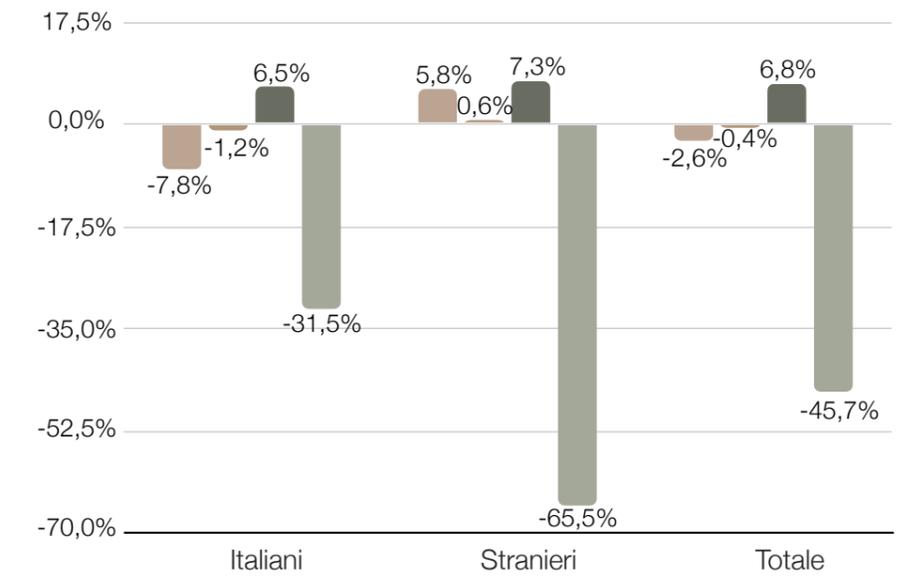
Grafico MTI.2
 Elaborazione personale della variazione percentuale degli arrivi nelle strutture di Imperia negli anni presi in esame
 Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Movimento turistico 2012,2013,2015,2017 e 2020

Osservando invece le **presenze** si nota come in questo caso la variazione percentuale migliore si sia registrata nel 2017 per poi avere un crollo nel 2020. Il crollo meno grave si registra, come nel caso precedente, per gli Italiani con il -31,5% rispetto all'anno precedente preso in analisi, mentre le presenze degli stranieri registrano un calo

considerabile infatti va ben oltre la metà con il -65,5% (Ved. Grafico e Tabella MTI.3). Il medesimo discorso si ripete quando si tratta delle presenze nelle strutture con il dato migliore registrato nella variazione del 2017 e un crollo netto nel 2020 con il settore extra-alberghiero meno colpito, -34,4%, rispetto a quello alberghiero, -49,1% (Ved. Grafico e Tabella MTI.4). Le presenze totali risultano avere una variazione percentuale relativamente minore rispetto agli arrivi infatti registrano il -43,3% passando da circa 3,2 milioni di presenze nel 2017 a circa 1,8 milioni nel 2020.

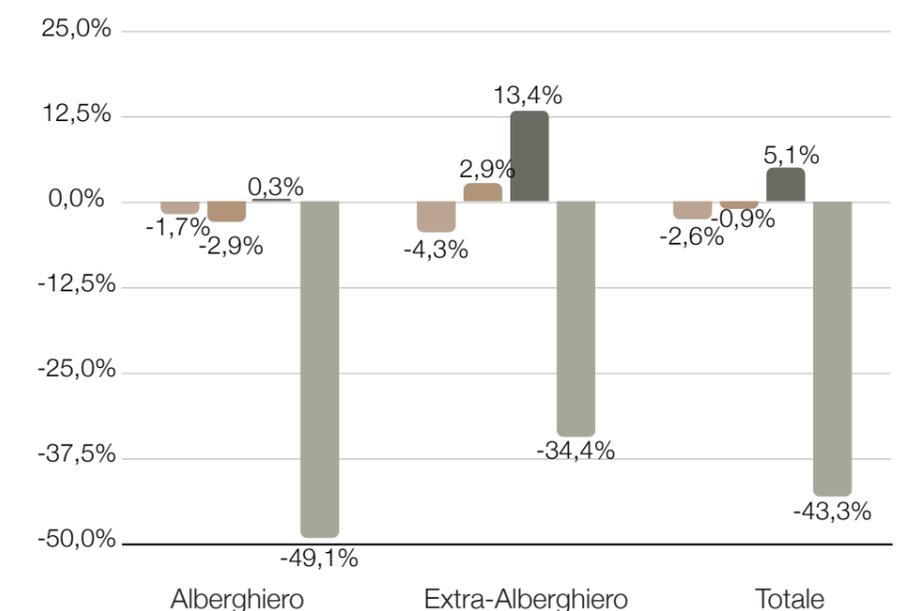
Var. % 2013-2012
 Var. % 2013-2015
 Var. % 2017-2015
 Var. % 2020-2017

Grafico MTI.3
 Elaborazione personale della variazione percentuale delle presenze in provincia di Imperia negli anni presi in esame
 Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Movimento turistico 2012,2013,2015,2017 e 2020



Var. % 2013-2012
 Var. % 2013-2015
 Var. % 2017-2015
 Var. % 2020-2017

Grafico MTI.3
 Elaborazione personale della variazione percentuale delle presenze nelle strutture di in provincia di Imperia negli anni presi in esame
 Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Movimento turistico 2012,2013,2015,2017 e 2020



4.9.2_ Analisi del turista che visita la Provincia di Imperia

Nota metodologica

In seguito si è deciso di analizzare la tipologia di turista che visita la provincia e capire le sue preferenze e abitudini. Questa analisi, tratta dal documento *Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria* redatto dell'Osservatorio Turistico Regionale della Liguria con la collaborazione della Camera di Commercio di Genova, la Camera di Commercio della Riviera di Liguria (Imperia, La Spezia, Savona) e Unioncamere Liguria, necessita di una premessa metodologica. Le indagini, quindi, hanno previsto una consultazione della medesima tipologia di documenti in differenti anni e si è giunti alla conclusione di riportare solamente quelle del 2019. Si è presa questa decisione in primo luogo perchè risulta essere l'ultimo documento pubblicato e quindi quello più recente e veritiero rispetto alla tipologia di turista che proviene in Provincia e in secondo luogo perchè una comparazione con gli altri presi in considerazione (coincidono con i piani Triennali del Turismo; 2012, 2013, 2015, 2017 e 2020) non sarebbe stata possibile in quanto presentano dati che si riferiscono a momenti stagionali in un anno differenti e le categorie analizzate spesso non sono le medesime o non risultano essere presenti. Quindi per quanto riguarda l'identikit del turista che visita la Provincia di Imperia, il grado di soddisfazione e la spesa che esegue sul territorio si è preso come riferimento solo il report del 2019 in modo da capire chi sia, cosa preferisca e quali siano le attività che svolge il turista una volta sul territorio in tempi più recenti. Mentre, per quanto riguarda la misurazione dell'impatto economico del turismo sul territorio, è stato possibile eseguire una comparazione con l'anno 2017, e quindi osservare il cambiamento in base all'inizio del Piano Turistico Triennale, e il 2019 in quanto non è presente il report del 2020 quindi rappresenta l'ultimo documento pubblicato. Non è stato possibile compararli con gli altri anni precedenti per le motivazioni già precedentemente citate. Inoltre il documento tratta dell'intera provincia e non dei singoli comuni.

Il turista che visita la regione

Il turista che giunge in Provincia ha origini prevalentemente italiane con il 56,3% e risulta essere un turista abituale in quanto il 97,7% dichiara di aver già visitato la regione e le principali regioni da cui proviene sono, in ordine, Piemonte 44,8%, Lombardia 40,2% e, in maniera nettamente minore dalla Liguria stessa 5,2%. Il turista straniero rappresenta, invece, il 43,7% e, anch'esso, risulta essere un cliente abituale con il 66,7% di turisti che hanno in precedenza già visitato la provincia anche se in maniera nettamente minore al turista proveniente dall'Italia. Con dati molto simili gli stati di maggior provenienza del turista straniero sono Germania 25,9%, Svizzera 23,3% e Francia 22,5% seguiti, seppur in maniera minore, da Paesi Bassi 5%, ed eguagliandosi Austria, Regno Unito e Russia con il 3,3%. (Ved Grafici TI.1, TI.2, TI.3 e TI.4)



Grafico TI.1 (Sx)

Elaborazione personale della percentuale della provenienza del turista

Grafico TI.2 (Dx)

Elaborazione personale della percentuale di turisti che hanno già visitato la Provincia di Imperia

Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, *Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria*, dicembre 2019

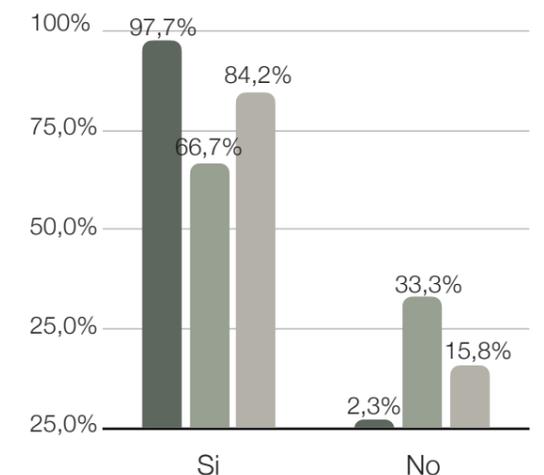
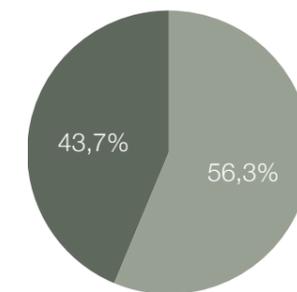


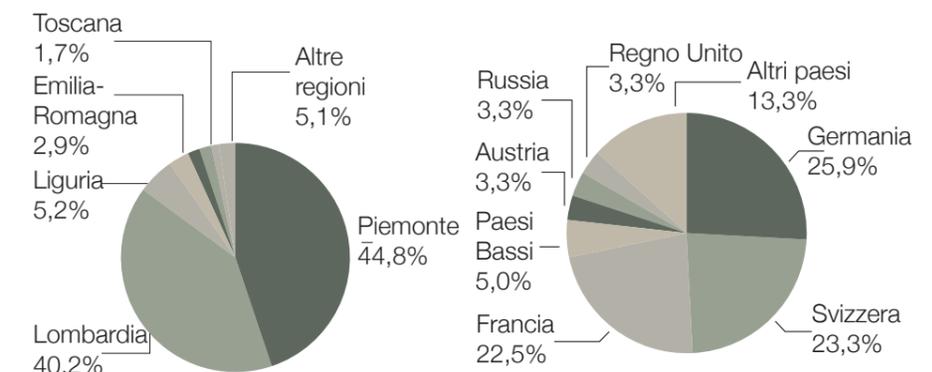
Grafico TI.3 (Sx)

Elaborazione personale della percentuale per regione di provenienza

Grafico TI.4 (Dx)

Elaborazione personale della percentuale per paese di provenienza

Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, *Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria*, dicembre 2019



Il turista italiano che visita la provincia d'Imperia ha un'età compresa nella fascia 41-50 anni con il 28% e poco al di sotto nella fascia 31-40 con il 26% eguagliandosi quasi, mentre il turista straniero rientra prevalentemente nella fascia di età tra i 41-50 anni con il 40% quasi eguagliandosi invece la fascia tra i 51-60 anni (18,3%) e la fascia 31-40 (17,5%) (Ved. Grafico TI.5). Osservando i maggiori fruitori in provincia di Imperia si osserva che il gruppo di soggiorno più cospicuo sia per gli italiani (59,8%) che per gli stranieri (54,2%) sono le famiglie seguite in maniera minore dalle coppie (Italiani: 28,2% e stranieri: 35%) (Ved. Grafico TI.8). La maggior parte dei turisti che giunge in provincia di Imperia ha un impiego stabile infatti per gli

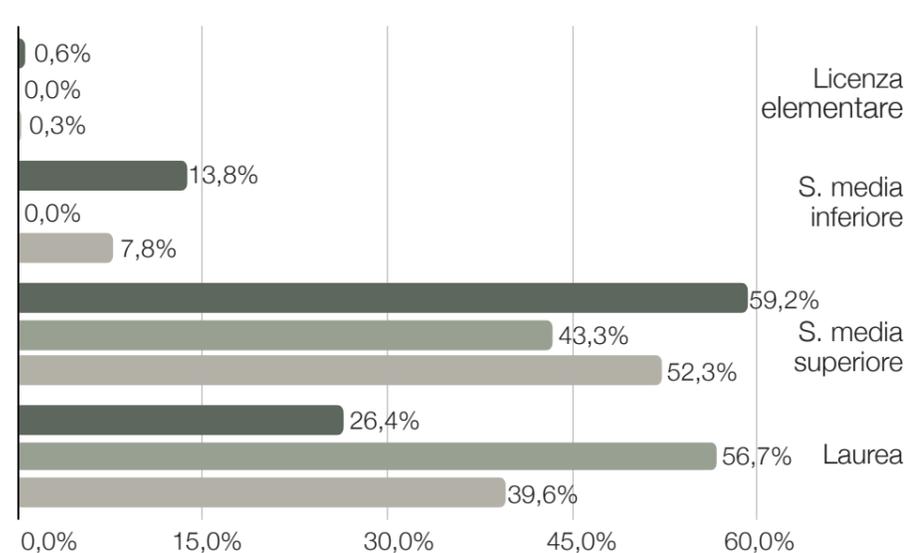
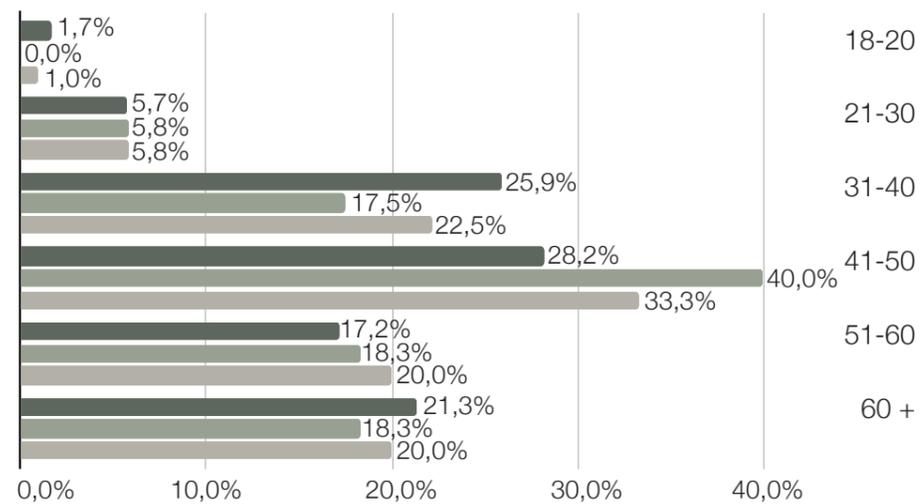


Grafico TI.5 (Sopra)
Elaborazione personale della percentuale dell'età del turista
Grafico TI.6 (Sotto)
Elaborazione personale della percentuale del livello di scolarizzazione
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

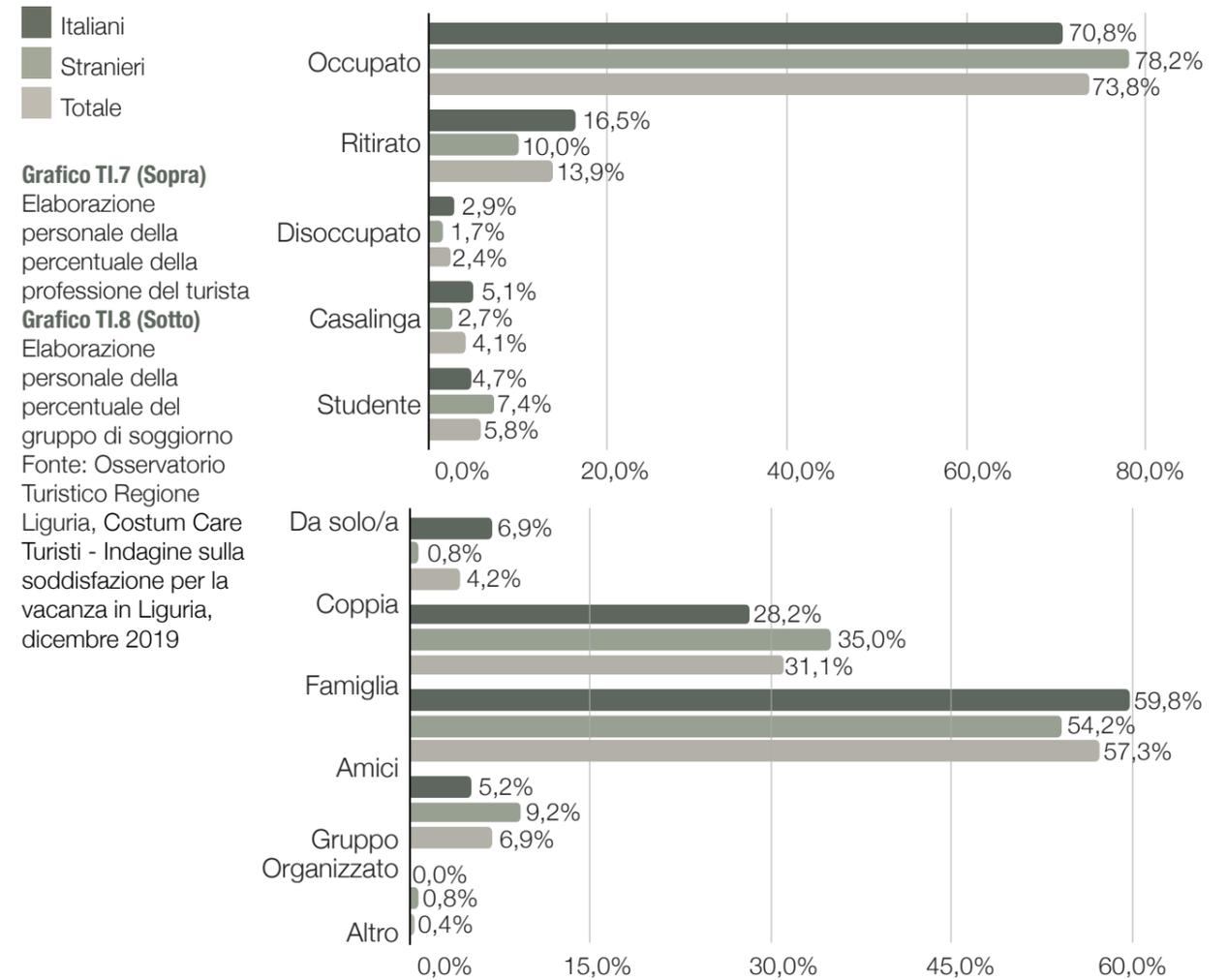


Grafico TI.7 (Sopra)
Elaborazione personale della percentuale della professione del turista
Grafico TI.8 (Sotto)
Elaborazione personale della percentuale del gruppo di soggiorno
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

Italiani vediamo il 70,8% mentre per gli stranieri il 78,2% (Ved. Grafico TI.7). Infine, per quanto riguarda i dati sul titolo di studio notiamo una differenza tra gli Italiani e gli stranieri, infatti per la prima categoria risulta maggiore il dato del diploma di scuola media superiore (59,2%) e inferiore quello dell'acquisizione di una laurea (26,4%); mentre per la seconda categoria si osserva la situazione inversa (laurea: 56,7%; scuola media superiore: 43,3%) (Ved. Grafico TI.6). Quindi l'identikit del turista medio ha tra i 41-50 anni (33,3%), il gruppo di soggiorno più numeroso sono le famiglie (57,3%) e che il turista si colloca in una condizione di occupazione dal punto di vista del lavoro (73,8%) possedendo un titolo di studio pari alla scuola media superiore (52,3%).

Mezzi di trasporto

Il turista italiano raggiunge la provincia principalmente in auto, 92,0%, seguito dal treno con solo il 7,5%, mentre una volta raggiunta la meta il mezzo più utilizzato è a piedi con il 85,1% seguito dalla macchina/moto con il 60,9% e, in minor maniera con la bicicletta 29,9%. Il turista straniero raggiunge la provincia principalmente in auto con l'88,3%, seguito dall'aereo con l'11,7%, mentre una volta raggiunta la meta il mezzo più utilizzato è a piedi con l'81,7%, seguito dall'auto/moto con il 77,5%. Quindi nella provincia di Imperia il turista giunge principalmente in Auto/moto con il 90,4% denotando un sottoutilizzo degli altri mezzi, mentre per muoversi utilizza principalmente i piedi (83,6%), la macchina (68,2%) e, in maniera minore, la bicicletta (25,9%) (Ved. Grafico TI.9 e TI.10).

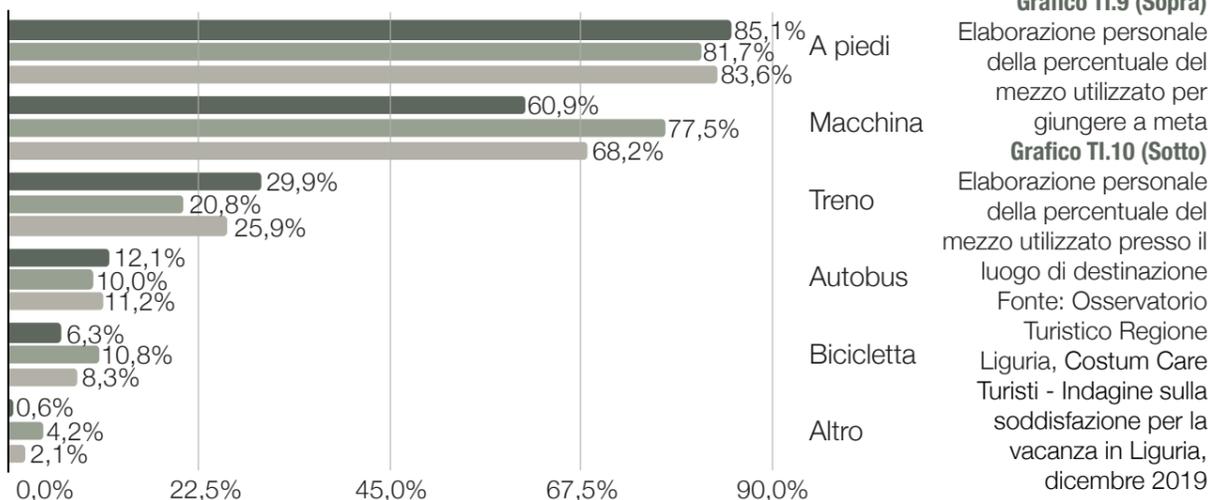
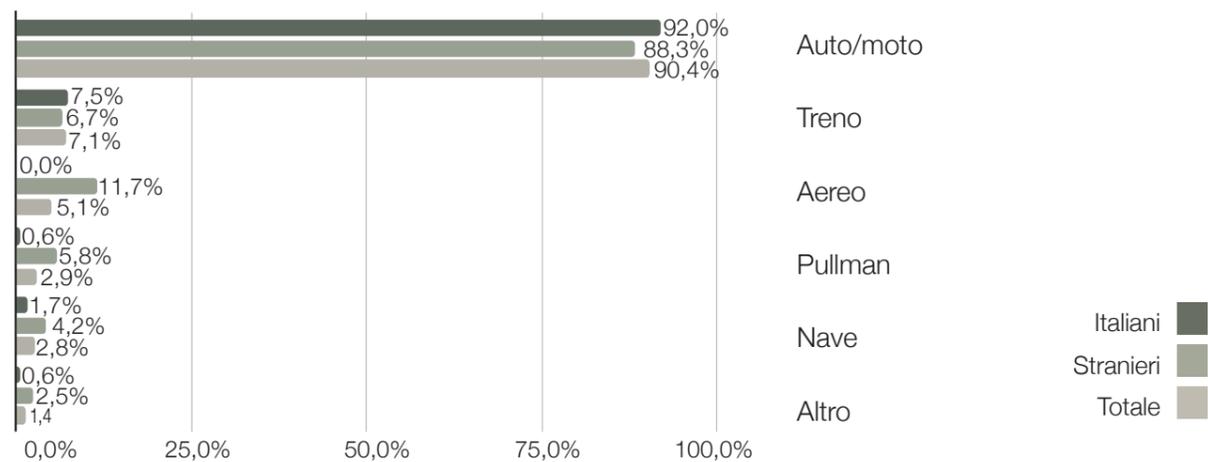


Grafico TI.9 (Sopra)

Elaborazione personale della percentuale del mezzo utilizzato per giungere a meta

Grafico TI.10 (Sotto)

Elaborazione personale della percentuale del mezzo utilizzato presso il luogo di destinazione

Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

Tipologia di alloggio

Il turista italiano preferisce alloggiare principalmente in case di proprietà (51,2%), seguito dal soggiorno presso appartamento in affitto (24,7%) seguito dall'alloggio in Hotel (10,3%) e dal soggiorno in B&B (5,7%). Mentre il turista straniero preferisce alloggiare principalmente negli Hotel (49,2%), seguito dall'utilizzo di case di proprietà (17,5%), da B&B (11,7%) e dagli appartamenti in affitto (10%). Quindi il turista, nella provincia di Imperia, predilige soggiornare in case di proprietà (36,5%), in hotel (27,3%) o in appartamenti in affitto (18,3%) (Ved. Grafico TI.11)

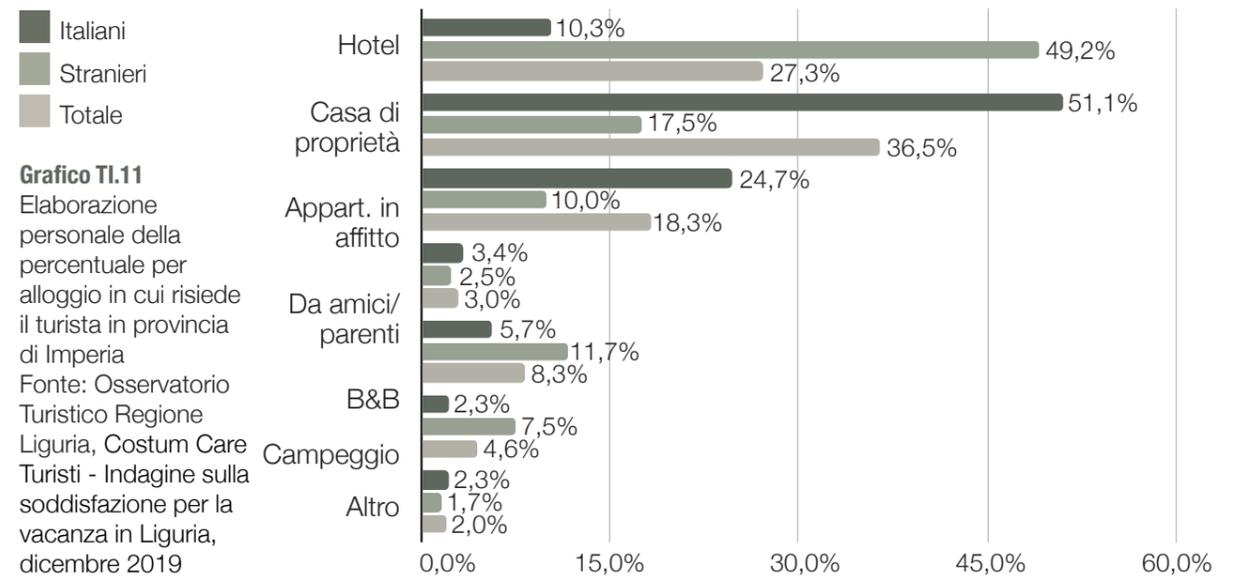


Grafico TI.11

Elaborazione personale della percentuale per alloggio in cui risiede il turista in provincia di Imperia
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

Canali di comunicazione per la scelta del soggiorno

Il turista italiano sceglie di soggiornare per conoscenze pregresse (94,3%), seguito da suggerimenti di amici e conoscenti (19,5%), da libri e guide turistiche (15,5%) e dalla sponsorizzazione mediante internet (14,9%). Il turista straniero invece predilige l'uso di internet (58,3%), poi per conoscenze pregresse (56,7%) seguito da libri e linee guida (33,3%) e dal suggerimento di amici e parenti (30,8%). Quindi il turista conosce l'offerta nella provincia di Imperia specialmente per conoscenze pregresse (77,8%), seguito da internet (33,9%) e in maniera ravvicinata dal suggerimento tra amici e parenti (24,5%) e libri e guide turistiche (23,3%) (Ved. Grafico TI.12).

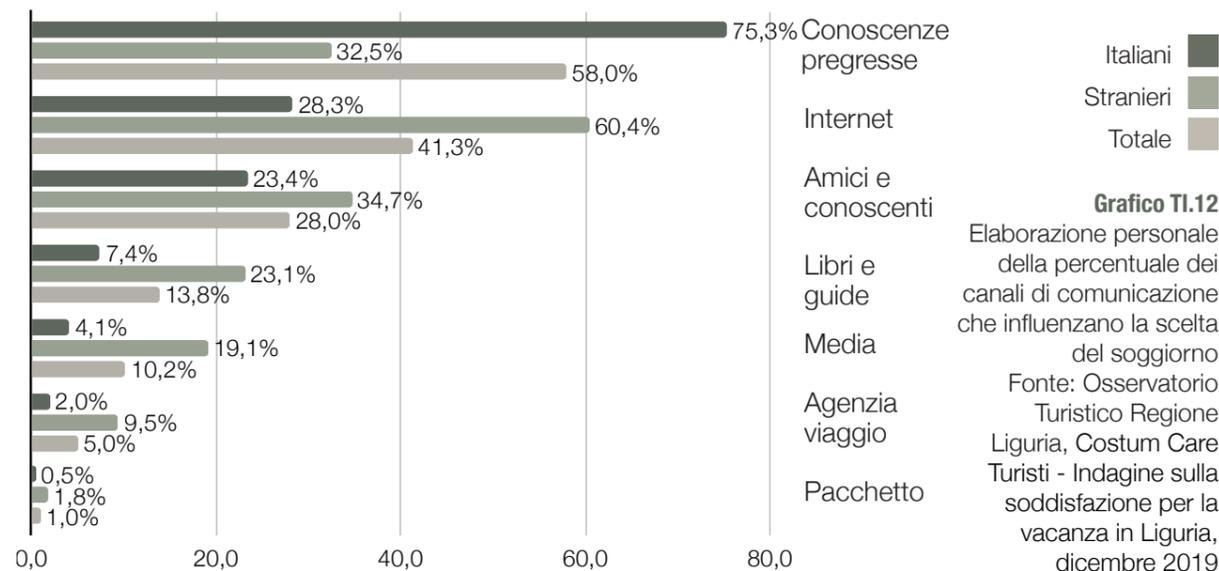


Grafico TI.12
Elaborazione personale della percentuale dei canali di comunicazione che influenzano la scelta del soggiorno
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

Tipologia e preferenza dei turisti

Il turista italiano sceglie come prodotto di destinazione principale, per giungere nella provincia di Imperia, le località balneari con il 96% seguito in percentuali sotto il 3% tutte le altre categorie. Le motivazioni che lo spingono a giungere sono principalmente il mare (77%) seguito dall'aver case o amici e parenti che possono ospitare (54,6%) e dalla campagna e montagna (26,4%). Una volta giunto a destinazione decide di visitare principalmente i centri storici (92%), seguite, in maniera molto ravvicinata, dalle spiagge (90,2%) seguito da parchi e aree protette (43,1%) e da musei (18,4%) Le maggiori attività svolte e predilette sono il relax (67,2%) e, molto ravvicinate tra loro, escursioni e gite (66,1%) seguito da eventi enogastronomici e folkloristici (37,9%), da sport in generale (28,7%) e dalla visita a musei, mostre e siti archeologici (23,6%). Il turista straniero sceglie come prodotto di destinazione principale, per giungere nella provincia di Imperia, le località balneari con l'89,2%. Le motivazioni che spingono il turista straniero a giungere a destinazione sono principalmente il mare (90%) seguito della visita alla campagna o montagna (51,7%) e dall'enogastronomia (42,5%) e dalla cultura (31,7%).



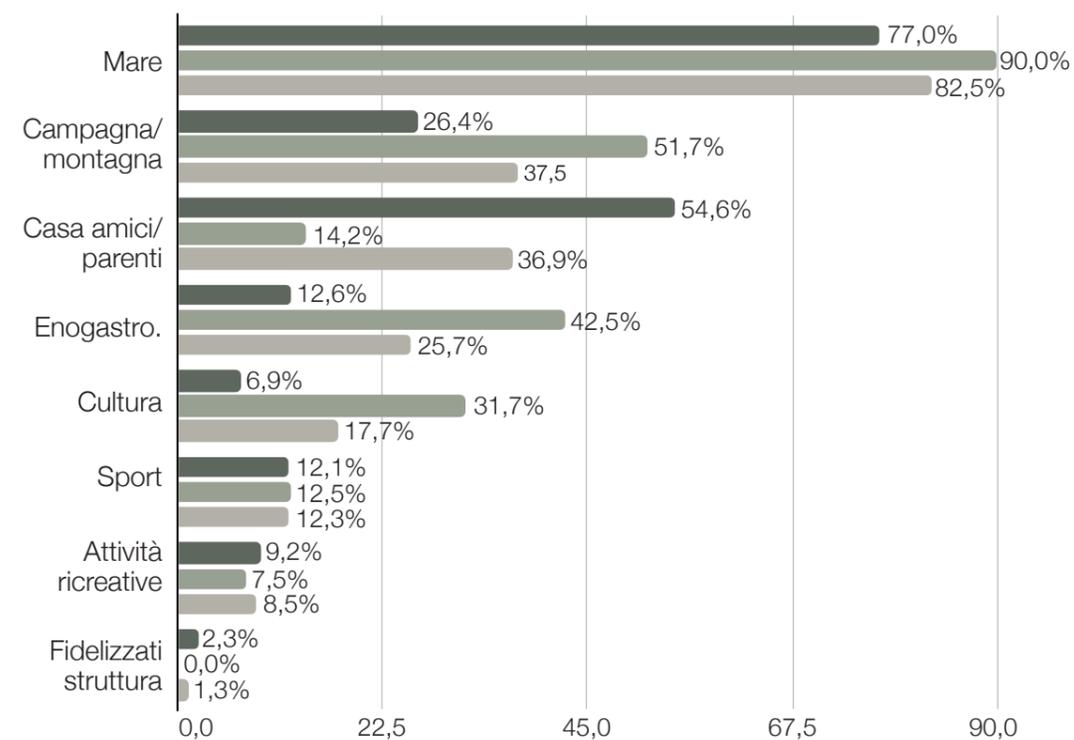
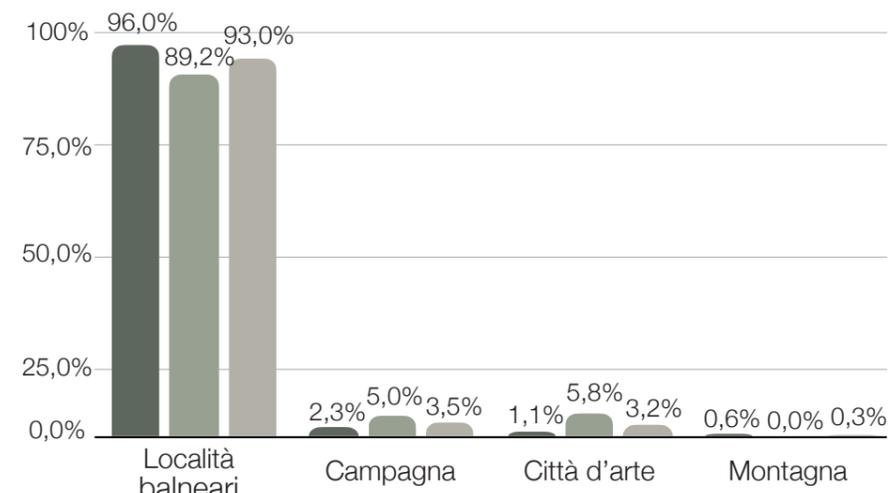
Grafico TI.13 (Sopra)

Elaborazione personale della percentuale dei prodotto di destinazione del soggiorno

Grafico TI.14 (Sotto)

Elaborazione personale della percentuale delle motivazioni del soggiorno
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

Una volta giunto nella regione decide di visitare principalmente i centri storici (92,5%), seguite dalle spiagge (85%) seguito dalla visita a musei (45,8%), e cantine e itinerari tematici (5%). Le maggiori attività svolte e predilette sono le escursioni e le gite (71,7%), seguito da degustazione di prodotti tipici (52,5%), dalla visita di musei, mostre e siti archeologici (50%) e da relax (42,5%).



Quindi il turista, in generale, decide di giungere per le località balneari con il 93%, perciò la sua preferenza ricade sul mare con il 90%, seguito da campagna e montagna con il 51,7% e dall'enogastronomia con il 42,5%. Una volta giunto a destinazione predilige visitare i centri storici con il 92,2% di preferenze e le spiagge con l'87,9%. Infine le maggiori attività che predilige svolgere sono le escursioni e gite con il 68,5% di preferenze, seguito dal relax con il 56,4% di preferenze (Ved Grafico TI.13, TI.14, TI.15 e TI.16).

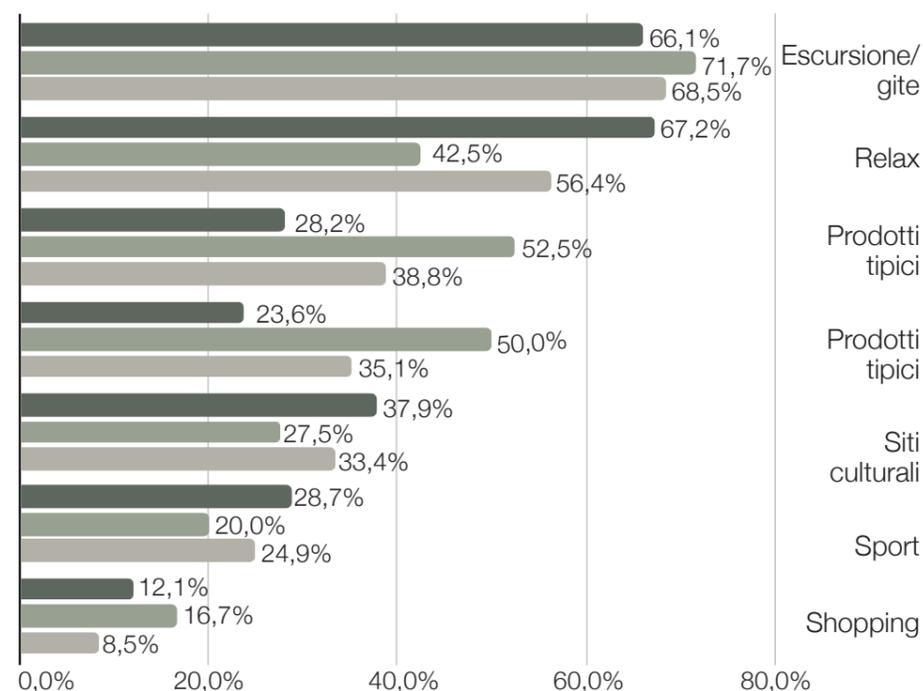
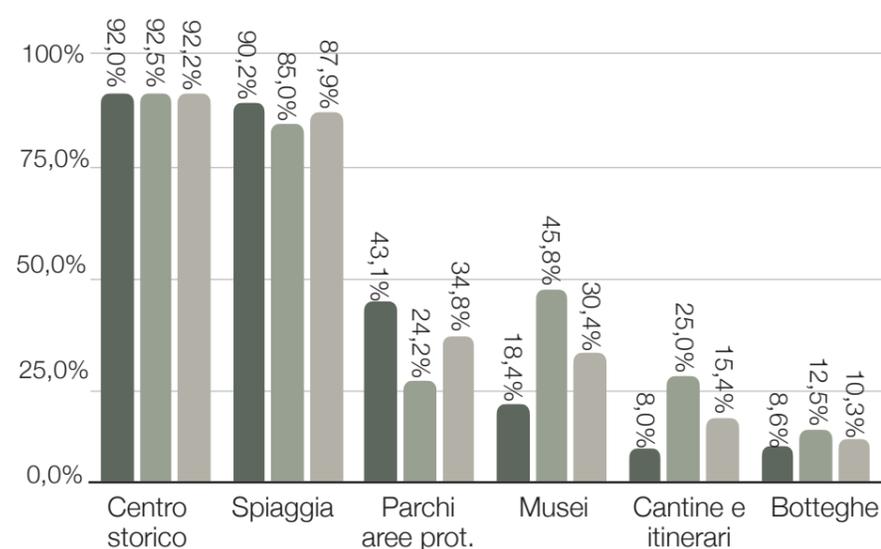


Grafico TI.15 (Sopra)

Elaborazione personale della percentuale dei luoghi visitati dai turisti

Grafico TI.16 (Sotto)

Elaborazione personale della percentuale delle attività svolte

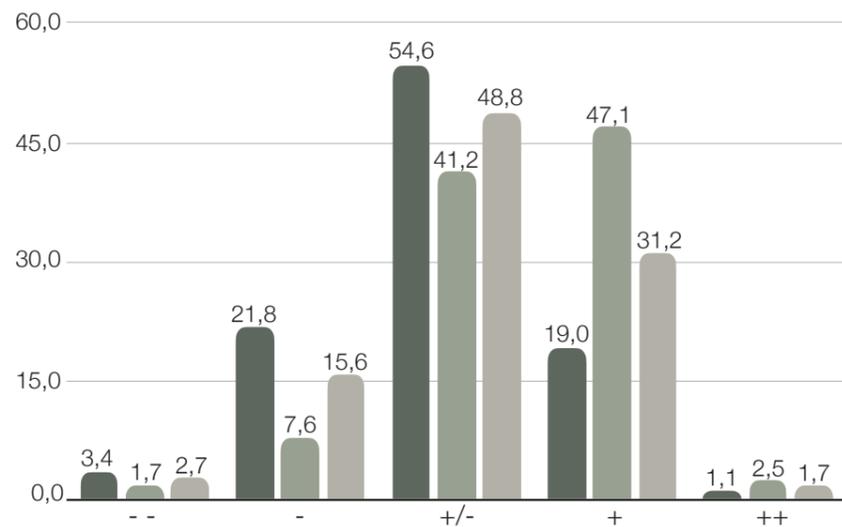
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

LEGENDA:

- Italiani
- Stranieri
- Totale
- Molto negativo
- Negativo
- +/- Sufficiente
- + Positivo
- ++ Molto positivo

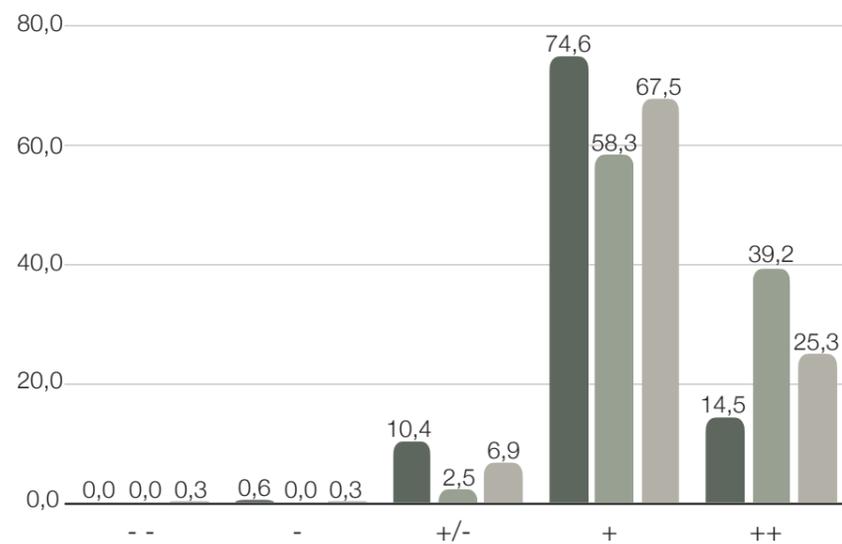
La soddisfazione dei turisti

Il giudizio complessivo sulla vacanza è essenzialmente positivo soprattutto riguardanti il paesaggio, la ristorazione/degustazione e gli alloggi/strutture ricettive infatti sia il giudizio “positivo” e “molto positivo” prevalgono nettamente rispetto agli altri campi. Per quanto riguarda il paesaggio (Ved. Grafico TI.20) il giudizio totale del “molto positivo” per gli italiani 48,9% e per gli stranieri 59,2%, mentre il giudizio “positivo” per gli italiani è 50% mentre per gli stranieri 40,8%. Per quanto riguarda la ristorazione/degustazione (Ved. Grafico TI.18) il giudizio che spicca rispetto agli altri è quello “positivo” con gli italiani al 59,2% e gli stranieri al 51,6%. Anche per quanto riguarda gli alloggi e le strutture ricettive (Ved. Grafico TI.19) il giudizio “positivo” spicca rispetto agli altri, in particolare per gli italiani 67,7% e per gli stranieri 62,7%. Viene anche apprezzata la semplicità di accesso ai siti turistici (Ved. Grafico TI.21) con un giudizio prevalentemente positivo infatti per gli italiani 65,5% mentre per gli stranieri 72,5%. Mentre un distacco si delinea per l'opinione sul rapporto tra qualità/prezzo (Ved. Grafico TI.22) in quanto gli italiani lo giudicano in modo sufficiente (55,2%) mentre per gli stranieri il giudizio rimane positivo (63,3%). Ancora da migliorare è sia la mobilità che il posteggio (Ved. Grafico TI.17) in quanto sia per gli italiani (54,6%) che per gli stranieri (47,1%) il servizio risulta sufficiente e con netti margini di miglioramento. Quindi, nel complesso, la soddisfazione principale dei turisti nella provincia di Imperia risulta riversarsi nei confronti del paesaggio (Ved. Grafico TI.20) con il 53,4% di opinioni “molto positive”, segue il giudizio complessivo “positivo” per quanto riguarda la semplicità di accesso ai siti turistici con il 68,6% (Ved. Grafico TI.21), segue la ristorazione e degustazione (Ved. Grafico TI.18) con un giudizio complessivo “positivo” di 67,5%, poi troviamo alloggio e strutture alberghiere (Ved. Grafico TI.19) con un giudizio “positivo” con il 65,5%. Con dati molto simili sono i giudizi “positivi” 47,1% e quelli “sufficienti” 43,5% sulla qualità/prezzo (Ved. Grafico TI.22) mentre per quanto riguarda la mobilità e il posteggio (Ved. Grafico TI.17) il giudizio che spicca rispetto agli altri è quello “sufficiente” con il 48,8%.



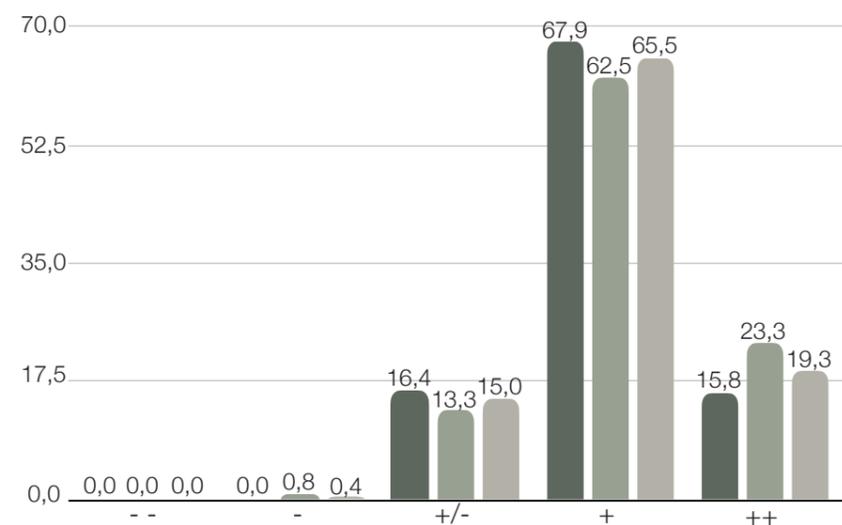
MOBILITÀ E POSTEGGIO

Grafico TI.17
Elaborazione personale della percentuale della soddisfazione per la mobilità e il posteggio
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019



RISTORAZIONE E DEGUSTAZIONE

Grafico TI.18
Elaborazione personale della percentuale della soddisfazione per la ristorazione e degustazione
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

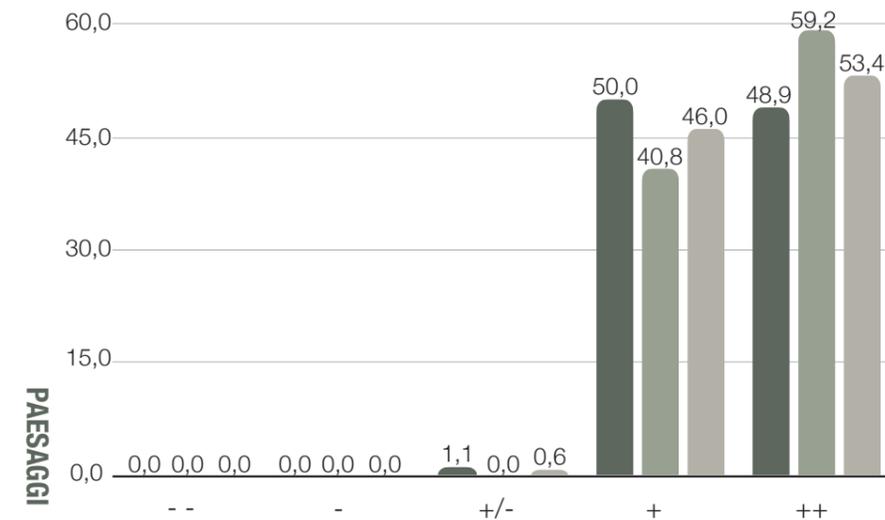


ALLOGGIO E STRUTTURE RICETTIVE

Grafico TI.19
Elaborazione personale della percentuale della soddisfazione per l'alloggio e le strutture ricettive
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

Grafico TI.20

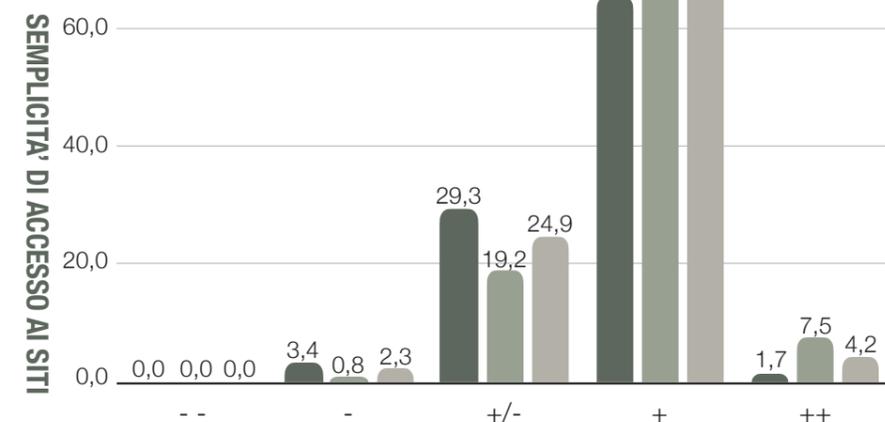
Elaborazione personale della percentuale della soddisfazione per i paesaggi
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019



PAESAGGI

Grafico TI.21

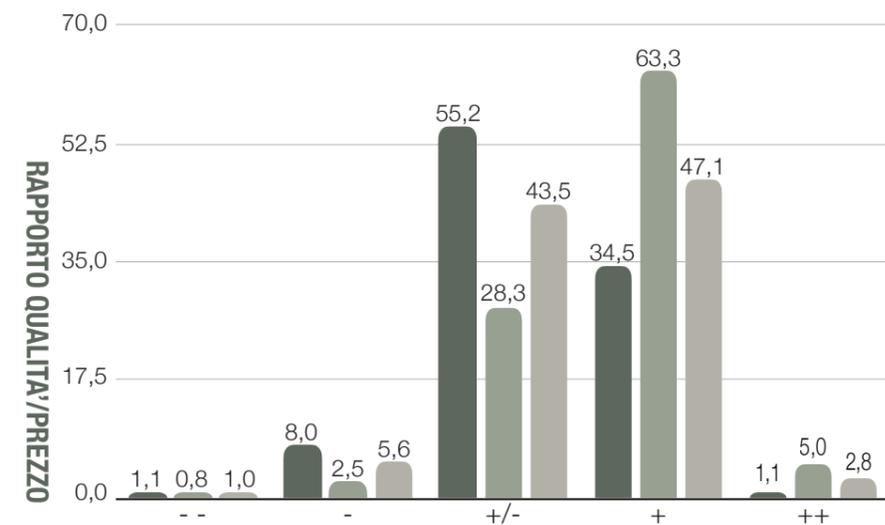
Elaborazione personale della percentuale della soddisfazione per la semplicità di accesso ai siti
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019



SEMPLICITÀ DI ACCESSO AI SITI

Grafico TI.22

Elaborazione personale della percentuale della soddisfazione per il rapporto qualità / prezzo
Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019



RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO

La spesa per la vacanza

La spesa media a persona del viaggio andata/ritorno per un turista italiano che giunge in Provincia di Imperia si aggira intorno ai 32€ mentre per un turista straniero il prezzo risulta essere più elevato in quanto dipende dal mezzo che utilizza per giungere in loco e dalla variazione di prezzo sul mercato e si aggira attorno ai 110€ (Ved. Grafico TI.24) mentre per quanto riguarda la spesa media per l'alloggio il turista italiano tende a spendere circa 46 € mentre lo straniero circa 60 €, quindi una somma molto più ravvicinata e simile rispetto a quella del viaggio (Ved. Grafico TI.25). Il turista, come si evince dal grafico TI.26, spende i propri soldi principalmente per i pasti fuori casa in ristoranti e pizzerie (una media di circa 10€ al giorno), seguito dal consumo presso bar, caffè e pasticcerie (una media di circa 3€ al giorno), poi da prodotti alimentari acquistati in supermercati e negozi (una media di circa 6€ al giorno), in seguito dall'acquisto di prodotti enogastronomici tipici (una media di circa 6€ al giorno), seguito dallo shopping (una media di circa 15€ al giorno), dai trasporti (una media di circa 7€ al giorno), seguito da attività ricreative come cinema, discoteche eccc (una media di circa 7,5€ al giorno) e da attività culturali (3,5€). Quindi la spesa media giornaliera per un turista nella provincia di Imperia si aggira attorno ai 24€ dove si vede un leggero distacco tra la spesa del turista italiano che si aggira su circa 20€ e quella dello straniero di circa 30€ (Ved.

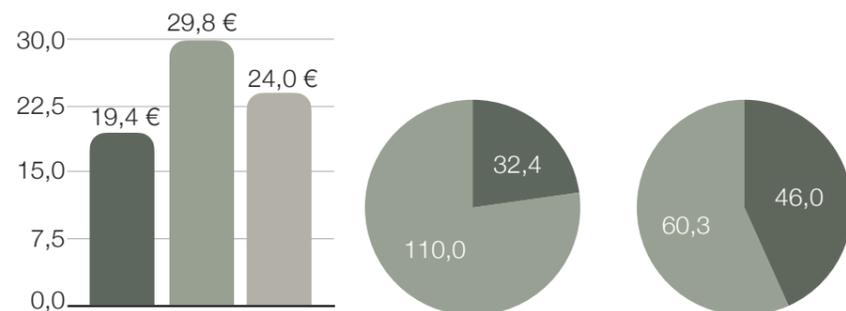


Grafico TI.23 (SX)
Elaborazione personale della spesa media del turista

Grafico TI.24 (Centro)
Elaborazione personale della spesa media per il viaggio

Grafico TI.25 (DX)
Elaborazione personale della spesa media per l'alloggio

Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

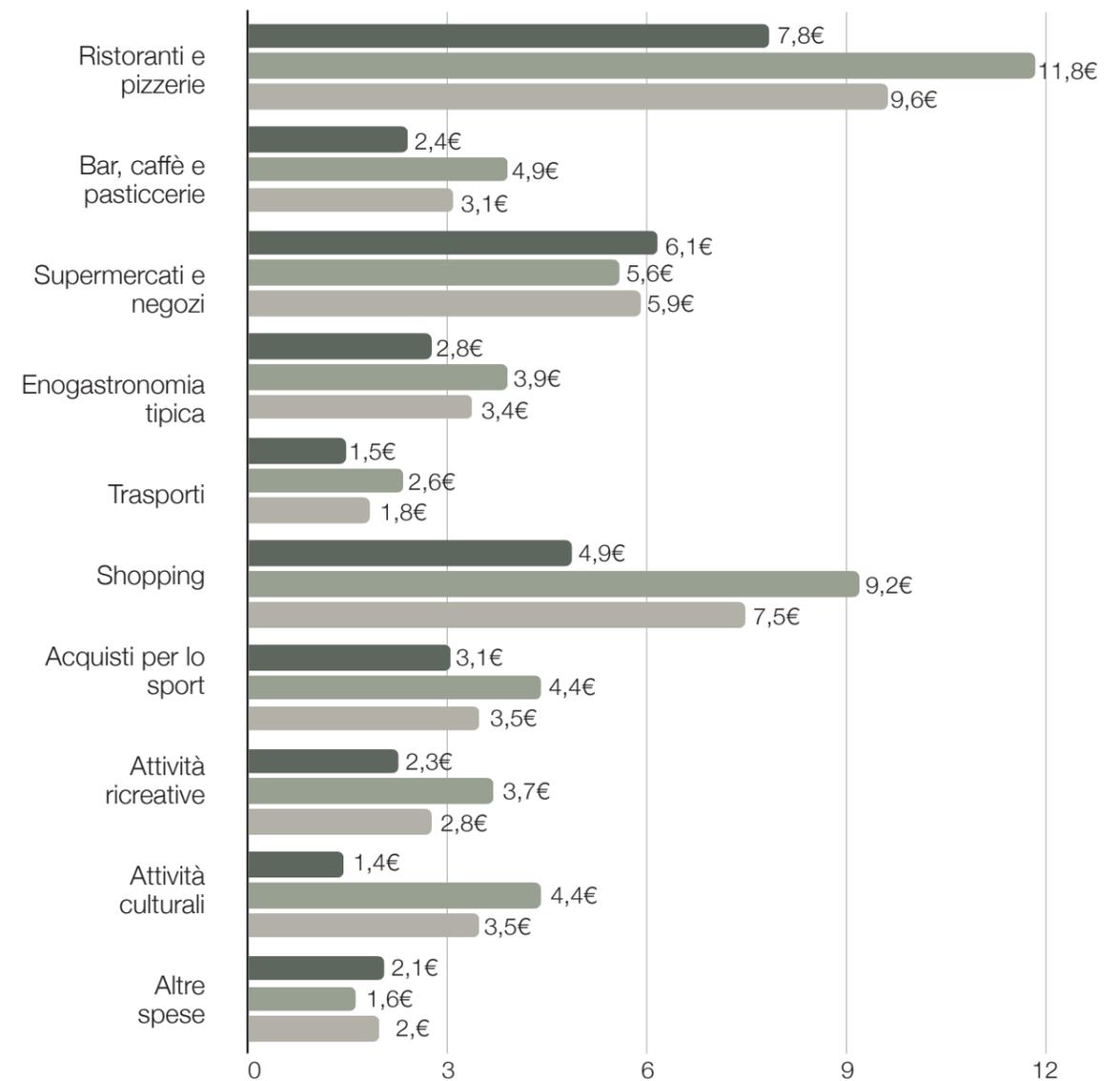


Grafico TI.26
Elaborazione personale spesa media giornaliera a persona

Fonte: Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019

4.9.3_I servizi legati al turismo

Per comprendere come si sviluppi il turismo in Provincia di Imperia e in particolar modo nei comuni dell'ambito selezionato è fondamentale comprendere quali siano i servizi attivi sul territorio e se ve ne siano a sufficienza per le necessità di un turista una volta giunto a destinazione. In primo luogo risulta necessario che il viaggiatore, giunto in loco, abbia dei punti di riferimento in cui chiedere qualsiasi tipo di informazione e quindi si sono andati ad analizzare i punti IAT presenti sul territorio e subito si osserva come lungo la costa, dove il turista predilige dirigersi come visto precedentemente, ve ne sia uno quasi in ogni comuni in particolar modo in quelli più importanti come ad esempio Ventimiglia, Bordighera, Sanremo, Imperia ecc... mentre nell'entroterra ve ne sono in maniera nettamente minore e infatti dei nove comuni analizzati solamente Apricale e Badalucco ne presentano uno, infatti questo potrebbe implicare una difficoltà nel reperire informazioni o scoprire il territorio da parte del turista una volta giunto nelle zone più interne.

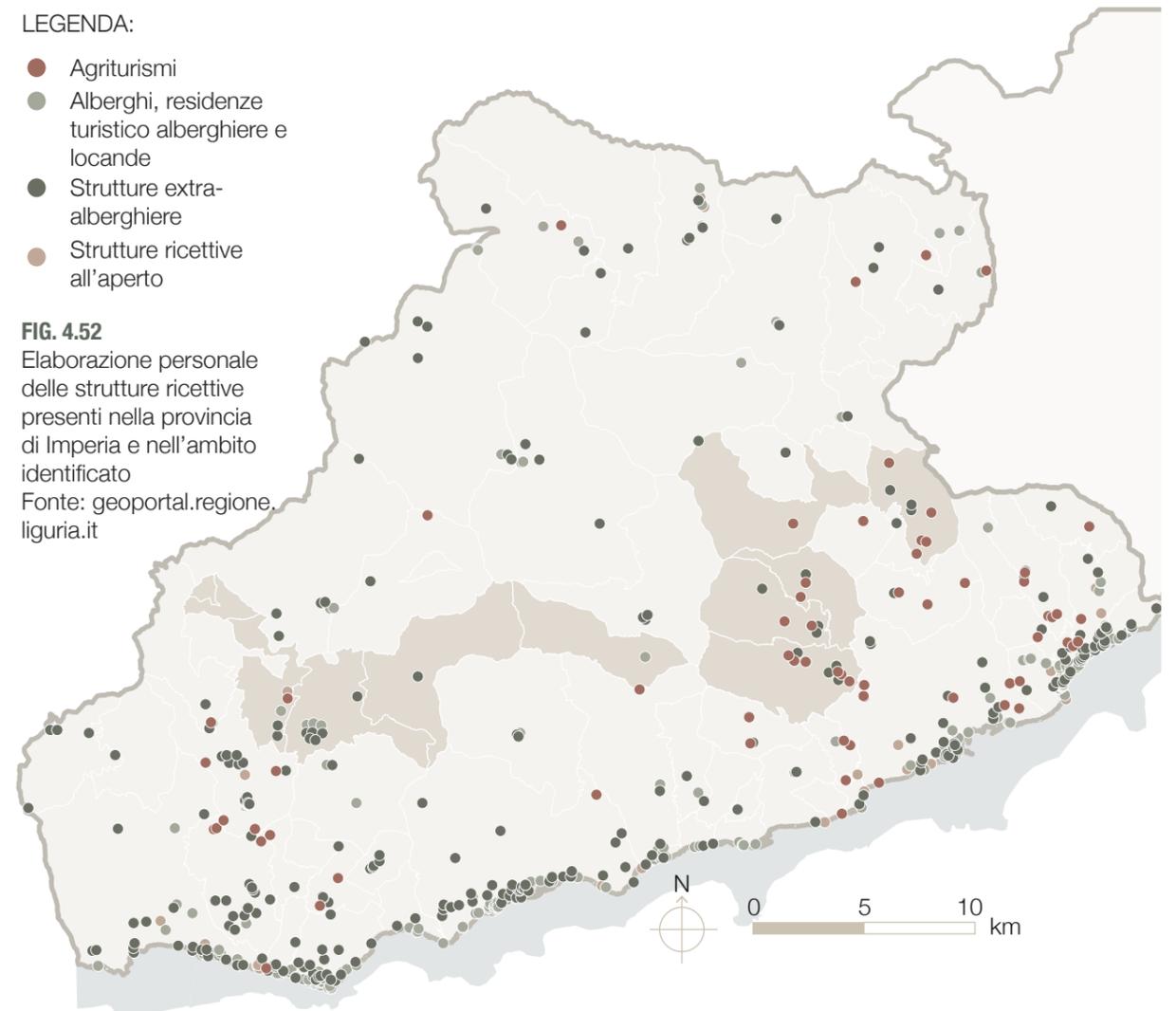


FIG. 4.51
Elaborazione personale della distribuzione dei punti IAT sul territorio della provincia di Imperia
Fonte: geoportale.regione.liguria.it

LEGENDA:

- Agriturismi
- Alberghi, residenze turistico alberghiere e locande
- Strutture extra-alberghiere
- Strutture ricettive all'aperto

FIG. 4.52
Elaborazione personale delle strutture ricettive presenti nella provincia di Imperia e nell'ambito identificato
Fonte: geoportale.regione.liguria.it



L'offerta ricettiva come si può osservare in tutta la provincia di Imperia è ben distribuita e varia anche se prettamente concentrata sulla costa e lungo la Val Nervia e la Valle Impero (Ved. Fig 58). Osservando nel particolare i comuni dell'ambito preso in esame anch'essi presentano una distribuzione omogenea e varia tanto che l'offerta ricettiva per il turista non parrebbe essere un problema data l'offerta che viene garantita. In particolare la maggior parte dei luoghi di villeggiatura sono i Bed & Breakfast ma soprattutto le case o gli appartamenti da affittare per un periodo vacanziero. Non mancano in seguito gli agriturismi dato il grande patrimonio enogastronomico ed esperienziale e in maniera minore sono gli hotel e le locande, soprattutto nell'entroterra.

FIG. 4.53 (pag. successiva)
Elaborazione personale delle strutture ricettive presenti nello zoom dei comuni dell'ambito
Fonte: geoportale.regione.liguria.it e booking.com

ISOLABONA

- Campeggio delle rose
- Agriturismo la molinella
- Albergo da Adolfo (2 stelle e 17 posti letto)
- B&B La Collarea
- B&B Casa Medioevale
- B&B Villa Morgetta
- B&B La Torre
- Case/appartamenti Ca du Magu
- Case/appartamenti Casa Luigia

APRICALE

- B&B Villa Margherita
- B&B I Gatti
- B&B Da Marta
- B&B Da Giuà
- B&B Le querce di Sara
- Case/appartamenti Casa Oriana
- Locanda La Favorita (12 posti letto)
- Locanda dei Carugi (10 posti letto)
- Locanda Apricus (10 posti letto)
- Hotel MuntaeCara (3 stelle e 40 posti letto)

BORGOMARO

- Agriturismo I Ciasi (6 posti letto)
- Agriturismo Le Meridiane
- B&B Secret Garden
- Casa vacanze degli Ulivi
- La Casa del Cavaliere
- Relais del Marò (10 posti letto)

VASIA

- Agriturismo il poggio di Vasia
- Affittacamere Ca' du Fen
- Casa/appartamenti the old maison
- Casa/appartamenti Rossana

- B&B Le Camelie del Bosco
- Affittacamere Casa del Ghirosveglio

BAJARDO

- Agriturismo l'Adagio
- Locanda le macine del confluente (12 posti letto)
- Case/appartamenti Casa Pablo

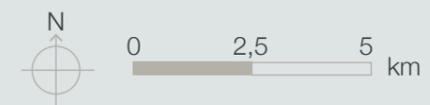
BADALUCCO

- Agriturismo Casa Asplanato (13 posti letto)
- Agriturismo Borgata Vallone (14 posti letto)
- Agriturismo la casa del cavaliere (8 posti letto)
- Agriturismo San Michele (18 posti letto)
- Case/appartamenti Giada Watermill
- Affittacamere Ever Spring
- B&B Dulcisa
- Case/appartamenti Giada Country House

- Agriturismo Famiglia Benza
- Agriturismo Val Prino
- Agriturismo Il Roccolo
- B&B da Maria
- Affittacamere la Vecchia
- Case/appartamenti Casa Villatala

- Agriturismo Fu bel monte (8 posti letto)
- Agriturismo Primo Bacio (12 posti letto)
- Agriturismo Ca' de Maixei
- Affittacamere il frantoio
- Case/appartamenti a ca' de sante
- Case/appartamenti casa del carrugio

DOLCEDO



CHIUSANICO

4.9.4_L'offerta turistica

L'offerta turistica nella Provincia è molto varia per rispondere in maniera più completa possibile alle necessità del turista infatti negli ultimi anni si sta sempre più sviluppando un turismo legato al mondo dello sport outdoor sia sulla terra ferma che in acqua, inoltre sempre più in voga è quello legato all'enogastronomia e alle tipicità del territorio contornato dai borghi e dalle innumerevoli architetture disseminate sul territorio. L'offerta turistica per un viaggiatore che ricerca esperienze sportive in Provincia sono ampie in particolar modo grazie al sistema di fruizione del territorio, sia nell'entroterra che sulla costa, mediante numerosi percorsi sia a piedi che in bicicletta. Tra questi troviamo la **Ciclovia Tirrenica**³¹, circa 870 km che percorrono la costa della Liguria, Toscana e Lazio partendo da Ventimiglia, città al confine tra Italia e Francia, sino a giungere a Roma caratterizzata da continui e spettacolari affacci sul mare. Questa fa parte di un sistema più ampio voluto nel 2016 dalle vecchie diciture del Ministero delle Infrastrutture e dei trasporti (Mit) e del Ministero dei Beni Artistici, Culturali e del Turismo (Mibact) denominato Sistema nazionale delle ciclovie turistiche con lo scopo di offrire una viabilità e turismo sostenibile e sicura per poter, a qualsiasi età e per ogni competenza, ripercorrere le vie storiche mediante un totale di dieci ciclovie che ripercorrono la penisola da Nord a Sud per scoprire il territorio, valorizzare il territorio e scoprire le tradizioni popolari ed enogastronomiche.



31.

<https://www.regione.liguria.it/homepage/infrastrutture-e-trasporti/infrastrutture/mobilita-ciclistica/ciclovia-tirrenica.html>



Fig. 4.54
Logo della Ciclovia Tirrenica

Fig. 4.55
Percorso della Ciclovia Tirrenica in Liguria, Toscana e Lazio

Altro tratto fondamentale per fruire del territorio è l'Alta Via dei Monti Liguri, ovvero un itinerario escursionistico da Ventimiglia a Ceperana, al confine con la Toscana e si sviluppa per circa 422km lungo il tratto più interno e montano della Regione. Il percorso si sviluppa in 43 percorsi con diverse lunghezze e difficoltà segnalate da un cartello rosso, bianco, rosso con scritto AV nella parte bianca ed è interamente percorribile a piedi mentre per alcuni tratti è possibile anche utilizzare la mountain bike oppure la macchina/moto su strade sterrate appositamente segnalate. Il sentiero si sviluppa e attraversa territori particolarmente importanti dal punto di vista naturalistico e paesaggistico come il Parco naturale regionale del Beigua, il Parco naturale regionale delle Alpi Liguri, il Parco naturale delle Capanne di Marcarolo e il Parco naturale regionale dell'Aveto.



Fig. 4.56
Logo Alta Via del Monti Liguri

Fig. 4.57
Percorso dell' Alta Via del Monti Liguri

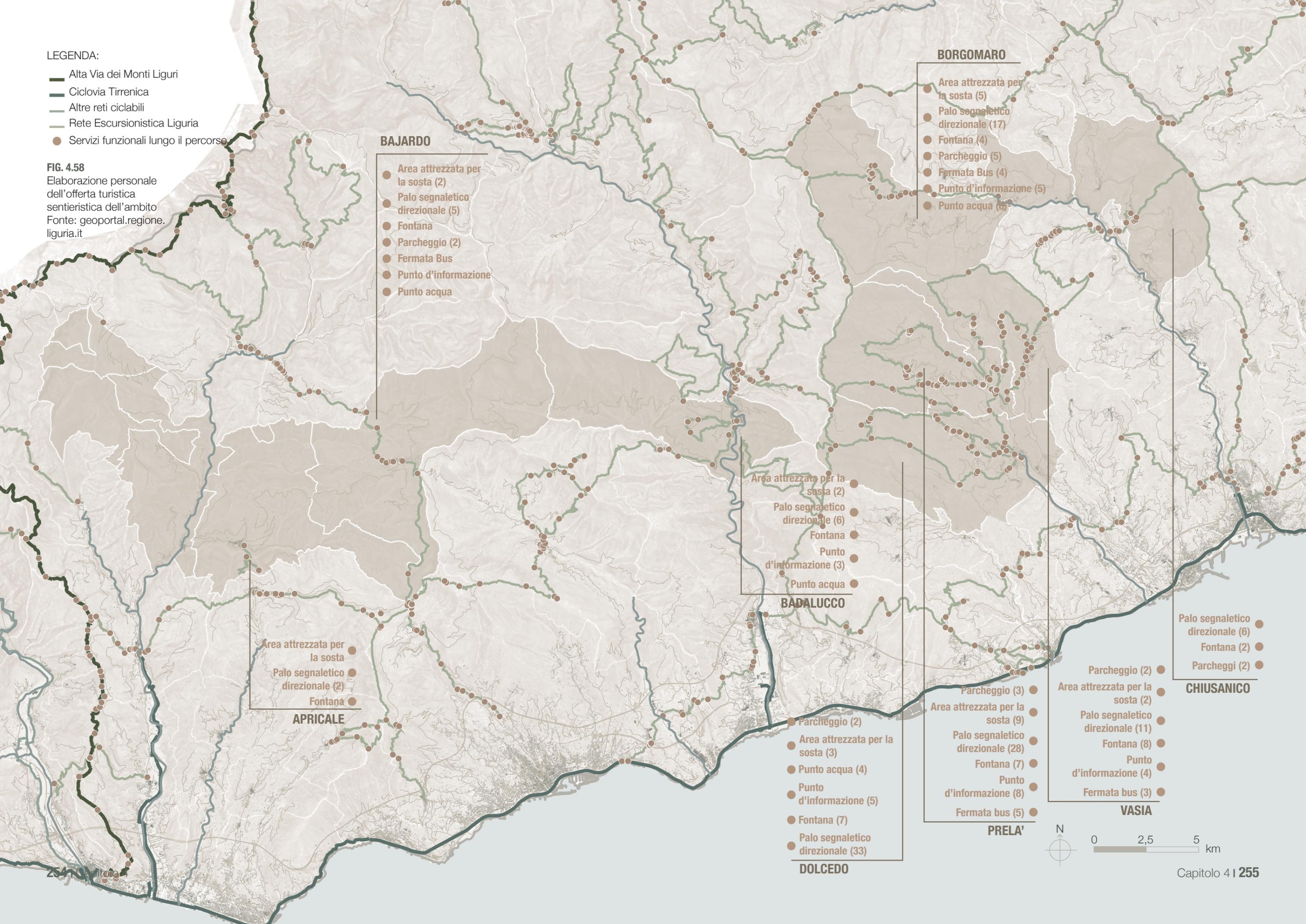


Oltre a questi due importantissimi percorsi troviamo disseminati per tutto il territorio percorsi che fanno parte della Rete Escursionistica della Liguria e riprendono le antiche mulattiere usate per il commercio o per la transumanza che si stanno cercando di recuperare per renderle fruibile al turismo. Oltre a questa tipologia di attività il territorio offre anche esperienze che includano un'altro tassello fondamentale della Regione, il mare infatti è possibile effettuare una serie di sport legati a questo mondo che sta sempre più ampliando e implementando per cercare di rispondere alle richieste del turista che giungendo in Provincia non cerca solo relax ma anche esperienze per poter vivere il territorio in toto.

LEGENDA:

-  Alta Via dei Monti Liguri
-  Ciclovia Tirrenica
-  Altre reti ciclabili
-  Rete Escursionistica Liguria
-  Servizi funzionali lungo il percorso

FIG. 4.58
Elaborazione personale
dell'offerta turistica
sentieristica dell'ambito
Fonte: geoportat.regione.liguria.it



- BAJARDO**
- Area attrezzata per la sosta (2)
 - Palo segnaletico direzionale (5)
 - Fontana
 - Parcheggio (2)
 - Fermata Bus
 - Punto d'informazione
 - Punto acqua

- BORGOMARO**
- Area attrezzata per la sosta (5)
 - Palo segnaletico direzionale (17)
 - Fontana (4)
 - Parcheggio (5)
 - Fermata Bus (4)
 - Punto d'informazione (5)
 - Punto acqua (6)

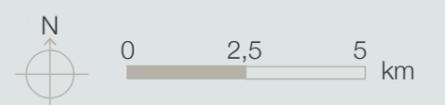
- Area attrezzata per la sosta (2)
Palo segnaletico direzionale (6)
Fontana
Punto d'informazione (3)
Punto acqua

- Area attrezzata per la sosta
Palo segnaletico direzionale (2)
Fontana

- BADALUCCO**
- Parcheggio (2)
 - Area attrezzata per la sosta (3)
 - Punto acqua (4)
 - Punto d'informazione (5)
 - Fontana (7)
 - Palo segnaletico direzionale (33)
- DOLCEDO**

- Parcheggio (3)
Area attrezzata per la sosta (9)
Palo segnaletico direzionale (28)
Fontana (7)
Punto d'informazione (8)
Fermata bus (5)
- PRELA'**

- Palo segnaletico direzionale (6)
Fontana (2)
Parcheggi (2)
- CHIUSANICO**
- Parcheggio (2)
 - Area attrezzata per la sosta (2)
 - Palo segnaletico direzionale (11)
 - Fontana (8)
 - Punto d'informazione (4)
 - Fermata bus (3)
- VASIA**



Osservando quindi la Fig.64 si può capire la situazione sentieristica ed escursionistica nei comuni dell'ambito infatti questi non risultano uniti tra di loro da alcun cammino presente nonostante siano confinanti tra di loro e si trovino sullo stesso asse immaginario, infatti questa possibile inaccessibilità potrebbe essere causata dalla conformità del territorio collinare in cui si insediano i comuni. Nonostante nessun cammino li attraversi da est-ovest o viceversa quasi tutti i comuni sono attraversati da nord a sud o da un cammino storico (Fig.?) o dalla Rete Escursionistica Ligure di cui fanno parte sentieri o mulattiere nuovamente ripercorribili permettendo così l'istallazione in essi di una serie di servizi utili per la fruizione dei territori, ad eccezione del comune di Isolabona perchè apparentemente non risulta essere inserito in alcun itinerario escursionistico nonostante sia un territorio ricco di mulattiere come si può osservare una volta che ci si trova sul luogo.

LEGENDA:

- Via del sale della Val Roja
- Via commerciale Saorge-Pigna-Taggia
- Via Marenga
- Via del sale Oneglia-Ormea
- Via Julia Augusta

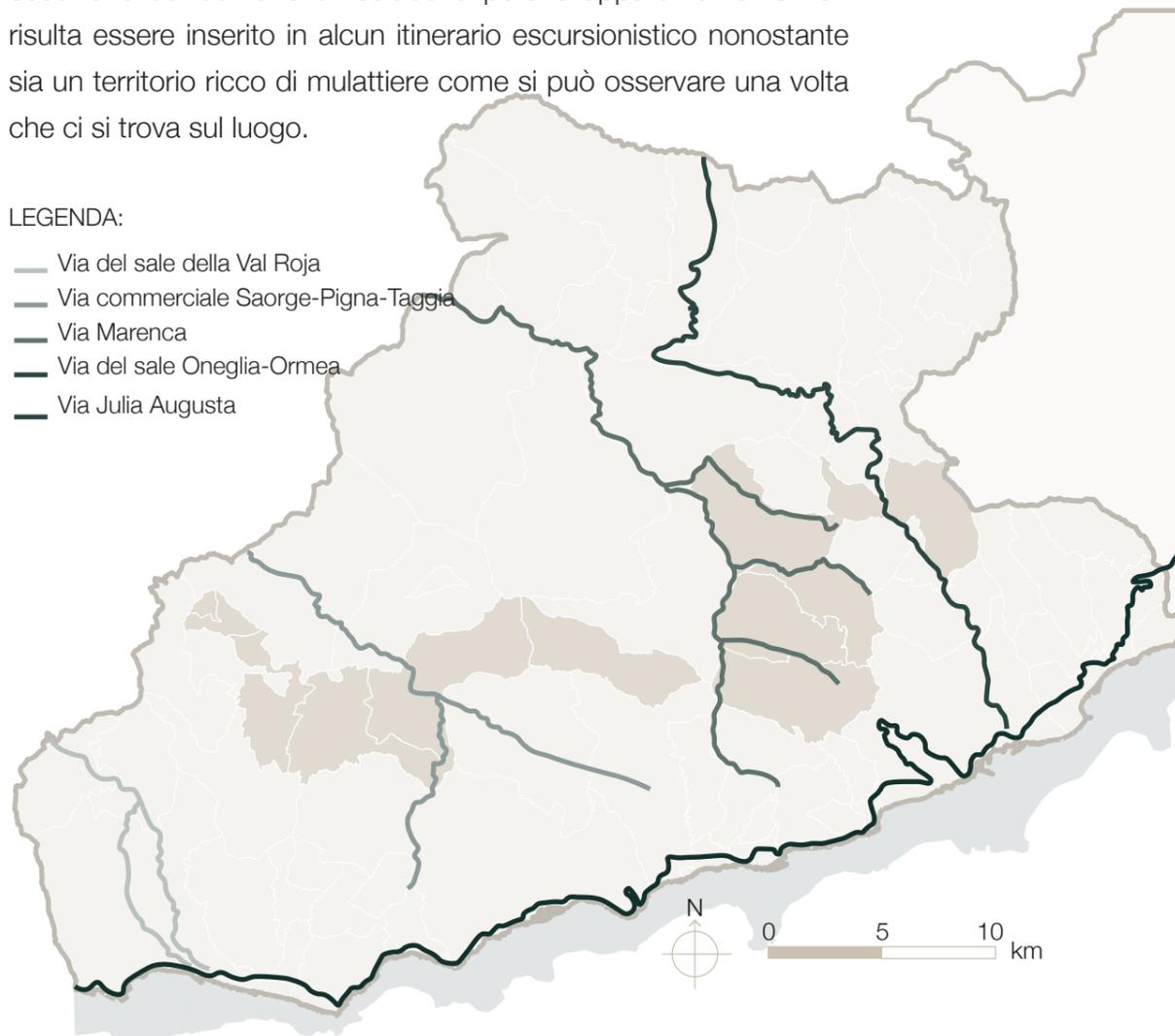


FIG. 4.59
Elaborazione personale
dei sentieri storici della
Provincia di Imperia
Fonte: P.T.C Imperia, *La
sentieristica e il sistema dei
percorsi*

In seguito a questa analisi e quella effettuata dal P.T.C. della Provincia di Imperia sulla sentieristica si è evidenziato come in seguito all'apertura e valorizzazione del Parco delle Alpi Liguri e alla volontà di varie associazioni che operano sul territorio si sia sempre più cercato di virare i finanziamenti e i turisti verso un turismo sostenibile e legato alla tematica di vivere l'ambiente verde in maniera consapevole. Nonostante queste buone intenzioni vi sono dei risvolti negativi sia nella governance del territorio, di carattere economico e organizzativo del territorio stesso che risulta disomogeneo e spesso trasandato in particolar modo per la noncuranza dei sentieri da parte dell'uomo, infatti per questo la Provincia ha cercato di porre rimedio in primis mediante una ricerca e mappatura dei cammini e delle loro condizioni e in secondo luogo incentivando l'uso di fondi pubblici stanziati per il turismo verde e sostenibile legato alla ricettività e ai servizi offerti all'escursionista in particolar modo, vista la crescente richiesta da parte del consumatore, di virare verso quelle che sono le tipicità eno-gastronomiche del territorio creando appositi percorsi dedicati come la strada dell'Olio e del Vino nei territori in cui la loro presenza è predominante, oppure la via legata più all'assetto floriculturistico da sempre grande pregio per la Provincia o ancora la creazione di un apposita Strada della Cucina Bianca la quale prende principalmente i comuni montani al confine con il Piemonte che presentano proprie caratteristiche o ancora percorsi che uniscano le bellezze presenti sia sul territorio Imperiese che della vicina regione francese della Costa Azzurra come i giardini e le ville storiche. Queste iniziative hanno tutte contribuito a concentrare le risorse umane e economiche sempre più verso un turismo connesso a proprio a queste tematiche cercando quindi di sviluppare una serie di servizi che potessero variare dalla logistica, all'accessibilità, alla creazione di contenuti pubblicitari e cartellonistici in loco. Attualmente sul territorio non risulta essere così predominante questa caratteristica e l'attuazione di questi progetti in quanto la maggior parte dei residenti e quindi dei turisti non conosce questa potenziale offerta se non per qualche sporadica occasione legata a determinati territori o prodotti.

Altra categoria di turismo sempre più ricercata da parte del consumatore è quella legata all'enogastronomia e alle esperienze che si possono effettuare legate a questo ambito e sul territorio stesso, in particolare nella Provincia di Imperia e nei comuni dell'ambito selezionati le colture più conosciute e su cui si sta maggiormente cercando di puntare sono quella legata all'ambito olivicolo e vitivinicolo dato anche la forte presenza sul territorio di terreni adatti a questa coltura come si vede in Fig.66. Infatti la zona si sta sempre più facendo conoscere sia per la produzione del vino Rossese DOP principalmente nei territori di Dolceacqua, Camporosso, Soldano, San Biagio della Cima, Vallecrosia e Ventimiglia quindi al di fuori dei comuni dell'ambito mentre altro prodotto caratteristico nella zona è la DOP dell'Oliva Taggiasca la quale si sviluppa e cresce solamente in questo luogo del mondo e si sviluppa prettamente nei comuni dell'ambito, viste anche le numerose iniziative che si stanno sempre più sviluppando nella zona.

LEGENDA:
 Oliveti
 Vitigni

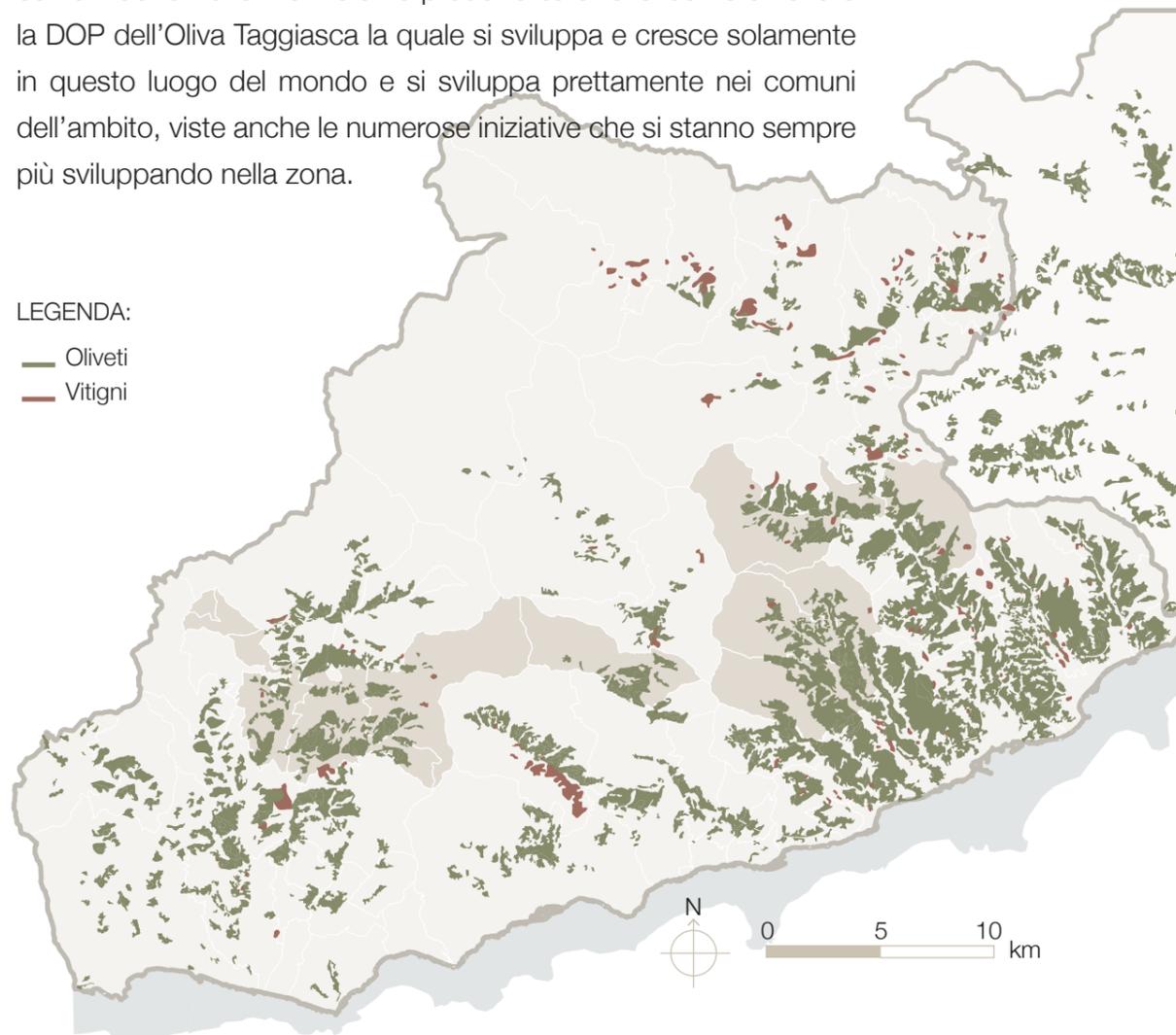


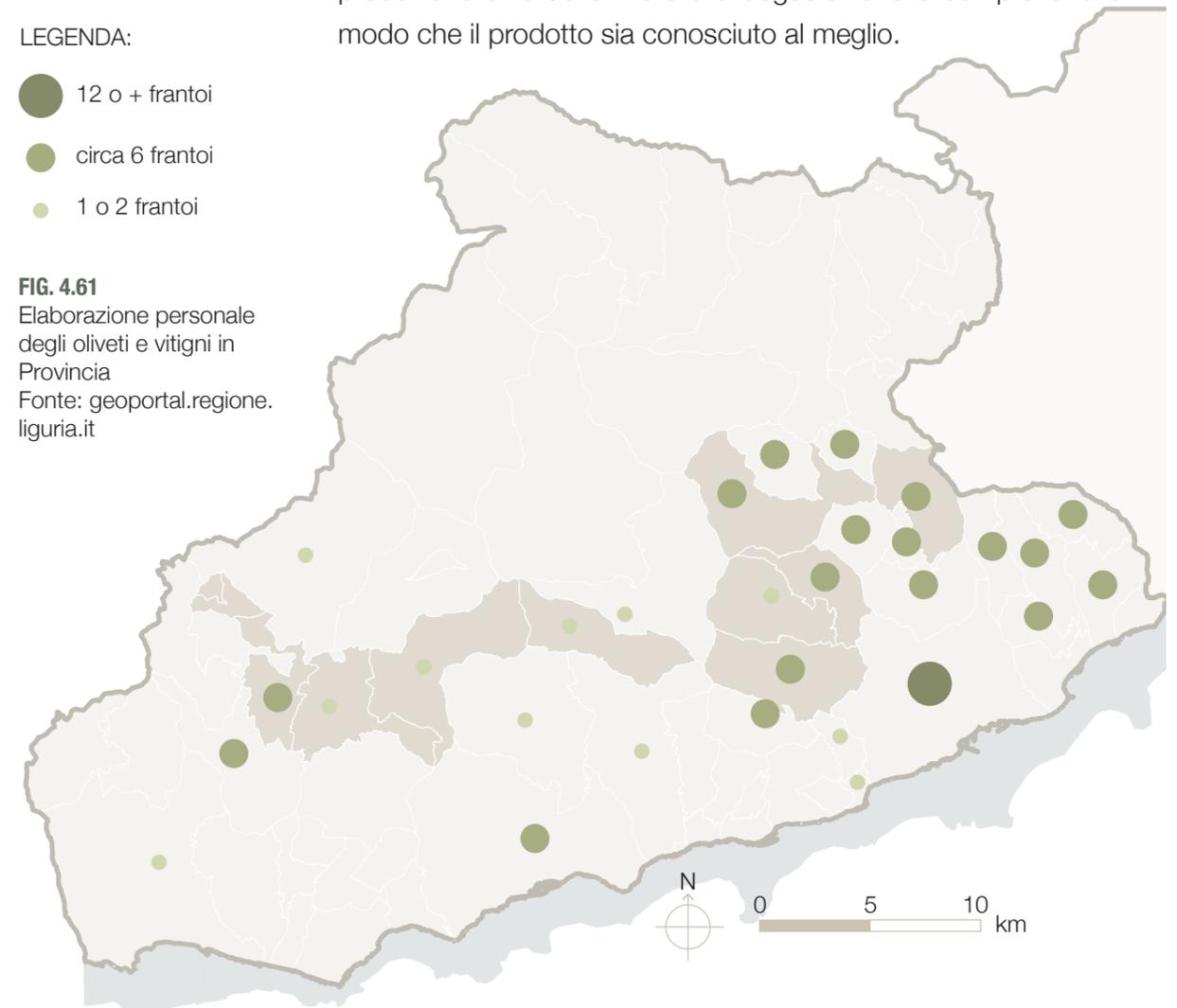
FIG. 4.60
 Elaborazione personale
 degli oliveti e vitigni in
 Provincia
 Fonte: geoportal.regione.
 liguria.it

L'importantissima attività agricola legata all'olio è fortemente sviluppata sul territorio e la sua filiera continua oltre al territorio agricolo infatti su tutta la Provincia di Imperia vi sono numerosi frantoi ancora presenti sul territorio sia che presentino la funzione originaria, che siano stati riconvertiti o che non siano più in funzione. Questi rappresentano un settore ancora troppo poco sviluppato a livello turistico che meriterebbe una valorizzazione aggiuntiva e un investimento ulteriore sia per quanto riguarda la funzione produttiva, sia per quella legata ad eventi enogastronomici e sia per quella legata alla musealizzazione in modo che chi si presta a visitarli possa vivere un'esperienza totalizzante e coinvolgente nel settore, che parta dalla produzione sino ad arrivare alla degustazione e compravendita in modo che il prodotto sia conosciuto al meglio.

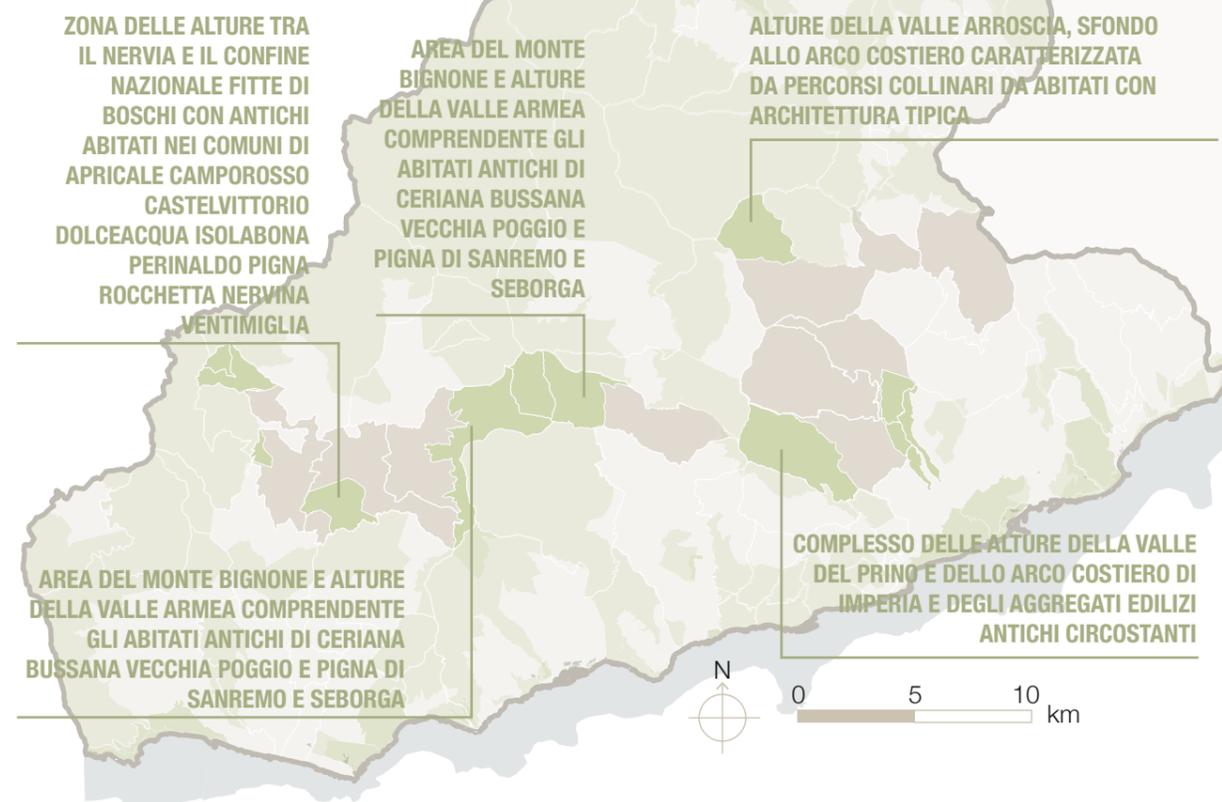
LEGENDA:

-  12 o + frantoi
-  circa 6 frantoi
-  1 o 2 frantoi

FIG. 4.61
 Elaborazione personale
 degli oliveti e vitigni in
 Provincia
 Fonte: geoportal.regione.
 liguria.it



Infine, il turista ultimamente predilige giungere in Provincia di Imperia sempre di più per le bellezze dei borghi e dei paesaggi dell'entroterra e per l'unicità del territorio infatti su questi si trovano moltissime aree vincolate per decreto che coprono circa il 66,75% come si può osservare nella Fig. 4.62 della superficie dell'Ambito 2-Alpi Liguri che vengono indicate come Bellezze di Insieme secondo il Dls42/2004 e s.m.i. che si trova nel Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio. In particolare, i vincoli paesaggistici sono vincolati negli art.136 che "individua gli immobili e le aree di notevole interesse pubblico da assoggettare a vincolo paesaggistico con apposito provvedimento amministrativo (lett. a) e b) "cose immobili", "ville e giardini", "parchi", ecc., c.d. "bellezze individue", nonché lett. c) e d) "complessi di cose immobili", "bellezze panoramiche", ecc., c.d. "bellezze d'insieme")"; e nell'art. 142 che "individua le aree tutelate per legge ed aventi interesse paesaggistico di per sé, quali "territori costieri" marini e lacustri, "fiumi e corsi d'acqua", "parchi e riserve naturali", "territori coperti da boschi e foreste", "rilievi alpini e appenninici", ecc."



32.
http://www.liguriavincoli.it/vincoli_paesagg.asp

LEGENDA:

- Bellezze d'insieme (il colore più scuro mette in evidenza gli elementi dell'ambito)

FIG. 4.62
 Elaborazione personale delle bellezze d'insieme e delle bellezze singolari
 Fonte: liguriavincoli.it

Oltre alla bellezza d'insieme o singolari vi sono anche gli edifici storici vincolati, inseriti sempre nel Dls42/2004 e s.m.i. del Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio, i quali permettono di valorizzare il territorio in merito al patrimonio materiale ma anche immateriale per le tradizioni e i ricordi che vi sono connessi. Come si può osservare nella Fig. 4.63 nella Provincia di Imperia sono moltissimi i vincoli architettonici sul territorio e distribuiti in maniera sufficientemente omogenea tra la costa e l'entroterra. In particolare i comuni dell'ambito analizzato presentano numerosissimi paesaggi ed edifici vincolati sia di natura religiosa che civile (Ved. Fig. 4.62), i quali tendono a rendere così il paesaggio unico nel suo genere valorizzato anche dalla storicità dei borghi in quanto tutti presentano una fondazione medioevale di circa XII e XIII secolo e tutt'oggi un impianto perfettamente riconoscibile.

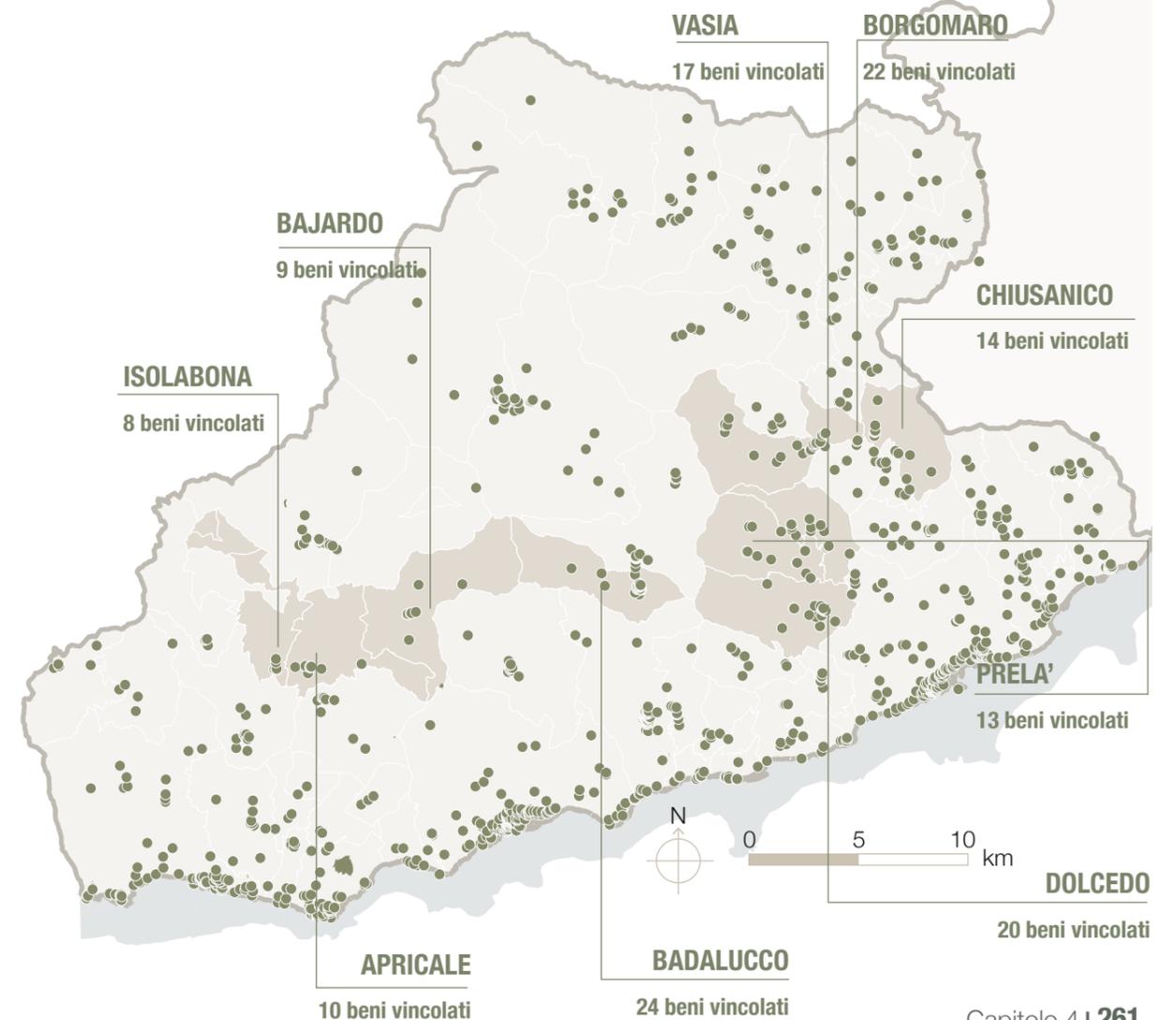
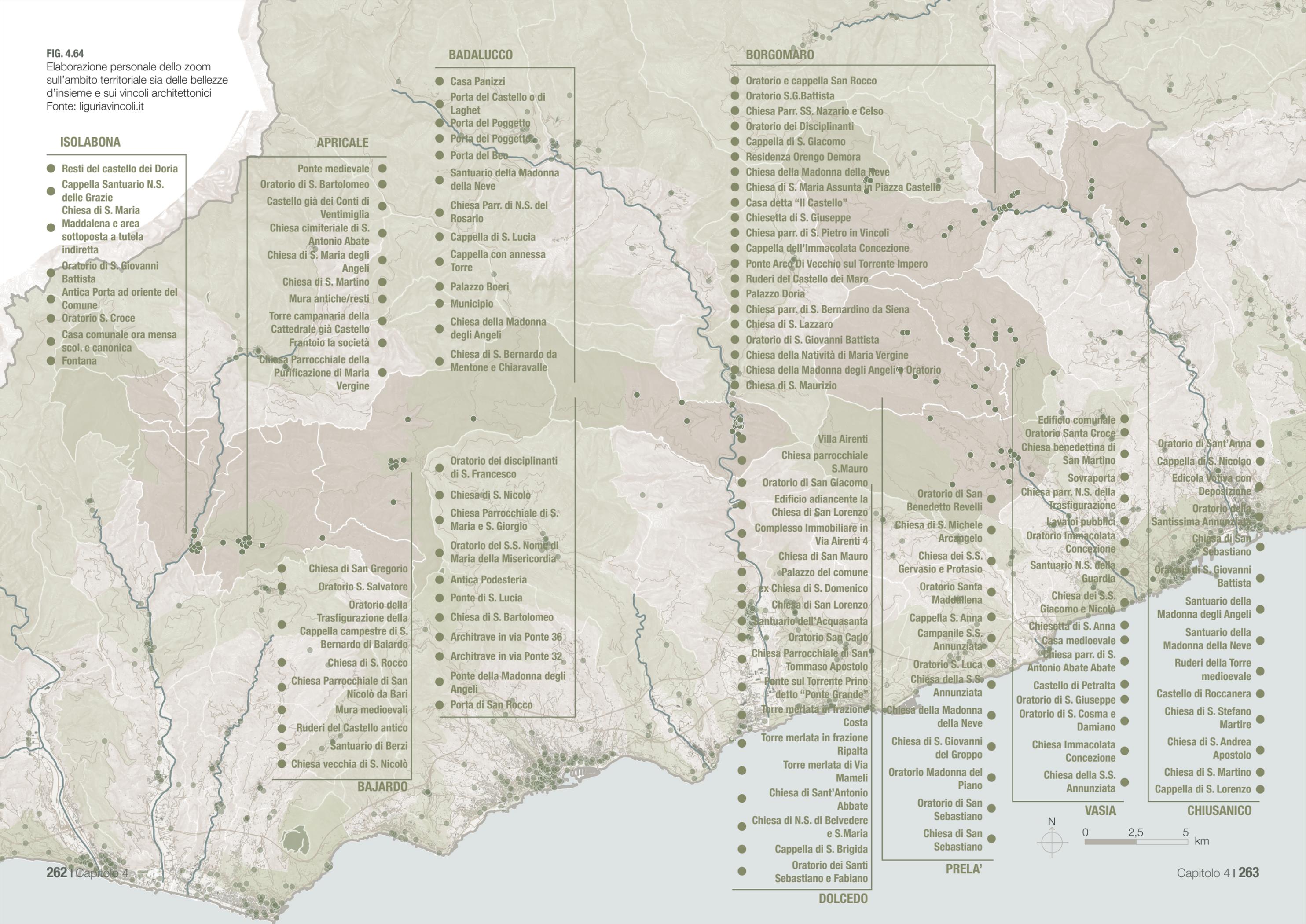


FIG. 4.63
 Elaborazione personale dei vincoli architettonici
 Fonte: liguriavincoli.it

FIG. 4.64
Elaborazione personale dello zoom
sull'ambito territoriale sia delle bellezze
d'insieme e sui vincoli architettonici
Fonte: liguriavincoli.it



ISOLABONA

- Resti del castello dei Doria
- Cappella Santuario N.S. delle Grazie
- Chiesa di S. Maria Maddalena e area sottoposta a tutela indiretta
- Oratorio di S. Giovanni Battista
- Antica Porta ad oriente del Comune
- Oratorio S. Croce
- Casa comunale ora mensa scol. e canonica
- Fontana

APRICALE

- Ponte medievale
- Oratorio di S. Bartolomeo
- Castello già dei Conti di Ventimiglia
- Chiesa cimiteriale di S. Antonio Abate
- Chiesa di S. Maria degli Angeli
- Chiesa di S. Martino
- Mura antiche/resti
- Torre campanaria della Cattedrale già Castello
- Frantoio la società
- Chiesa Parrocchiale della Purificazione di Maria Vergine

BADALUCCO

- Casa Panizzi
- Porta del Castello o di Laghet
- Porta del Poggetto
- Porta del Poggetto
- Porta del Beo
- Santuario della Madonna della Neve
- Chiesa Parr. di N.S. del Rosario
- Cappella di S. Lucia
- Cappella con annessa Torre
- Palazzo Boeri
- Municipio
- Chiesa della Madonna degli Angeli
- Chiesa di S. Bernardo da Mentone e Chiaravalle

BORGOMARO

- Oratorio e cappella San Rocco
- Oratorio S.G. Battista
- Chiesa Parr. SS. Nazario e Celso
- Oratorio dei Disciplinanti
- Cappella di S. Giacomo
- Residenza Orengo Demora
- Chiesa della Madonna della Neve
- Chiesa di S. Maria Assunta in Piazza Castello
- Casa detta "Il Castello"
- Chiesetta di S. Giuseppe
- Chiesa parr. di S. Pietro in Vincoli
- Cappella dell'Immacolata Concezione
- Ponte Arco Di Vecchio sul Torrente Impero
- Ruder del Castello del Maro
- Palazzo Doria
- Chiesa parr. di S. Bernardino da Siena
- Chiesa di S. Lazzaro
- Oratorio di S. Giovanni Battista
- Chiesa della Natività di Maria Vergine
- Chiesa della Madonna degli Angeli
- Oratorio
- Chiesa di S. Maurizio

- Oratorio dei disciplinanti di S. Francesco
- Chiesa di S. Nicolò
- Chiesa Parrocchiale di S. Maria e S. Giorgio
- Oratorio del S.S. Nome di Maria della Misericordia
- Antica Podesteria
- Ponte di S. Lucia
- Chiesa di S. Bartolomeo
- Architrave in via Ponte 36
- Architrave in via Ponte 32
- Ponte della Madonna degli Angeli
- Porta di San Rocco

- Chiesa di San Gregorio
- Oratorio S. Salvatore
- Oratorio della Trasfigurazione della Cappella campestre di S. Bernardo di Baiardo
- Chiesa di S. Rocco
- Chiesa Parrocchiale di San Nicolò da Bari
- Mura medioevali
- Ruder del Castello antico
- Santuario di Berzi
- Chiesa vecchia di S. Nicolò

BAJARDO

Villa Airenti

- Chiesa parrocchiale S. Mauro
- Oratorio di San Giacomo
- Edificio adiacente la Chiesa di San Lorenzo
- Complesso Immobiliare in Via Airenti 4
- Chiesa di San Mauro
- Palazzo del comune
- ex Chiesa di S. Domenico
- Chiesa di San Lorenzo
- Santuario dell'Acquasanta
- Oratorio San Carlo
- Chiesa Parrocchiale di San Tommaso Apostolo
- Ponte sul Torrente Prino detto "Ponte Grande"
- Torre merlata in frazione Costa
- Torre merlata in frazione Ripalta
- Torre merlata di Via Mameli
- Chiesa di Sant'Antonio Abate
- Chiesa di N.S. di Belvedere e S. Maria
- Cappella di S. Brigida
- Oratorio dei Santi Sebastiano e Fabiano

DOLCEDO

Villa Airenti

- Oratorio di San Benedetto Revelli
- Chiesa di S. Michele Arcangelo
- Chiesa dei S.S. Gervasio e Protasio
- Oratorio Santa Maddalena
- Cappella S. Anna
- Campanile S.S. Annunziata
- Oratorio S. Luca
- Chiesa della S.S. Annunziata
- Chiesa della Madonna della Neve
- Chiesa di S. Giovanni del Groppo
- Oratorio Madonna del Piano
- Oratorio di San Sebastiano
- Chiesa di San Sebastiano

PRELA'

Edificio comunale

- Oratorio Santa Croce
- Chiesa benedettina di San Martino
- Sovraporta
- Chiesa parr. N.S. della Trasfigurazione
- Lavatoi pubblici
- Oratorio Immacolata Concezione
- Santuario N.S. della Guardia
- Chiesa dei S.S. Giacomo e Nicolò
- Chiesetta di S. Anna
- Casa medioevale
- Chiesa parr. di S. Antonio Abate
- Castello di Petralta
- Oratorio di S. Giuseppe
- Oratorio di S. Cosma e Damiano
- Chiesa Immacolata Concezione
- Chiesa della S.S. Annunziata

VASIA

0 2,5 5 km

CHIUSANICO

- Oratorio di Sant'Anna
- Cappella di S. Nicolao
- Edicola votiva con Deposizione
- Oratorio della Santissima Annunziata
- Chiesa di San Sebastiano
- Oratorio di S. Giovanni Battista
- Santuario della Madonna degli Angeli
- Santuario della Madonna della Neve
- Ruder della Torre medioevale
- Castello di Roccanera
- Chiesa di S. Stefano Martire
- Chiesa di S. Andrea Apostolo
- Chiesa di S. Martino
- Cappella di S. Lorenzo

A seguito delle numerose indagini e analisi svolte sul territorio si ritiene necessario dividere i risultati ottenuti in due SWOT differenti, una del territorio più ampio, quindi che riguardasse la provincia di Imperia in generale mentre quella dell'ambito ristretto che comprendesse esclusivamente i comuni dell'ambito selezionato e vista la loro centralità nello studio di questo elaborato è quella che presenta il maggior numero di elementi e quindi ricca di informazioni. E' stata effettuata questa scelta in quanto è risultato quasi impossibile analizzare nel dettaglio i singoli comuni e le vicende che li interessano senza andare ad analizzare l'intera provincia e le dinamiche che intervengono in essa in quanto spesse volte i progetti e le azioni più importanti e coinvolgenti partono sempre da un livello più ampio rispetto a quello comunale vista anche la dimensione ridotta di questi e quindi i finanziamenti e le iniziative che possono svolgere. Di entrambe le analisi SWOT sono stati analizzate le categorie fondamentali per il luogo come l'accessibilità e le sue implicazioni sia a livello provinciale che dell'ambito ristretto dei comuni; in seguito il governo del territorio e quindi le direttive e i piani

urbanistici comunali che denotano una serie di interventi e azioni che si dovrebbero eseguire sul territorio; in seguito è stata analizzata la processualità e quindi come le associazioni operano sul territorio e quanto sono coinvolte; in seguito i servizi in quanto determinano se vi sono i comfort necessari in un luogo o meno, infine sono stati analizzati i dati dell'analisi demografica osservando come sia l'andamento della popolazione residente e non solo sui luoghi e quella socio-demografica. Infine la categoria fondamentale e più importante di tutti i precedenti è quella del turismo in quanto moltissime azioni, piani, servizi e offerte si rivolgono a questo settore rappresentando quindi il settore trainante sia della Provincia che della zona ristretta. L'operazione ulteriore che è stata effettuata ha permesso di mettere in comparazione le due SWOT tenendo come riferimento principale quella riguardante l'ambito ristretto mentre quella territoriale come sfondo e come ulteriore conferma delle necessità del territorio. Dalla SWOT dell'ambito ristretto sono state ricavate le tematiche sensibili e da queste gli obiettivi da perseguire per poter effettuare un progetto che risponda alle esigenze sia della popolazione che del luogo.

FIG. 4.65
Tipico paesaggio Ligure
terrazzato
Fonte: Erica Caridi, agosto
2021



SWOT

AMBITO TERRITORIALE: LA PROVINCIA DI IMPERIA

| TEMATICA | ACCESSIBILITÀ (rif. par. 4.5) | GOVERNO DEL TERRITORIO (rif. par. 4.3) | PROCESSUALITA' (rif. par. 4.4) | SERVIZI (rif. par. 4.8 e 4.3) | TURISMO, SERVIZI E OFFERTE (rif. par. 4.9; 4.3; 3.1.3; 3.1.4) | DEMOGRAFIA (rif. par. 4.6) | SOCIO-ECONOMICO (rif. par. 4.7 e 4.3) | |
|----------------------------|--|--|---|--|---|---|--|--|
| PUNTI DI FORZA | <ul style="list-style-type: none"> - Importante crocevia per accedere in Francia - Sistema infrastrutturistico estremamente panoramico - Continuo potenziamento delle infrastrutture su ruote e raddoppio del sistema ferroviario | <ul style="list-style-type: none"> - Piani attivi sia a livello regionale (PTR) sia a livello provinciale (PTC) - Il PTR rispetta la conformità e la composizione del territorio ligure con apposite legislazioni - Interesse mirato e suddiviso per i tre ambiti: città, costa e entroterra - Il PTC presenta analisi approfondite su vari fronti per stabilire su quali argomenti bisogna operare | <ul style="list-style-type: none"> - A livello provinciale, in particolare nelle zone più interne, è molto attivo il GAL_Riviera dei Fiori che unisce e coordina soggetti pubblici e privati che operano sul territorio - Finanziamenti su più livelli grazie al GAL: europeo, nazionale, regionale e provinciale - Progetto recentemente approvato (2021) e finanziato per la valorizzazione del territorio mediante i suoi prodotti che lo caratterizzano mediante lo sviluppo del turismo sostenibile | <ul style="list-style-type: none"> - Numerosi servizi essenziali lungo la costa o nelle città - Buona distribuzione di farmacie e studi medici su tutto il territorio - Buona distribuzione sul territorio di centri sportivi e associazioni dedicate | <ul style="list-style-type: none"> - Sino al 2017 sia le presenze che gli arrivi dei turisti presentavano delle variazioni percentuali rispetto all'anno precedente preso in esame positive e in aumento - Buona distribuzione percentuale di turisti stranieri e italiani che visitano la Provincia di Imperia - Turismo abitudinario e quindi sicuro infatti circa il 90% di visitatori ha già visitato la Provincia di Imperia - Buona percentuale di turisti che predilige muoversi a piedi - Altra percentuale di turisti che predilige l'entroterra e i suoi prodotti come la visita in centri storici e fare escursioni e gite | <ul style="list-style-type: none"> - Rete ciclabile e sentieristica molto sviluppata principalmente lungo il tratto costiero e il tratto montano con numerosi servizi connessi - Numerosi sentieri storici riconosciuti - Numerose offerte sempre più in crescita legate ad un turismo enogastronomico e sostenibile che tende ad incentrarsi sulle risorse locali - Numerosissimi siti di interesse paesaggistico e architettonico che rendono il paesaggio unico | <p>Interventi per evitare uno spopolamento già inseriti nel PTC della Provincia di Imperia</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Il PTR individua come interventi per l'entroterra nuovi stabilimenti e azioni per aprire nuove filiere e costruire posti di lavoro - La Variazione NTN e IMI nel mercato immobiliare è in aumento in metà delle zone intercettate dal mercato immobiliare - L'affitto tra il 2013 e il 2020 è in aumento nella Provincia di Imperia |
| PUNTI DI DEBOLEZZA | <ul style="list-style-type: none"> - Sistema infrastrutturistico primario sviluppato esclusivamente lungo il tratto costiero - Numerose problematiche legate alla manutenzione del sistema viabilistico e all'orografia del territorio - Problematiche rese evidenti in seguito all'analisi del PRT della Regione Liguria e del PTC della Provincia di Imperia - Presente un unico tratto autostradale a due corsie e un unico tratto ferroviario prettamente a una corsia - Trasporto pubblico carente sia sul tratto costiero che nell'entroterra | <ul style="list-style-type: none"> - Nonostante il PTR abbia fatto piani appositi per i tre livelli territoriali questi puntano maggiormente a investire sulla costa e sulla città tenendo invece l'entroterra in secondo piano - Il PTC risulta essere datato in particolar modo sulle analisi effettuate | | <ul style="list-style-type: none"> - Servizi essenziali saturi lungo la linea di costa mentre risultano essere scarsi o inesistenti nell'entroterra - Presenza di soli tre presidi ospedalieri lungo la costa e nessuno nell'entroterra - Servizi culturali presenti maggiormente nelle principali città quali Ventimiglia, Bordighera, e Imperia | <ul style="list-style-type: none"> - I dati del 2020, a causa della pandemia da COVID-19, gli arrivi e le presenze sono diminuite di poco meno della metà rispetto al periodo precedente - Turista prevalentemente di una categoria fissa: adulto, coppie o famiglie - Percentuale ancora troppo alta (82,5%) che predilige il mare e le località balneari non permettendo un'inversione di tendenza nelle motivazioni - Uso eccessivo di un mezzo proprio, come auto e moto, sia per giungere in loco che per fruire del luogo rispetto ad altri mezzi più sostenibili | <ul style="list-style-type: none"> - Predilezione a soggiornare in case di proprietà (36,5%) rispetto alle altre strutture ricettive - Nel report per la soddisfazione dei turisti la categoria che risulta essere quella peggiore è la mobilità e il parcheggio - Se si considerano i comuni della costa e quelli dell'entroterra e si confronta quanti siano i secondi superano i primi ma i punti IAT nel primo risultano essere maggiori che nel secondo provocando uno squilibrio - Nessuna rete ciclabile e pochissimi sentieri tracciati delle REL lungo la zona centrale della Provincia, essenzialmente quella collinare | <ul style="list-style-type: none"> - Poca pubblicità e conoscenza dei vari percorsi ciclistici ed escursionistici della Provincia - Istituite molte iniziative spesso non giunte ai risultati sperati | <ul style="list-style-type: none"> - Spopolamento dovuto anche alla mancanza di lavoro nelle zone più interne - La Variazione NTN e IMI nel mercato immobiliare è in diminuzione in metà delle zone intercettate dal mercato immobiliare - Le quotazioni medie immobiliari sono tutte negative tra il 2017 e il 2020 con una media del -1,8% - Le compravendite dal 2013 al 2017 è in netto crollo di circa 1.100 €/mq |
| OPPORTUNITÀ' | <ul style="list-style-type: none"> - Progetti di potenziamento del sistema infrastrutturale secondo le nuove linee guida del PRT | <ul style="list-style-type: none"> - I piani di azione risultano essere sempre più attivi nel corso degli anni per rispondere in maniera adeguata a qualsiasi necessità e risulteranno essere sempre più specifici - Possibilità di aggiornare costantemente le analisi e quindi i successivi interventi | | <p>Sia nel PTR che nel PTC sono presenti delle linee di azioni che si occupano dell'implementazione dei servizi essenziali in particolar modo per l'entroterra</p> | <ul style="list-style-type: none"> - I dati positivi e in aumento registrati sino al 2017, e quindi in epoca precedente al Covid, fanno ben sperare per una ripresa dei flussi turistici in provincia - Seguire e completare le direttive imposte dalla Regione Liguria, mediante il Piano Triennale del Turismo 2020, e gli studi effettuati sia mediante il PRT e PTC, si sta sempre più cercando di rispondere alle esigenze del turista e quindi implementare il turismo sostenibile attraverso interventi mirati sia sulla costa cercando di mutarla da luogo vacanziero estivo a fruibile tutto l'anno mentre per l'entroterra implementare i servizi già esistenti ma renderli fruibili e utilizzabili alla popolazione e ai turisti - Crescita sempre costante e continuo di un turismo esperienziale rispetto a uno tradizionale che si sta cercando di perpetuare mediante le varie azioni sia della Regione che della PROVINCIA - Implementazione di strutture ricettive che consentono di fruire il territorio in maniera più genuina e veritiera e che permetta ai locali di poter avere dei guadagni mediante delle sovvenzioni finanziarie - Le politiche messe in atto permettono un'espansione maggioritaria sia per quanto riguarda il turismo escursionistico e sportivo, per quello dedicato alla scoperta del territorio mediante i suoi prodotti tipici e er uno legato maggiormente alle bellezze naturalistiche e architettoniche e quindi alla scoperta del territorio e della storia | <p>Le direttive a livello regionale e a livello provinciale favoriscono il contrasto nei confronti dello spopolamento dell'entroterra mediante l'apertura di nuove filiere lavorative e servizi essenziali</p> | <p>Nel PTC e nella SSI 2021 del GAL sono presenti delle linee di azioni che si occupano dell'implementazione dei servizi dedicati all'ambito lavorativo</p> | |
| MINACCE | <ul style="list-style-type: none"> - Rischio di rendere la Provincia di Imperia sempre più isolata rispetto al territorio circostante -Tendenza ad una sempre più crescente dipendenza da automobili preferendola ad altri mezzi pubblici per spostarsi | <ul style="list-style-type: none"> - Rischio che gli interventi rimangano solo su carta e che non vengano mai realizzati o completati | <p>Possibilità di promuovere il territorio e ricevere ulteriori finanziamenti per rendere la provincia e l'entroterra sempre più competitivo</p> | <p>Rischio di continuare a sviluppare nelle città e lungo la costa servizi a discapito dell'entroterra</p> | <ul style="list-style-type: none"> - In seguito alla forte crisi nel settore dovuta alla Pandemia da Covid-19 con dati disastrosi ci potrebbero voler moltissimi anni prima che si riprendano i flussi positivi del precedente periodo - Continua necessità di controllare costantemente la rete ciclabile e REL e capire se le condizioni attuali possono garantire una fruibilità - Il target del turista troppo abitudinario potrebbe portare il settore ad annichilirsi su sé stesso tendendo a creare servizi esclusivi per questa tipologia di persone e non investendo su altro - Il turismo troppo incentrato sulla compravendita di seconde case potrebbe causare un'unica direttrice su cui si andrebbe a incentrare il soggiorno e quindi provocare sia una perdita economica per gli altri luoghi di villeggiatura e uno spopolamento in conseguenza alla fine delle vacanze - Rischio di incentrare l'offerta turistica sulla costa e sulla linea montana con sentieri e percorsi già esistenti e mettere il secondo piano l'entroterra e quindi la fascia collinare | <p>Rischio di un continuo spopolamento delle'entroterra nel corso degli anni per la mancanza di servizi, la scarsa possibilità di immettersi nel mercato del lavoro e l'arretratezza del sistema infrastrutturistico</p> | <p>Rischio di abbandono della Provincia di Imperia per mancanza di filiere lavorative e in base ai netti crolli delle compravendite delle abitazioni residenziali</p> | |
| PESI | +/- | +/- | + | +/- | +/- | +/- | +/- | |
| FONTI | <ul style="list-style-type: none"> - www.geoportal.regione.liguria.it - www.viamichelin.it - www.thetrainline.com - www.rivieratrasporti.it - www.rome2rio.it | <ul style="list-style-type: none"> -https://www.provincia.imperia.it/attivita/territorio-pianificazione/ptc - Regione Liguria, PTR, Piano Preliminare, Febbraio 2020 (https://www.regione.liguria.it/homepage/territorio/piani-territoriali/piano-territoriale-regionale.html) | <ul style="list-style-type: none"> -http://www.galrivieradefiiori.it -http://www.galrivieradefiiori.it/wp-content/uploads/2018/04/SL-RIMODULATA_vdef_18_03_2021_approvata.pdf | <ul style="list-style-type: none"> - www.geoportal.regione.liguria.it -https://www.provincia.imperia.it/attivita/territorio-pianificazione/ptc - Regione Liguria, PTR, Piano Preliminare, Febbraio 2020 (https://www.regione.liguria.it/homepage/territorio/piani-territoriali/piano-territoriale-regionale.html) | <ul style="list-style-type: none"> - Osservatorio Turistico Regione Liguria, Movimento turistico 2012,2013,2015,2017 e 2020 - Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019 - www.geoportal.regione.liguria.it - Regiona Liguria, Piano Turistico Triennale 2013/2015 della Regione Liguria, 27 novembre 2012 -https://www.provincia.imperia.it/attivita/territorio-pianificazione/ptc | <ul style="list-style-type: none"> - Regione Liguria, PTR, Piano Preliminare, Febbraio 2020 (https://www.regione.liguria.it/homepage/territorio/piani-territoriali/piano-territoriale-regionale.html) - https://www.booking.com - https://www.cicloviatirenica.com -https://www.altaviadeimontiliguri.com - P.T.C Imperia, La sentieristica e il sistema dei percorsi | <ul style="list-style-type: none"> - www.geoportal.regione.liguria.it -https://www.provincia.imperia.it/attivita/territorio-pianificazione/ptc - Regione Liguria, PTR, Piano Preliminare, Febbraio 2020 (https://www.regione.liguria.it/homepage/territorio/piani-territoriali/piano-territoriale-regionale.html) - http://www.galrivieradefiiori.it | <ul style="list-style-type: none"> - https://www.ottomilacensus.istat.it -https://www.provincia.imperia.it/attivita/territorio-pianificazione/ptc - https://www.aziendaelleentrate.it - Regione Liguria, PTR, Piano Preliminare, Febbraio 2020 (https://www.regione.liguria.it/homepage/territorio/piani-territoriali/piano-territoriale-regionale.html) - https://www.immobiliare.it - http://www.galrivieradefiiori.it |
| TEMATICHE SENSIBILI | <p>L'accessibilità risulta essere trattata in maniera differente tra nel tratto costiero rispetto all'entroterra ponendola come una problematica importante per la Provincia di Imperia ma si stanno effettuando una serie di interventi per potenziarla e migliorarla</p> | <p>Il governo del territorio nel corso degli ultimi anni si è reso molto attivo e vario sul territorio ma si teme che vi possa essere una certa disparità nel trattare la costa e le città rispetto all'entroterra il quale risulta sempre essere posto in secondo piano</p> | <p>La processualità che governa sulla Provincia di Imperia risulta essere un comparto con un risultato positivo in quanto presenta un ente che lavora su tutto il livello territoriale e che ha recentemente sviluppato un progetto e preso ingenti finanziamenti</p> | <p>I servizi risultano essere squilibrati tra la costa e le città che risultano spesso esserne saturate e l'entroterra in cui stanno sempre più venendo a mancare i servizi essenziali nonostante vi siano dei piani in atto</p> | <p>Il turismo nella Provincia di Imperia risulta essere uno dei settori trainanti del luogo e quello su cui si stanno sviluppando il maggior numero di iniziative sia per quanto riguarda l'interesse dei piani a livello regionale e provinciale sia per quanto riguarda i servizi e le offerte connesse. Presenta ancora delle carenze necessarie da risolvere per fruire e conoscere appieno del territorio che necessitano di essere colmate e, mediante le varie iniziative, si sta cercando di invertire la tendenza nel pensare che la Provincia sia solo una località di mare ma che dietro abbia una grande tradizione enogastronomica e un entroterra particolare con paesaggi unici che meritano di essere conosciuti e visitati,</p> | <p>La problematica maggiore della demografia nella Provincia di Imperia è l'evidente spopolamento dell'entroterra in favore delle città costiere per la mancanza di servizi, lavoro e per il sistema infrastrutturistico scarso ma si stanno proponendo iniziative per contrastare questo fenomeno</p> | <p>L'analisi del comparto socio-economico ha evidenziato una crisi nel mercato immobiliare e in quello del lavoro ma per contrastare questo fenomeno vi sono azioni in corso sia dal punto di vista regionale, provinciale e locale</p> | |

SWOT

AMBITO RISTRETTO: I COMUNI DELL'OLIO DI OLIVA

| TEMATICA | ACCESSIBILITÀ (rif. par. 4.5 e 4.3) | GOVERNO DEL TERRITORIO (rif. par. 4.3) | PROCESSUALITÀ (rif. par. 4.4 e 4.3) | SERVIZI (rif. par. 4.8 e 4.3) | TURISMO, SERVIZI E OFFERTE (rif. par. 4.9; 4.3; 3.1.3; 3.1.4) | DEMOGRAFIA (rif. par. 4.4) | SOCIO-ECONOMICO (rif. par. 4.7 e 4.3) | | |
|----------------------------|--|---|---|---|--|--|---|--|--|
| PUNTI DI FORZA | <ul style="list-style-type: none"> - Servizio infrastrutturalistico panoramico che permette di visitare a pieno l'ambito - Mediamente in una '30ina di minuti si raggiunge, con l'automobile, almeno uno dei poli principali che possiede una stazione ferroviaria e lo svincolo per l'autostrada - In un minimo di 1H e massimo 2H, mediante un mezzo privato, si raggiunge o l'aeroporto di Nizza o quello di Genova in base a quale comune di ci colloca | <ul style="list-style-type: none"> - I PUC o RE dei comuni dell'ambito presenti sono aggiornati e presentano uno studio approfondito e utile - Poco più della metà dei comuni presentano un piano aggiornato | <ul style="list-style-type: none"> - Numerose associazioni che militano nei comuni dell'ambito in particolar modo l'associazione "Città dell'Olio" è presente in tutti per valorizzare il prodotto di maggior pregio - Associazioni attive sul territorio e promotrici dello stesso mediante pubblicità | <ul style="list-style-type: none"> - Tutti i comuni presentano almeno una farmacia o/e uno studio medico - La maggior parte dei comuni presentano una scuola dell'infanzia e una primaria - Tutti i comuni presentano almeno un centro sportivo | <ul style="list-style-type: none"> - Tutti i dati statistici presenti nella SWOT TERRITORIALE possono essere considerati validi anche per quanto riguarda l'ambito ristretto in quanto non si riescono a reperire dati per questi comuni - Varia e numerosa offerta ricettiva in tutti i comuni dell'ambito - Sono presenti dei percorsi sia della Rete Escursionistica Ligure e sia dei tratti storici - Nei comuni ove è presente la REL vi si trovano anche numerosi servizi legati a questi percorsi | <ul style="list-style-type: none"> - Organizzate numerose iniziative per implementare il turismo escursionistico e valorizzare i percorsi già preesistenti - I comuni dell'ambito presentano il maggior numero di oliveti e strutture legatierispetto agli altri comuni della provincia di Imperia denotando un paesaggio unico nel suo genere e meta per un turismo esperienziale - I comuni dell'ambito presentano un paesaggio e delle architetture al loro interno ritenute di grande pregio e vincolate per la loro particolarità | <ul style="list-style-type: none"> - Il Piano Triennale del Turismo 2020, come il Piano Strategico di Marketing 2021, tratta come argomenti prioritari e da indicazioni e obiettivi sui percorsi tematici, borghi storici e la filiera di slow tourism e su come valorizzarli trovandosi attinenti ai comuni dell'ambito - Progetto del PTC che tratta del turismo nel territorio dell'entroterra mediante il progetto "Sviluppo turistico dell'entroterra montano" in cui si cerca di legare cultura, natura, sport e agricoltura al turismo - Progetto del 2021 da parte del GAL come tematica il turismo sostenibile già finanziato | <ul style="list-style-type: none"> - La % maggiore della popolazione in tutti i comuni fa parte della popolazione attiva (15-64 anni) - Ad Apricale, Badalucco, Vasia e Chiusanico l'indice di dipendenza strutturale è in diminuzione mediamente del -2% - La popolazione straniera è in aumento di 2 punti % rappresentando il 15% del totale della popolazione - Isolabona, Badalucco e Prelà presentano una variazione positiva della popolazione straniera - Pop. straniera sempre più eterogenea grazie alla provenienza sempre maggiore extra-europea | <ul style="list-style-type: none"> - Nella maggior parte dei comuni i tassi analizzati di occupazione sono in aumento - Il tasso di occupazione nel settore commerciale-industriale, extracommerciale-terziario è in aumento - La partecipazione del mercato del lavoro è in aumento e positiva in tutti i comuni come quello maschile e femminile - Aumento del livello di istruzione per gli adulti e per i giovani è in aumento - NTN e IMI in aumento nella Valle Impero (7% e 5,2%) - Compravendita di immobili e affitto simili tra i comuni |
| PUNTI DI DEBOLEZZA | <ul style="list-style-type: none"> - Trasporto pubblico estremamente carente con poche corse e scarsi collegamenti sia tra i comuni stessi che con i principali poli - Sono presenti esclusivamente strade provinciali e secondarie - Non è presente alcun collegamento ferroviario o autostradale nei comuni dell'ambito - Tutte le tempistiche, se si utilizzano i mezzi pubblici, raddoppiano - Nessun servizio ecosostenibile per muoversi nel territorio - Necessaria una continua manutenzione delle strade perchè unico mezzo di comunicazione | <ul style="list-style-type: none"> - Poco meno della metà dei comuni non si riesce a trovare la documentazione - Per il comune di Chiusanico non è presente alcuna tipologia di documentazione - Le varianti o progetti preliminari dei piani in fase di approvazione sono molto datati | <ul style="list-style-type: none"> - Tante associazioni attive sul territorio ma in maniera troppo frammentaria e disconnessa tra di loro - Alcune associazioni sono attive solo in 1/2 comuni rendendo difficile la governance | <ul style="list-style-type: none"> - Scarsa presenza di servizi essenziali in generale rispetto alla costa o alle città - Nei comuni dell'ambito non sono presenti scuole secondarie di I e II grado costringendo quindi la popolazione a spostarsi - Nessun ospedale presente nei comuni con il più vicino nei centri più grandi e distante circa 20 minuti di auto -Meno della metà dei comuni presentano un servizio culturale | <ul style="list-style-type: none"> - Non si riescono a reperire dati specifici per quanto riguarda i comuni dell'ambito selezionato data la dimensione ridotta e l'importanza secondaria rispetto ad altri comuni quindi si è costretti a ritenere validi quelli che prendono in considerazione l'intera Provincia di Imperia - Nei comuni dell'ambito sono presenti solamente due punti IAT su nove comuni - Non è presente nessuna pista ciclabile passante per i comuni dell'ambito - I tratti della REL non permettono di connettere in un unico percorso i comuni tra di loro rendendo difficile la fruizione da parte di coloro che prediligono eseguire un percorso escursionistico e sostenibile - Le iniziative organizzare per la valorizzazione e implementazione dei percorsi per un turismo escursionistico non si sono sviluppate adeguatamente sul territorio e non hanno portato i risultati attesi - Iniziative spesso dei singoli comuni senza creare qualcosa di univoco e che li leghi anche per le loro caratteristiche in comune | <ul style="list-style-type: none"> - Non si riescono a reperire dati specifici per quanto riguarda i comuni dell'ambito selezionato data la dimensione ridotta e l'importanza secondaria rispetto ad altri comuni quindi si è costretti a ritenere validi quelli che prendono in considerazione l'intera Provincia di Imperia - Nei comuni dell'ambito sono presenti solamente due punti IAT su nove comuni - Non è presente nessuna pista ciclabile passante per i comuni dell'ambito - I tratti della REL non permettono di connettere in un unico percorso i comuni tra di loro rendendo difficile la fruizione da parte di coloro che prediligono eseguire un percorso escursionistico e sostenibile - Le iniziative organizzare per la valorizzazione e implementazione dei percorsi per un turismo escursionistico non si sono sviluppate adeguatamente sul territorio e non hanno portato i risultati attesi - Iniziative spesso dei singoli comuni senza creare qualcosa di univoco e che li leghi anche per le loro caratteristiche in comune | <ul style="list-style-type: none"> - La popolazione residente, secondo gli ultimi dati, presenta una diminuzione media del -3,5% denotando uno spopolamento - Popolazione sui 65+ in costante aumento rispetto alle altre due fasce prese in esame - Aumento di circa due anni dell'età media della pop. - Anche se di poco, nella maggior parte dei comuni l'indice di dipendenza strutturale è in aumento - La variazione del saldo naturale è negativa in quasi tutti i comuni, quindi le morti superano le nascite - La maggior parte dei comuni presenta una variazione negativa della popolazione straniera | <ul style="list-style-type: none"> - Il tasso di occupazione è negativo a Isolabona, Badalucco, Prelà e Chiusanico - Il tasso occupazionale nel settore agricolo è in calo del -4,7% in media - Tasso di disoccupazione in aumento in tutti i comuni e in tutte le categorie (F e G maggiore rispetto alla M) - Bajardo, Prelà, Badalucco e Dolcedo presentano una diminuzione della % di incidenza dei giovani che non studiano e non lavorano - In alcuni comuni l'indice di analfabetizzazione è in aumento come l'uscita precoce dal sistema scolastico - NTN e IMI in diminuzione nelle zone dell'ambito - Quotazioni medie immobiliari residenz. in diminuzione | |
| OPPORTUNITÀ | <ul style="list-style-type: none"> - Tendenza a rendere i comuni dell'ambito isolati per le poche strade che li collegano - Rischio di eliminare definitivamente il servizio del trasporto pubblico | <ul style="list-style-type: none"> - Opportunità di aggiornare in maniera costante i piani già presenti e di fare in modo che quelli senza documentazione la implementino anche grazie alle direttive provinciali e regionali | <ul style="list-style-type: none"> - Si auspica una cooperazione maggiore tra i vari comuni per poter accedere a un maggior numero di finanziamenti e per lo sviluppo attivo dei progetti | <ul style="list-style-type: none"> - Il PTR e il PTC prevede misure specifiche per l'implementazione dei servizi essenziali quali sportivi, scolastici e d'interesse culturale | <ul style="list-style-type: none"> - Mediante un sempre più forte interesse verso un turismo esperienziale e sostenibile legato alla scoperta del territorio si potranno andare a implementare quelli che sono i percorsi attuali e a migliorare i servizi connessi - Il numero consistente di terrazzamento adatti all'agricoltura e alla tradizione dell'Olive Taggiasca e le iniziative che sempre più si stanno sviluppando potrebbero essere l'occasione per dare una caratterizzazione unica al territorio mediante appositi finanziamenti e progetti - I numerosi piani sia a livello regionale che provinciale prevedono numerosissime operazioni per valorizzare il territorio mediante lo sviluppo di una filiera che risponda alle esigenze del turismo sostenibile mediante la creazione di un parco apposito, l'implementazione dei servizi e dei percorsi già esistenti e il recupero di spazi architettonici e tradizioni - Gli interventi già finanziati da parte del GAL sono di buono auspicio per progetti futuri | <ul style="list-style-type: none"> - Le direttive a livello regionale e a livello provinciale favoriscono il contrasto nei confronti dello spopolamento dell'entroterra mediante l'apertura di nuove filiere lavorative e servizi essenziali | <ul style="list-style-type: none"> - Progetti attivi da parte delle regioni e della provincia per attivare nuove filiere lavorative e aumentare l'attrattività economica dei comuni dell'ambito | | |
| MINACCE | <ul style="list-style-type: none"> - In programma da PTR rientra un progetto per la viabilità di collegamento di strade provinciali e comunali per collegare al meglio i nuclei e l'implementazione dei servizi e della rete legata alla ciclabilità del luogo | <ul style="list-style-type: none"> - Rischio che non si effettuino gli appositi studi e documentazione e che le strategie per i comuni non siano aggiornati | | <ul style="list-style-type: none"> - Possibile abbandono dei comuni da parte dei residenti in favore e comuni che offrono maggiori servizi - Rischio che i piani del PTR e PTC non vengano sviluppati | <ul style="list-style-type: none"> - I pochissimi punti IAT nei comuni potrebbero causare una disinformazione sull'offerta turistica del territorio e quindi non promuoverlo appieno - La distribuzione costiera e montana dei percorsi potrebbe continuare a protrarsi e l'entroterra collinare potrebbe non essere mai dotata di questo servizio - Nonostante vi siano in programma numerose iniziative legate al turismo sostenibile ed escursionistico questi potrebbero non portare i risultati sperati e finire come le iniziative precedentemente sviluppate sui territori | <ul style="list-style-type: none"> - Rischio di spopolamento nei comuni dell'ambito - Rischio che con il protrarsi degli anni la popolazione aumenti sempre di più tanto da sovrastare le altre categorie | <ul style="list-style-type: none"> - Rischio di abbandono dei comuni dell'entroterra per mancanza di filiere lavorative e in base ai netti crolli delle compravendite delle abitazioni residenziale | | |
| PESI | -/+ | +/- | +/- | +/- | +/- | +/- | +/- | | |
| FONTI | <ul style="list-style-type: none"> - www.geoportal.regione.liguria.it; www.viamiche-lin.it; www.thetrainline.com; www.rivieratrasporti.it; www.rome2rio.it; Regione Liguria, PTR, Piano Preliminare, Febbraio 2020 (https://www.regione.liguria.it/homepage/territorio/piani-territoriali/piano-territoriale-regionale.html) | <ul style="list-style-type: none"> - http://www.comuneisolabona.it - http://www.comunebajardo.it - http://www.comunedolcedo.it - http://www.comuneprela.it - http://www.comuneborgomaro.it | <ul style="list-style-type: none"> - http://www.tuttiitalia.it (ricerca effettuata per ogni singolo comune dell'ambito) | <ul style="list-style-type: none"> - www.geoportal.regione.liguria.it - https://www.provincia.imperia.it/attivita/territorio-pianificazione/ptc - Regione Liguria, PTR, Piano Preliminare, Febbraio 2020 (https://www.regione.liguria.it/homepage/territorio/piani-territoriali/piano-territoriale-regionale.html) | <ul style="list-style-type: none"> - Osservatorio Turistico Regione Liguria, Movimento turistico 2012,2013,2015,2017 e 2020 - Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019 - www.geoportal.regione.liguria.it - Regione Liguria, Piano Turistico Triennale 2013/2015 della Regione Liguria, 27 novembre 2012 - https://www.provincia.imperia.it/attivita/territorio-pianificazione/ptc | <ul style="list-style-type: none"> - Regione Liguria, PTR, Piano Preliminare, Febbraio 2020 (https://www.regione.liguria.it/homepage/territorio/piani-territoriali/piano-territoriale-regionale.html) - https://www.booking.com - https://www.cicloviatirenica.com - https://www.altaviademontiliguri.com - P.T.C Imperia, La sentieristica e il sistema dei percorsi | <ul style="list-style-type: none"> - https://www.provincia.imperia.it/attivita/territorio-pianificazione/ptc - https://www.galrivieradeifiori.it/wp-content/uploads/2018/04/SL-RIMODULATA_vdef_18_03_2021_approvata.pdf - https://www.tuttiitalia.it - https://www.demo.istat.it | <ul style="list-style-type: none"> - https://www.ottomilacensus.istat.it - https://www.provincia.imperia.it/attivita/territorio-pianificazione/ptc - https://www.agenziadelleentrate.it - https://www.osservatoriomercatoimmobiliare.it - https://www.immobiliare.it - http://www.galrivieradeifiori.it | |
| TEMATICHE SENSIBILI | <p>L'accessibilità risulta essere molto limitata dall'assenza di adeguate connessioni sia mediante mezzi privati che pubblici con i comuni circostanti e i poli di maggior interesse nell'area e necessitano di una continua revisione perchè unica via di comunicazione</p> | <p>Il governo del territorio risulta essere ancora in fase di sviluppo per molti comuni mentre gli altri si trovano in linea con le direttive regionali e provinciali che stanno cercando sempre più di integrare nella maniera più consana possibile</p> | <p>La processualità sul territorio dell'ambito risulta essere attiva anche se sarebbe più consona una governance maggiore tra i differenti comuni e le associazioni sul luogo seguendo le direttive regionali e provinciali</p> | <p>I servizi essenziali nei comuni dell'ambito risultano essere un po' scarsi anche se non mancanti totalmente, la fortuna è che i piani provinciali e regionali siano attivi per poter ovviare a questa mancanza</p> | <p>Il turismo nei comuni dell'ambito selezionato risulta essere uno dei settori fondamentali e del luogo per l'economia del territorio e su cui si stanno sviluppando il maggior numero di iniziative sia per quanto riguarda l'interesse a livello regionale e provinciale sia per quanto riguarda i servizi e le offerte connesse al settore sempre più presenti. Presenta ancora delle carenze necessarie da risolvere per fruire e conoscere appieno del territorio e per andare incontro alle richieste del turista che necessitano di essere colmate. Mediante le varie iniziative, si sta cercando di proporre e incentivare un turismo sempre più legato alla sostenibilità e alle bellezze e particolarità del territorio in particolar modo dal punto di vista enogastronomico e architettonico/paesaggistico creando appositi percorsi o aree e un apposito assetto comunicativo</p> | <p>Dal punto di vista demografico si individua un innalzamento dell'età media e della popolazione oltre i 65 anni, questo potrebbe comportare spopolamento e una necessità di modificare i servizi attivi</p> | <p>Nonostante il mercato di lavoro stia mutando passando dal settore agricolo agli altri come il commerciale-terziario vi sono ancora dei cali e delle difficoltà nel mondo del lavoro che si stanno cercando di ovviare mediante degli appositi piani studiati per il settore e l'entroterra</p> | | |

OBBIETTIVI

TEMATICHE SENSIBILI E OBBIETTIVI STRATEGICI:
SUNTO DALLA SWOT TERRITORIALE E DELLA SWOT DELL'AMBITO RISTRETTO



ACCESSIBILITA'

L'ACCESSIBILITÀ RISULTA ESSERE IN SQUILIBRIO TRA LA COSTA E L'ENTROTERRA INFATTI QUI SI PRESENTA MOLTO LIMITATA DALL'ASSENZA DI ADEGUATE CONNESSIONI SIA MEDIANTE MEZZI PRIVATI CHE PUBBLICI CON I COMUNI CIRCOSTANTI E I POLI DI MAGGIOR INTERESSE NELL'AREA E NECESSITANO DI UNA CONTINUA REVISIONE PERCHÈ UNICA VIA DI COMUNICAZIONE

IMPLEMENTARE I SERVIZI RIGUARDANTI L'ACCESSIBILITÀ RENDENDO LE STRADE SEMPRE PRATICABILI E IL SERVIZIO PUBBLICO DEI TRASPORTI PIÙ EFFICIENTE E SOSTENIBILE

GOVERNO DEL
TERRITORIO

IL GOVERNO DEL TERRITORIO SI PRESENTA ATTIVO SUL TERRITORIO MA PRESENTA DISPARITÀ TRA COSTA E ENTROTERRA INFATTI QUI RISULTA ESSERE ANCORA IN FASE DI SVILUPPO PER MOLTI COMUNI MENTRE GLI ALTRI SI TROVANO IN LINEA CON LE DIRETTIVE REGIONALI E PROVINCIALI CHE STANNO CERCANDO SEMPRE PIÙ DI INTEGRARE NELLA MANIERA PIÙ CONSANA POSSIBILE

CONTINUARE A SVILUPPARE PIANI URBANISTICI COMUNALI INTEGRANDO SEMPRE PIÙ LE DIRETTIVE E LE AZIONI PROPOSTE DALLA REGIONE E DALLA PROVINCIA

PROCESSUALITA'

LA PROCESSUALITÀ RISULTA ESSERE MOLTO ATTIVA SUI VARI LIVELLI ANCHE SE, PER I COMUNI DELL'AMBITO, SAREBBE PIÙ CONSONA UNA GOVERNANCE MAGGIORE TRA I DIFFERENTI COMUNI E LE ASSOCIAZIONI SUL LUOGO SEGUENDO LE DIRETTIVE REGIONALI E PROVINCIALI

PROMUOVERE IN MANIERA SEMPRE PIÙ AUDACE LA PROCESSUALITÀ NELL'AMBITO MIGLIORANDO LA GOVERNANCE TRA I COMUNI E LE ASSOCIAZIONI

SERVIZI

I SERVIZI ESSENZIALI RISULTANO ESSERE SQUILIBRATI TRA COSTA E ENTROTERRA INFATTI NEI COMUNI DELL'AMBITO RISULTANO ESSERE UN PO' SCARSI ANCHE SE NON MANCANTI TOTALMENTE, LA FORTUNA È CHE I PIANI PROVINCIALI E REGIONALI SIANO ATTIVI PER POTER OVVIARE A QUESTA MANCANZA

IMPLEMENTARE I SERVIZI GIÀ PRESENTI SUL TERRITORIO E CREARNE DI NUOVI PER SODDISFARE LA RICHIESTA DELLA POPOLAZIONE

DEMOGRAFIA

DAL PUNTO DI VISTA DEMOGRAFICO SI INDIVIDUA UN INNALZAMENTO DELL'ETÀ MEDIA E DELLA POPOLAZIONE OLTRE I 65 ANNI, QUESTO POTREBBE COMPORTARE SPOPOLAMENTO IN FAVORE DELLA COSTA E DELLE CITTÀ CHE POTREBBE PROVOCARE UNA MODIFICAZIONE NEI SERVIZI ATTIVI

CONTRASTARE MEDIANTE SERVIZI E LAVORO LO SPOPOLAMENTO DEI BORGHI DELL'AMBITO FAVORENDONE LA CONTINUITÀ ABITATIVA

SOCIO -
ECONOMICO

NONOSTANTE IL MERCATO DI LAVORO STIA MUTANDO PASSANDO DAL SETTORE AGRICOLO AGLI ALTRI COME IL COMMERCIALE-TERZIARIO VI SONO ANCORA DEI CALI E DELLE DIFFICOLTÀ NEL MONDO DEL LAVORO CHE SI STANNO CERCANDO DI OVVIARE MEDIANTE DEGLI APPOSITI PIANI STUDIATI PER IL SETTORE E L'ENTROTERRA

COSTRUIRE DELLE APPOSITE FILIERE LAVORATIVE PER IMPLEMENTARE IL LAVORO NEI COMUNI DELL'AMBITO E CHE SI INTEGRINO CON L'OFFERTA E LA RICHIESTA DELLA POPOLAZIONE

TURISMO

IL TURISMO NEI COMUNI DELL'AMBITO SELEZIONATO RISULTA ESSERE UNO DEI SETTORI FONDAMENTALI I DEL LUOGO PER L'ECONOMIA DEL TERRITORIO E SU CUI SI STANNO SVILUPPANDO IL MAGGIOR NUMERO DI INIZIATIVE SIA PER QUANTO RIGUARDA L'INTERESSE A LIVELLO REGIONALE E PROVINCIALE SIA PER QUANTO RIGUARDA I SERVIZI E LE OFFERTE CONNESSE AL SETTORE SEMPRE PIÙ PRESENTI. PRESENTA ANCORA DELLE CARENZE NECESSARIE DA RISOLVERE PER FRUIRE E CONOSCERE APPIENO DEL TERRITORIO E PER ANDARE INCONTRO ALLE RICHIESTE DEL TURISTA CHE NECESSITANO DI ESSERE COLMATE. MEDIANTE LE VARIE INIZIATIVE, SI STA CERCANDO DI PROPORRE E INCENTIVARE UN TURISMO SEMPRE PIÙ LEGATO ALLA SOSTENIBILITÀ E ALLE BELLEZZE E PARTICOLARITÀ DEL TERRITORIO IN PARTICOLAR MODO DAL PUNTO DI VISTA ENOGASTRONOMICO E ARCHITETTONICO/PAESAGGISTICO CREANDO APPOSITI PERCORSI O AREE E UN APPOSITO ASSETTO COMUNICATIVO

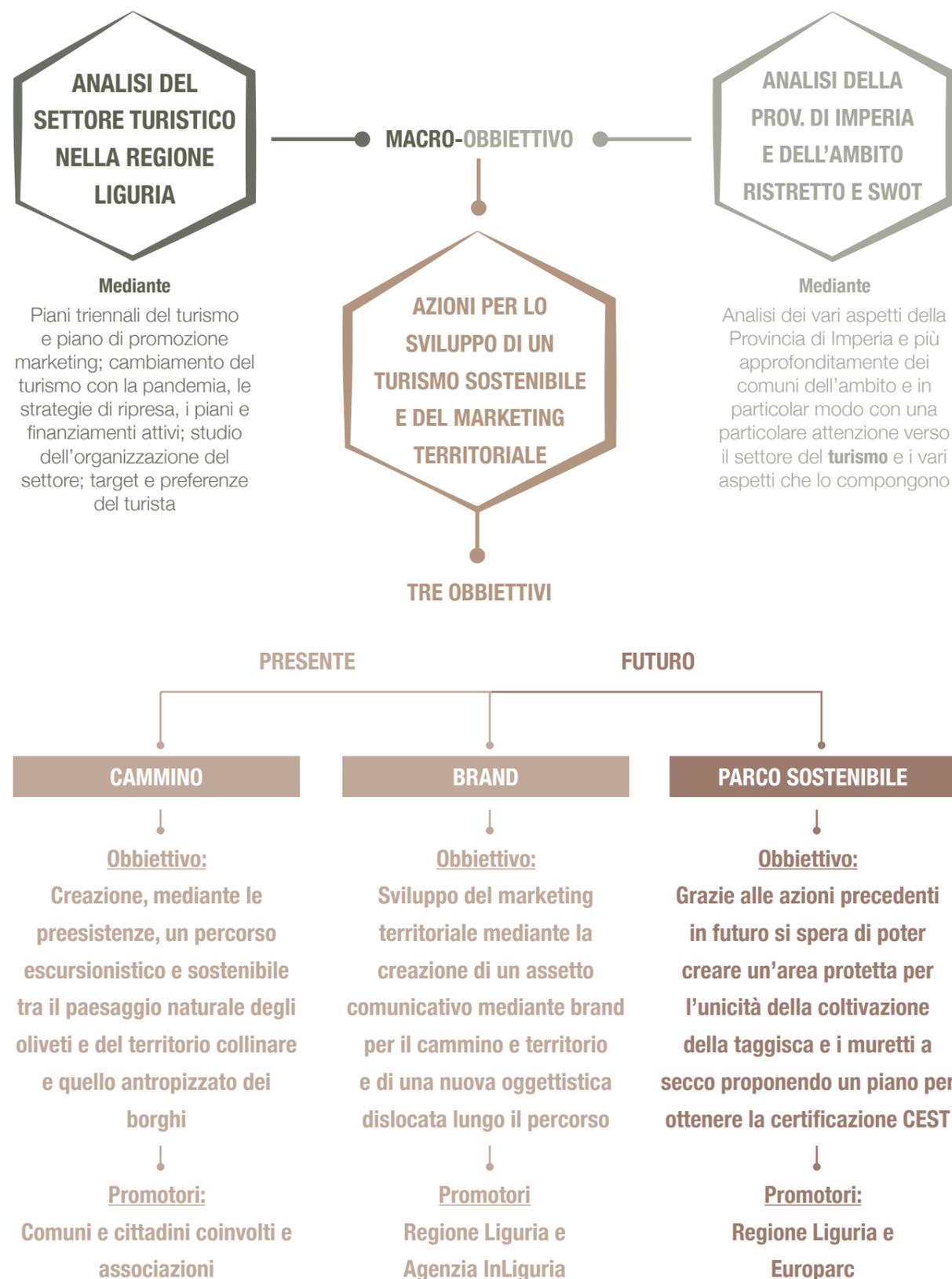
1. NECESSARIO IMPLEMENTARE I SERVIZI INFORMATIVI PER FAR COMPRENDERE L'UNICITÀ DEL LUOGO
2. CREARE, DAI TRACCIATI GIÀ ESISTENTI, UN PERCORSO NATURALISTICO E SOSTENIBILE CHE UNISCA E FACCIÀ SCOPRIRE I COMUNI DELL'AMBITO
3. RIPENSARE ALL'ASSETTO COMUNICATIVO DEL LUOGO PER PERMETTERE UNA CONOSCENZA E COMPETITIVITÀ RISPETTO AD ALTRI LUOGI PIÙ CONOSCIUTI
4. FORMULARE UN PIANO DI AZIONE PER LA CREAZIONE DI UN LUOGO CHE SIA SOSTENIBILE E TUTELATO DEDICATO ALL'OLIVA TAGGIASCA E ALLA SUA FILIERA IN QUANTO SPECIALITÀ UNICA DEL LUOGO

Le analisi effettuate sino a questo punto sono state fondamentali per comprendere i punti di forza e di debolezza del luogo in modo da capire come agire nel miglior modo in un futuro. Punto veramente critico e discusso riguarda l'elemento essenziale per fruire di un luogo infatti l'**accessibilità** risulta ancora essere un problema in quanto è presenta una netta disparità tra l'entroterra e la costa sia per i servizi offerti che per la tipologia di strade ma soprattutto per il trasporto pubblico, infatti sulla costa risulta essere criticato ma almeno funzionale mentre nell'entroterra risulta molto frammentario e poco utilizzato sia per la sua scarsità di mezzi che per l'investimento che ne viene fatto su questi in quanto risultano molto antiquati e inquinanti quindi il prossimo passo che le istituzioni dovrebbero fare è quello di eliminare in primis questo divario e favorire l'accesso e la fruizione dell'entroterra non solo mediante un mezzo privato ma anche con mezzi pubblici. Per quanto riguarda invece i piani del **governo del territorio** e la **processualità** sia le istituzioni che le associazioni sono molto attive sul territorio tanto da aver intrapreso una serie di iniziative e finanziamenti proprio per valorizzare il territorio nonostante vi siano delle mancanze ancora da colmare come nel primo caso tutti i comuni necessitano di un PUC o RE adeguato e in linea con le direttive generali mentre nel secondo caso sarebbe necessaria una comunicazione e coinvolgimento maggioritario tra i soggetti attivi. Altra tematica fondamentale e legata alle precedenti è quella dei **servizi** che risultano essere quasi saturi sulla costa e sempre meno presenti man mano che si accede nell'entroterra in particolar modo quelli legati alla salute pubblica e all'istruzione che mettono nella situazione di muoversi quotidianamente mediante un mezzo privato vista la problematica precedentemente descritta riscontrata nei servizi di trasporto pubblico ma vi sono attualmente delle iniziative a livello regionale e provinciale atte a cercare di risolvere questa differenza e a fornire anche l'entroterra di servizi essenziali infatti una delle azioni che si potrebbero immediatamente fare è migliorare le strutture già esistenti e implementarle mediante nuove oppure migliorare in primis l'accessibilità all'ambito.

Infine altri risultati fondamentali sono stati ricavati dall'analisi **demografica** e la **socio-economica** le quali risultano essere connesse perchè la prima ha denotato una popolazione che sta diminuendo e quindi abbandonando i borghi ma anche che sta diventando sempre più anziana in quanto si è alzata negli anni analizzati la popolazione oltre i 65 anni e si è alzata mediamente l'età media, nota positiva è che il livello di istruzione si sta alzando infatti si sta passando sempre più da lavori legati al settore agricolo al settore industriale e terziario e quindi si stanno modificando le modalità di vivere e le necessità di una nuova popolazione. Altra nota positiva è un'eterogeneità nella popolazione perchè gli stranieri stanno sempre più aumentando e moltissimi stanno provenendo da zone extra-europee, quindi l'ambito sta sempre più raggiungendo e conquistando popolazioni straniere. Questi dati sono confortanti perchè tutte le iniziative, sia sociali che lavorative, stanno cercando di evitare lo spopolamento di questi luoghi. Ma in seguito alle numerose analisi effettuate si è compreso come l'argomento prioritario per il luogo che si deve necessariamente perseguire e sviluppare in un apposito progetto deve obbligatoriamente legarsi al **turismo** e alla **sostenibilità**, la prima categoria risulta essere il perno essenziale della vitalità e dell'economia del luogo, mentre la seconda categoria è l'argomento essenziale di qualsiasi tipologia di progetto, quindi connesso all'attualità. Fondamentale è lo sviluppo di questo settore in quanto il territorio sta sempre più investendo sui servizi ad essa connessa infatti l'interesse del turista, i piani, le azioni e i finanziamenti sono volti alla valorizzazione e alla fruizione sempre maggiore dell'ambito mediante diverse tipologie di turismo come la scoperta del territorio attraverso attività sportive ed escursionistiche, oppure la visita di borghi antichi, architetture e luoghi naturalistici unici mediante una conoscenza delle tradizioni enogastronomiche e del patrimonio immateriale. Perciò seguendo le direttive generali, le volontà espresse dal turista e la vocazione del luogo si rende necessario creare un progetto di valorizzazione mediante una campagna comunicativa e uno di fruizione mediante la creazione di un percorso nel territorio.

CAPITOLO 5

IL PROGETTO :
LA COMUNICAZIONE E IL PERCORSO SOSTENIBILE DEL
“CAMIN DE L’AURIVA TAGGIASCA”



1. <https://www.regione.liguria.it/giunta/capaci-di-agire-e-di-reagire/abbiamo-lavorato-bene-la-nostra-terra/muretti-a-secco-unesco.html>

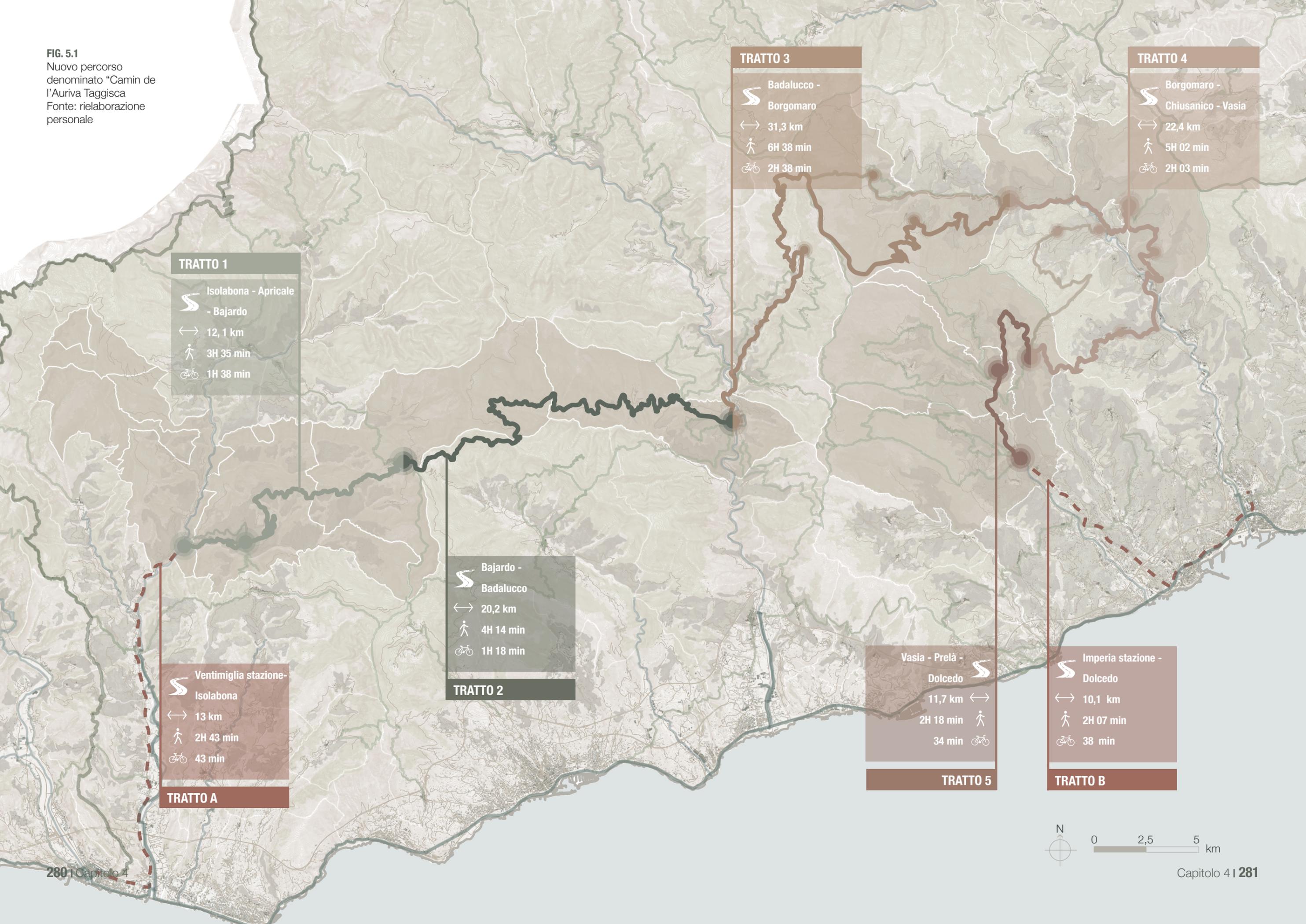
In seguito alle numerose analisi effettuate in primo luogo sulla Regione Liguria, in particolar modo concentrandosi sul settore del turismo e le iniziative verso la sostenibilità, e in secondo luogo sulla Provincia di Imperia, in particolar modo sui comuni selezionati che facessero parte dei circuiti che militano nella valorizzazione e protezione della coltura dell'oliva taggisca, si sono desunte moltissime finalità le quale hanno portato tutte ad un unico macro-obiettivo ovvero valorizzare e sviluppare il turismo dei luoghi più interni e meno soggetti a questo fenomeno mediante piani incentrati sul vivere il territorio in maniera sostenibile e la conoscenza di questo mediante una pubblicità sviluppando un piano di marketing sul territorio. Da questo macro-obiettivo ne sono susseguiti altri tre obiettivi di cui due (formazione di un nuovo cammino e la progettazione del brand) immediatamente applicabili mediante l'interessamento dei possibili promotori che militano sul territorio e quindi facilmente sviluppabili, mentre il terzo (la formazione di un'area protetta e di un parco seguendo le direttive EUROPARC per trasformarlo in zona certificata per il turismo sostenibile) è direttamente condizionato dai precedenti in quanto il territorio necessita di essere frequentato, visitato e conosciuto anche da un punto inusuale e necessita di una promozione che lo rilanci permettendo di poterlo sempre migliorare. Perciò una volta giunta questa conoscenza e consapevolezza del territorio e dell'unicità di questo, sia grazie alle sue caratteristiche che alla filiera lega la coltivazione della taggisca con la tradizione dei muretti a secco già patrimonio UNESCO dal 2018¹, si potrà pensare ad un programma più ampio per la protezione di questa industria mediante delle sovvenzioni europee e una riconoscenza che il territorio merita pur sempre rispettando l'ambiente e il territorio mediante un turismo che sia il più sostenibile possibile mediante apposite accortezze. Quindi le strategie progettuali in primo luogo puntano a far conoscere e valorizzare il territorio in modo da avere un numero sempre maggiore di turisti interessati al territorio e alle sue unicità mediante la creazione di un nuovo cammino su quelli già esistenti e un brand per poi, in futuro e come speranza, suscitare un interesse tale da inserirlo in un circuito più ampio.

5.2.1 U Camin de l'Auriva Taggiasca

La creazione di un percorso integrato con il sistema attualmente già presente nel luogo rappresenta una sfida molto difficoltosa in particolar modo per la conformazione del territorio dell'entroterra imperiese fatto da numerose salite e discese determinate da un sistema collinare terrazzato. La volontà di creare un percorso funzionale e fruibile è derivata dalle precedenti analisi effettuate, infatti dall'indagine effettuata da parte dell'Osservatorio turistico regione Liguria sulle preferenze del turista giunto nella Provincia è emerso un particolare interesse verso l'escursionismo, il relax, la visita a borghi e paesaggi ma in particolar modo sono stati apprezzati sia l'unicità del paesaggio che l'offerta enogastronomica portando quindi il turista, oltre al paesaggio costiero e alla volontà di giungere in loco escusivamente per il mare, a visitare anche l'entroterra. Inoltre, dalle analisi, è emersa una necessità di trovare una modalità ecologica e sostenibile per fruire di un luogo che si presenta frammentario ma unico nel suo genere grazie alla coltura e alla tradizione dell'oliva taggiasca e della sua filiera. Infatti i comuni inseriti nell'ambito, considerati particolari per la loro conformazione architettonico-urbanistica e la loro cultura immateriale, fanno tutti parte di un importante percorso individuato dall'associazione Cammini Europei legato alla cultura dell'oliva ma anche dell'Associazione Città dell'Olio le quali presentano i comuni come luoghi di particolar interesse senza però svolgere delle azioni attive di tutela e valorizzazione. In particolar modo questi, allo stato attuale, risultano essere slegati tra di loro sia fisicamente che in maniera immateriale in quanto nessun percorso della Rete Escursionistica Ligure, dell'Alta Via dei Monti Liguri o della Pista Ciclabile Tirrenica li unisce in un percorso fruibile da tutti, infatti la maggior parte dei comuni presentano dei tratti per poterlo fruire ma non è mai stato pensato nulla che li colleghi permettendo nello stesso momento sia di osservare il paesaggio circostante e sia visitare i borghi. Lo studio e l'organizzazione del percorso deriva dall'osservazione dei percorsi già presenti sul territorio integrandoli mediante la creazione di un

nuovo percorso che sia facilmente individuabile e fruibile da coloro che sono interessati ad effettuarlo mediante l'indicazione delle caratteristiche specifiche per ogni tappa individuata per permettere ai turisti di capire le tempistiche, le altimetrie e la modalità migliori per intraprendere questo percorso in base alle proprie esperienze e alle capacità di ogni singolo soggetto. Quindi il percorso completo (Ved. Fig 5.1) è formato da differenti tappe che iniziano e si concludono in uno dei comuni dell'ambito che appartengono alla filiera dell'oliva taggiasca in cui è possibile visitare luoghi in cui si produce attualmente il prodotto, degustarlo e osservare da dove questo deriva ma inoltre vi è la possibilità di visitare i borghi stessi e i beni architettonici individuati. Le tappe sono state anche studiate per essere effettuate singolarmente in quanto le tempistiche permettono di effettuarle nelle singole giornate ma soprattutto possono essere effettuate sia in un verso che nell'altro in quanto ai due poli vi sono due tra i comuni più importanti della Provincia ma soprattutto che presentano numerosi servizi in particolar modo infrastrutturali. Quello segnalato è il percorso consigliato in quanto si presenta più semplice rispetto a quello inverso. Perciò la bassa densità dei comuni dell'ambito e, data la conformità del territorio, la distanza a cui si trovano hanno parecchio inciso sulla creazione delle tappe che si possono trovare a distanze più brevi o più lunghe ma che permettono di fruire del territorio in giornata senza l'obbligo di fermarsi a sostare per la notte. In caso invece si volessero effettuare più tappe tutti i comuni presentano un'offerta ricettiva molto varia infatti in una delle scelte progettuali riguardanti il percorso è stato deciso di non allargare ulteriormente l'offerta ma di collaborare con le attività ricettive in modo da valorizzare quelle già presenti senza andare a creare un conflitto di interesse. Fondamentale per la fruizione del percorso sarà il costante monitoraggio e messa in sicurezza del percorso il quale permetterà sia di avere un cammino sicuro e ben visibile ma anche di essere un incentivo per la manutenzione del manto stradale che risulta essere una problematica rilevata, in particolar modo nell'entroterra.

FIG. 5.1
 Nuovo percorso
 denominato "Camin de
 l'Auriva Taggisca
 Fonte: rielaborazione
 personale



T.A Tratto A Stazione Ventimiglia - Isolabona

Per poter accedere al cammino pensato è necessario giungere nei comuni dell'entroterra e, come osservato dalle analisi, la stazione più vicina per il percorso consigliato è quella di Ventimiglia che permette così di poterlo percorrere anche da fruitori provenienti dalla Francia o dal vicino Aereoporto di Nizza. Quindi il percorso è stato pensato per poter essere effettuato in tre modalità così da essere accessibile a tutti, infatti è possibile percorrerlo a piedi o in bicicletta di cui è consigliabile fruire della pista ciclabile che connette il lungomare di Ventimiglia con Dolceacqua e da lì proseguire per la Strada Provinciale 64 verso il comune di Isolabona. Questo può essere raggiunto anche percorrendo la medesima strada ma utilizzando il servizio pubblico che si prevede venga incrementato e migliorato per rispondere al meglio ai criteri richiesti dal turismo sostenibile e quindi non essere dannoso per l'ambiente circostante.

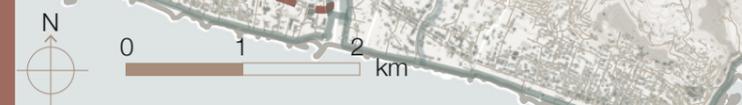
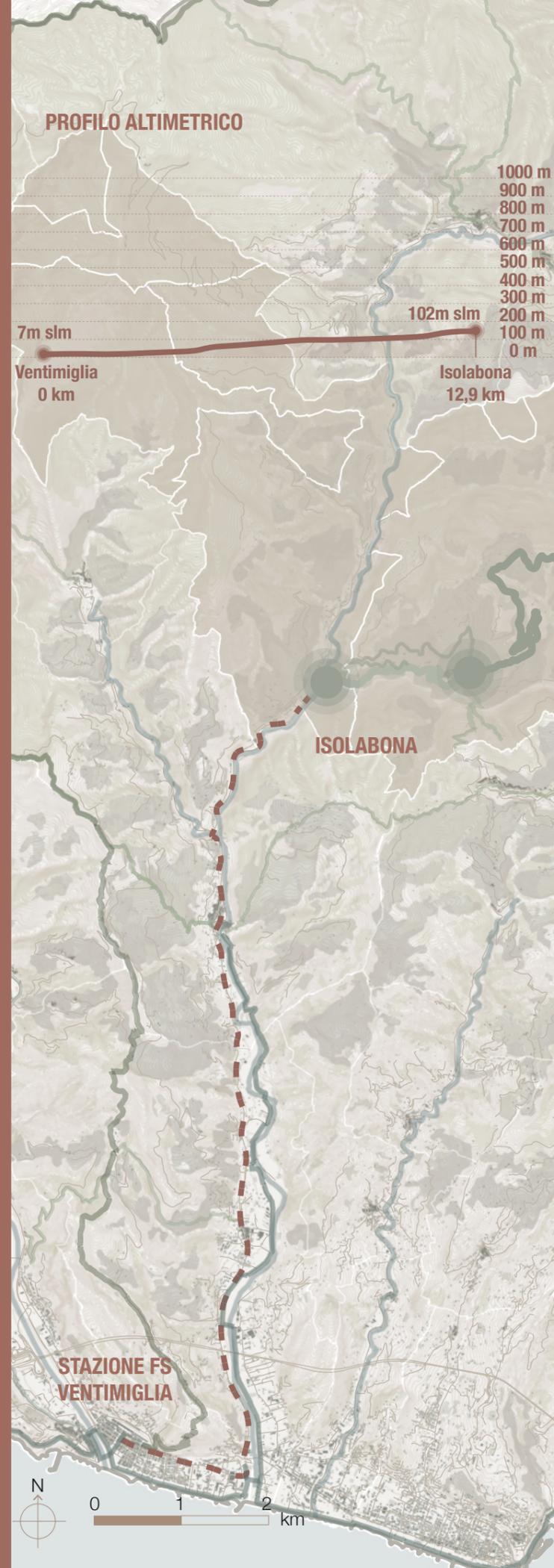
SCHEDA DEL PERCORSO

| | | | |
|--|--------------------------------|--|---------------------------------|
| | LUNGHEZZA: 12,9 km | | DISLIVELLO: 96 m |
| | ALTITUDINE MAX: 96 m | | PENDENZA MEDIA: 1,3 % |
| | ALTITUDINE MIN: 6 m | | DIFFICOLTA': Facile |

PAESAGGIO:
Percorso immerso nella natura, oliveti e continui paesaggi antropizzati con borghi storici

TIPOLOGIA DI PERCORSO:
Lineare su terreno asfaltato oppure vi è la possibilità di utilizzare la pista ciclabile

| | | |
|--|----------------------------------|--|
| | TEMPO: | |
| | Totale a piedi: 2H e 42 minuti | |
| | Totale bicicletta: 43 minuti | |
| | Totale mezzo pubblico: 22 minuti | |



Tratto B Dolcedo - Stazione di Imperia T.B

Seguendo il percorso consigliato si pensa sia meglio concluderlo partendo dall'ultima tappa consigliata, Dolcedo, sino ad arrivare alla nuova e unica stazione di Imperia perchè risulta essere meno difficoltoso e accessibile a tutti. Ma in caso contrario questo potrebbe svolgersi in direzione opposta e quindi rendere questa la prima tappa facilitando anche coloro che provengono dal resto di Italia o meglio ancora dall'Aereoporto di Genova o dalla vicina provincia di Cuneo tramite il Colle di Nava, facile tratta per accedere in Liguria dal Piemonte. Il percorso è stato pensato per poter essere effettuato in tre modalità così da essere accessibile a tutti, infatti è possibile percorrerlo a piedi o in bicicletta di cui è consigliabile percorrere la SP41, meno trafficata della SS1. Il terzo mezzo da utilizzare potrebbe essere il servizio pubblico che si prevede venga incrementato e migliorato per rispondere al meglio ai criteri richiesti dal turismo sostenibile e quindi non essere dannoso per l'ambiente.

SCHEDA DEL PERCORSO

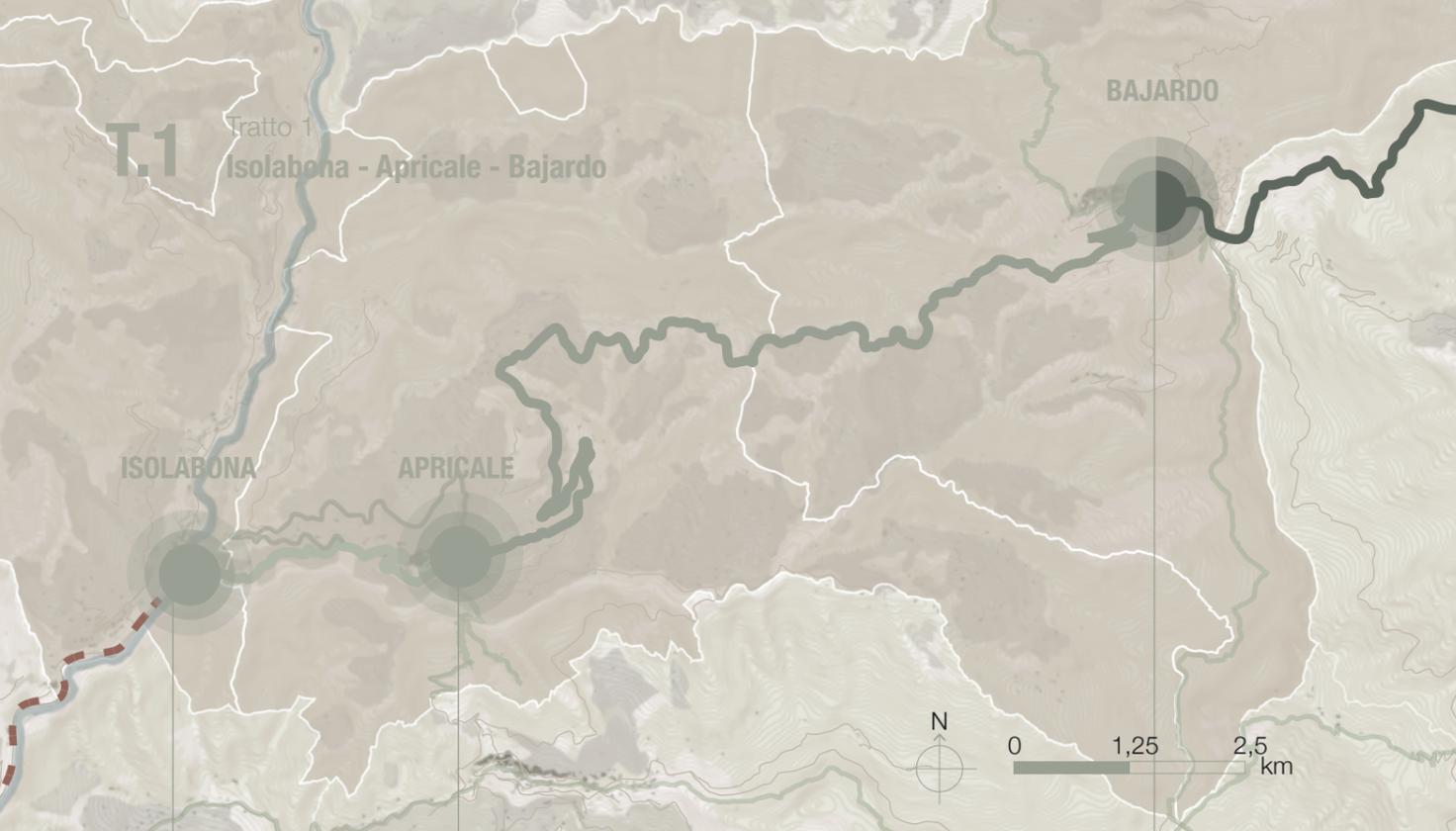
| | | | |
|--|---------------------------------|--|---------------------------------|
| | LUNGHEZZA: 10,1 km | | DISLIVELLO: 101 m |
| | ALTITUDINE MAX: 154 m | | PENDENZA MEDIA: 1,0 % |
| | ALTITUDINE MIN: 85m | | DIFFICOLTA': Facile |

PAESAGGIO:
Percorso immerso nella natura, oliveti e continui paesaggi antropizzati con borghi storici

TIPOLOGIA DI PERCORSO:
Lineare su strada asfaltata principale oppure vi è la possibilità di utilizzare una strada secondaria

| | | |
|--|----------------------------------|--|
| | TEMPO: | |
| | Totale a piedi: 2H e 05 minuti | |
| | Totale bicicletta: 35 minuti | |
| | Totale mezzo pubblico: 20 minuti | |





Carrugio di Isolabona



Piazza di Apricale



Bajardo



Paesaggio tra Isolabona Apricale

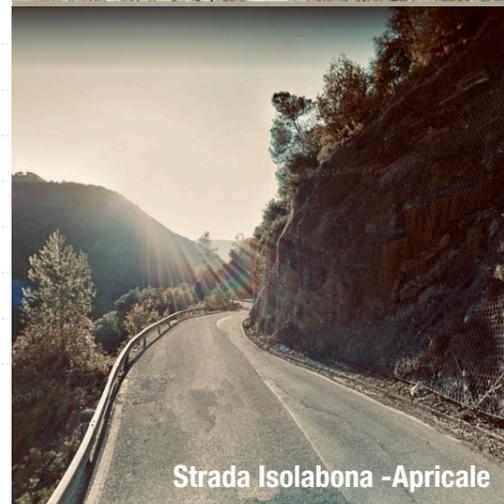
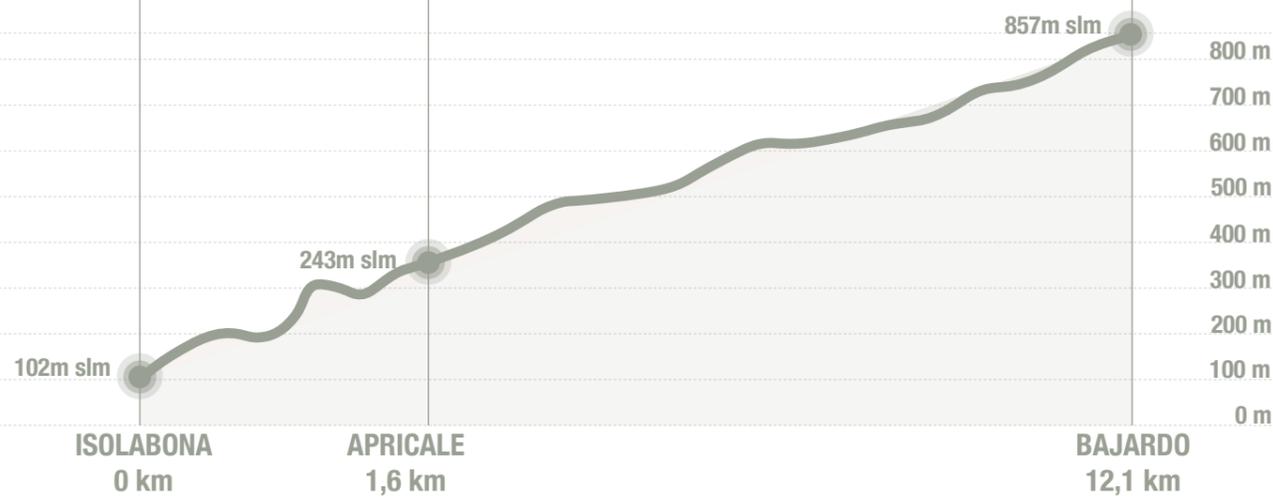


Paesaggio tra Apricale e Bajardo



Paesaggio con uliveti

PROFILO ALTIMETRICO:



Strada Isolabona -Apricale



Tratto Apricale e Bajardo



Tratto Apricale e Bajardo

SCHEDA DEL PERCORSO:

- Lunghezza:**
12,7 km
- Altitudine massima:**
857 m slm
- Altitudine minima:**
102 m slm
- Dislivello:**
755 m
- Pendenza media:**
284 ‰

- Livello di difficoltà:**
Facile / Medio
- Paesaggio:**
Percorso tra gli uliveti, bosco e borghi medioevali

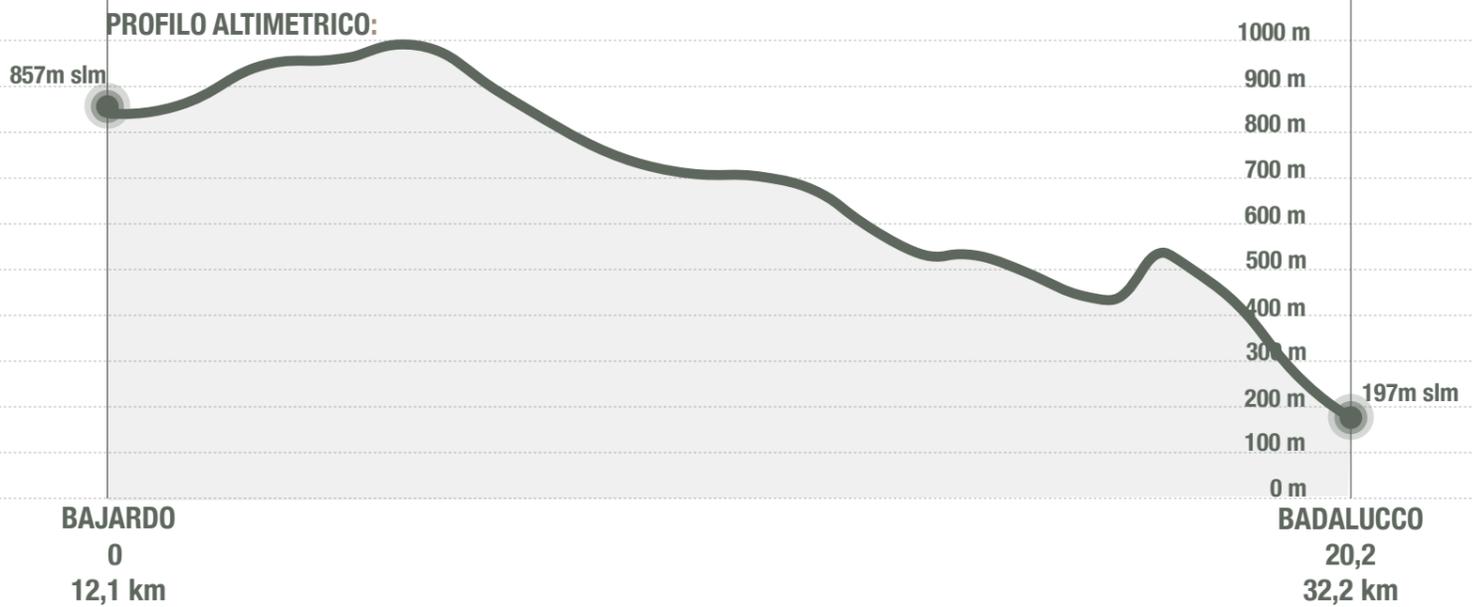
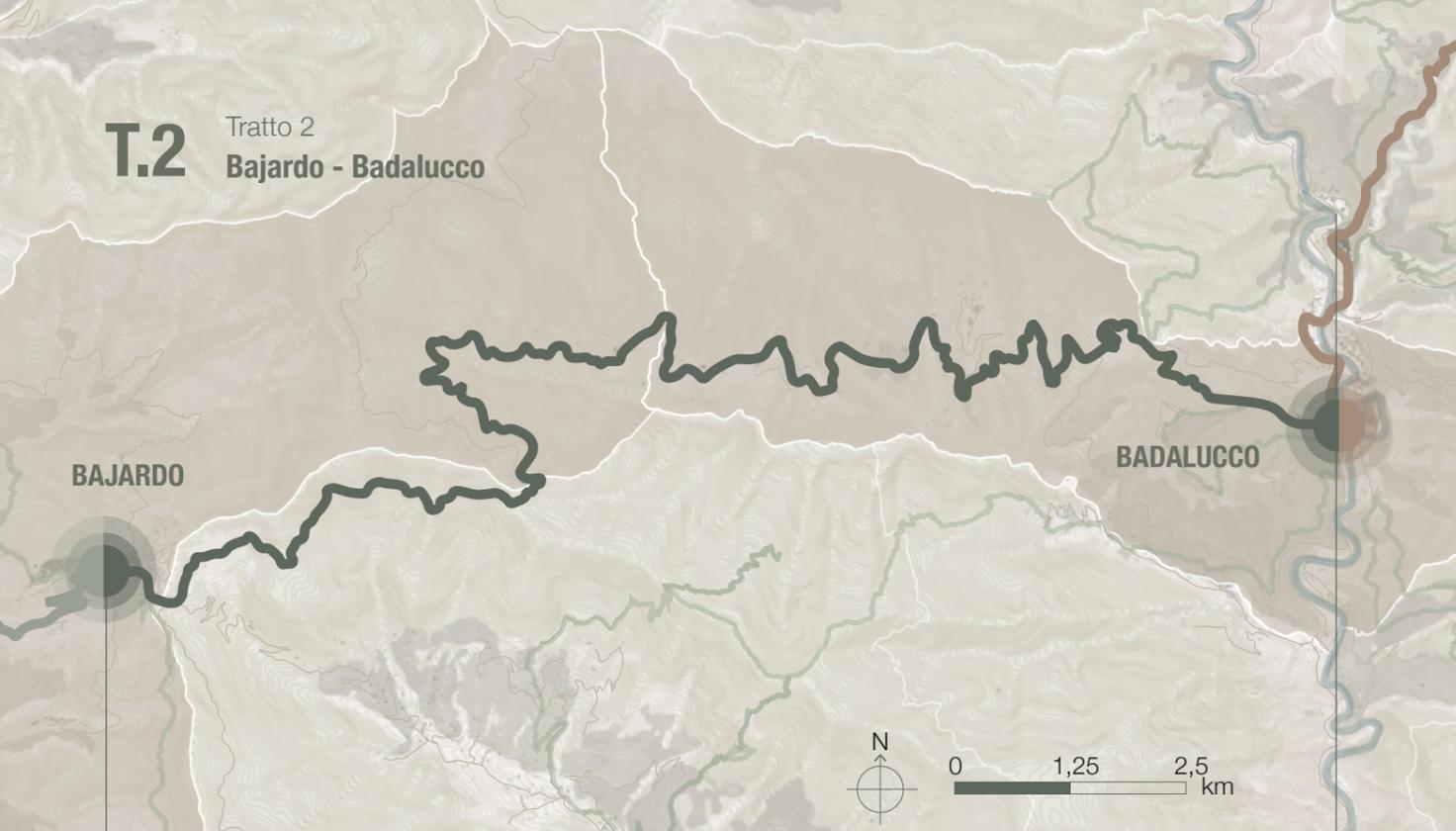
- Tipologia percorso:**
Lineare in salita dolce con alternanza di altimetrie per il territorio collinare con la presenza di numerose curve e su strada asfaltata e poco frequentata

- Tempo:**
32 min (Isolabona-Apricale) + 2h e 57 min (Apricale - Bajardo)
- TOTALE: 3 h 35**
- 12 min (Isolabona-Apricale) + 1h e 26 min (Apricale - Bajardo)
- TOTALE: 1 h 38**

DESCRIZIONE:

La prima tappa del percorso parte dal borgo medioevale di **Isolabona** con la possibilità di osservare il centro storico e i suoi monumenti sulle sponde del torrende Nerva ma soprattutto visionare i numerosi frantoi riconvertiti e degustare i prodotti tipici del luogo. Lasciato il borgo si prosegue verso uno dei borghi più belli d'Italia, il comune di **Apricale** mediante una strada asfaltata, SP63, costituita da una salita dolce e frequentata da numerosi ciclisti ed escursionisti ma anche da automobili in maniera nettamente minore. Questo percorso panoramico permette di avere una continua visuale sulla valle e sul borgo. Una volta giunti in paese è possibile visitarlo attraverso i numerosi carruggi sino a giungere nella piazza principale. Lasciato il borgo di Apricale si prosegue sempre sulla SP63 per raggiungere l'ultima tappa del percorso, **Bajardo**. Per raggiungerlo è necessario salire di quota attraverso una strada asfaltata ma poco frequentata e potendo osservare sul dorso delle colline numerose coltivazioni di oliva taggiasca.

T.2 Tratto 2 Bajardo - Badalucco



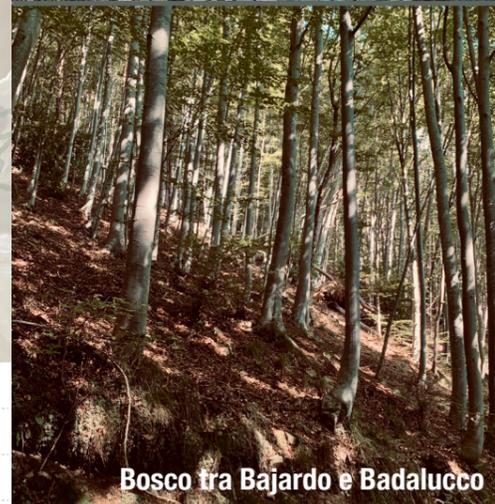
Carruggio di Bajardo



Bajardo



Badalucco



Bosco tra Bajardo e Badalucco



Vallata tra Bajardo e Badalucco



Uliveti tra Bajardo e Badalucco



Tratto boscato



Tratto tra Bajardo e Badalucco



Tratto tra gli uliveti

SCHEDA DEL PERCORSO:

Lunghezza:

20,2 km

Altitudine massima:

984 m slm

Altitudine minima:

197 m slm

Dislivello:

660 m

Pendenza media:

286 l 4,3 %

Livello di difficoltà:

Facile / Medio

Paesaggio:

Percorso immerso nella natura con ai poli i due borghi medioevali

Tipologia percorso:

Lineare in discesa con alternanza di altimetrie per il territorio collinare con la presenza di numerose curve e su strada asfaltata e poco frequentata

Tempo:

4 ora e 14 minuti

TOTALE: 4 h 14



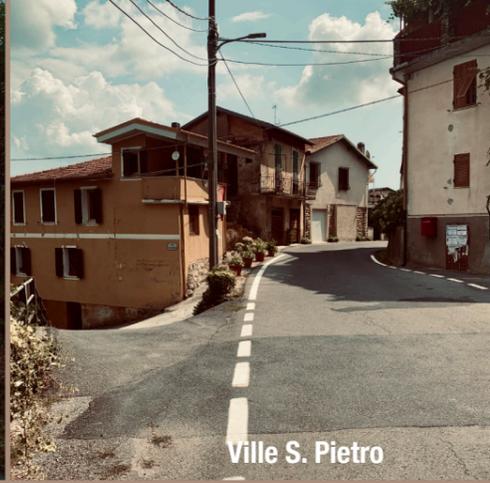
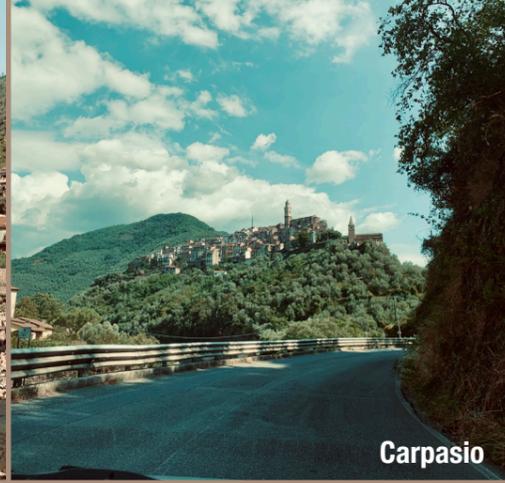
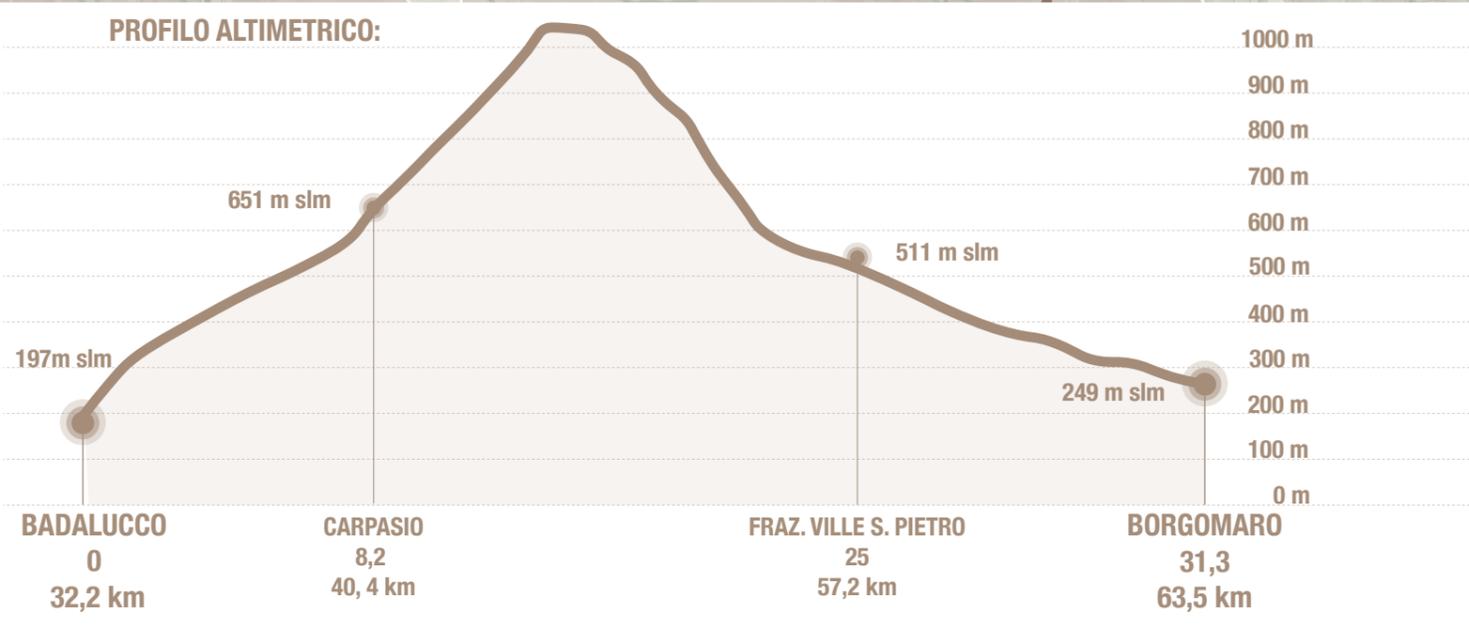
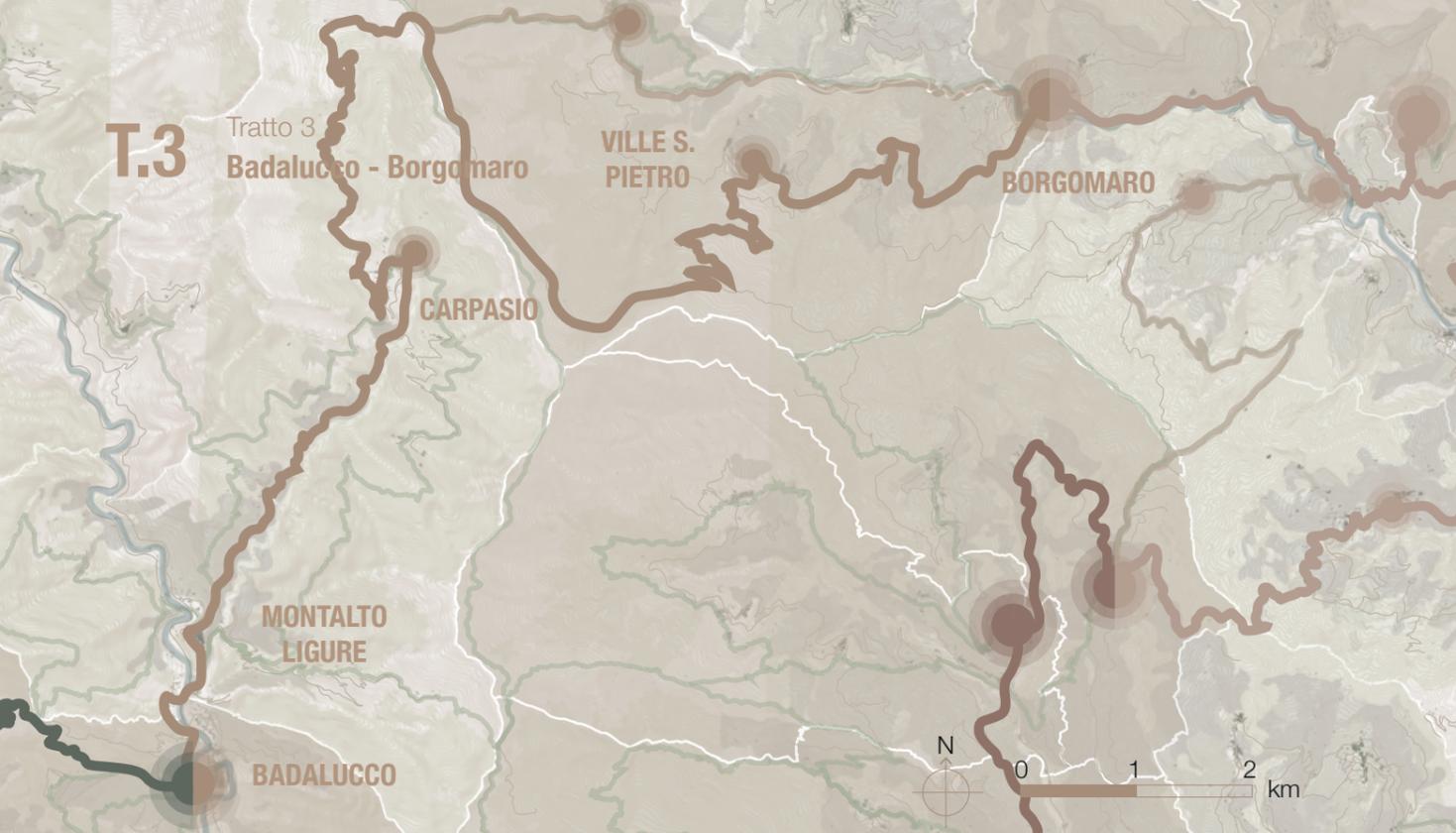
1 ora e 18 minuti

TOTALE: 1 h 18



DESCRIZIONE:

La seconda tappa inizia dal borgo di **Bajardo** in cui è possibile visitare il centro storico e i suoi monumenti, in particolare è possibile visitare il frantoio "a sangue" ancora in attività. Lasciato il comune e proseguendo verso **Badalucco** percorrendo la SP54, strada asfaltata ma poco frequentata da automobili, ci si ritrova in un paesaggio boscato con una vegetazione molto fitta per poi riaprirsi nuovamente man mano che si scende di quota per poi ritrovare il tipico paesaggio immerso tra gli uliveti e i muretti a secco con uno sguardo sempre rivolto verso le varie vallate in cui, in alcuni tratti è possibile osservare il mare verso l'orizzonte. Il percorso permette di immergersi completamente nella natura visto che oltre a poche abitazioni o attività commerciali legate alla produzione di prodotti del luogo per la maggior parte del tempo ci si ritrova in continuo contatto con questa e il paesaggio antropizzato si trova solamente ai due poli. Nonostante la lunghezza del percorso esso risulta facilmente affrontabile in quanto si è in continua discesa.



SCHEDA DEL PERCORSO:

- Lunghezza:** 31,3 km
- Altitudine massima:** 1054 m slm
- Altitudine minima:** 197 m slm
- Dislivello:** 857 m
- Pendenza media:** 27,7%

Livello di difficoltà: Medio

Paesaggio: Percorso immerso nella natura, uliveti, frazioni e borghi ai poli

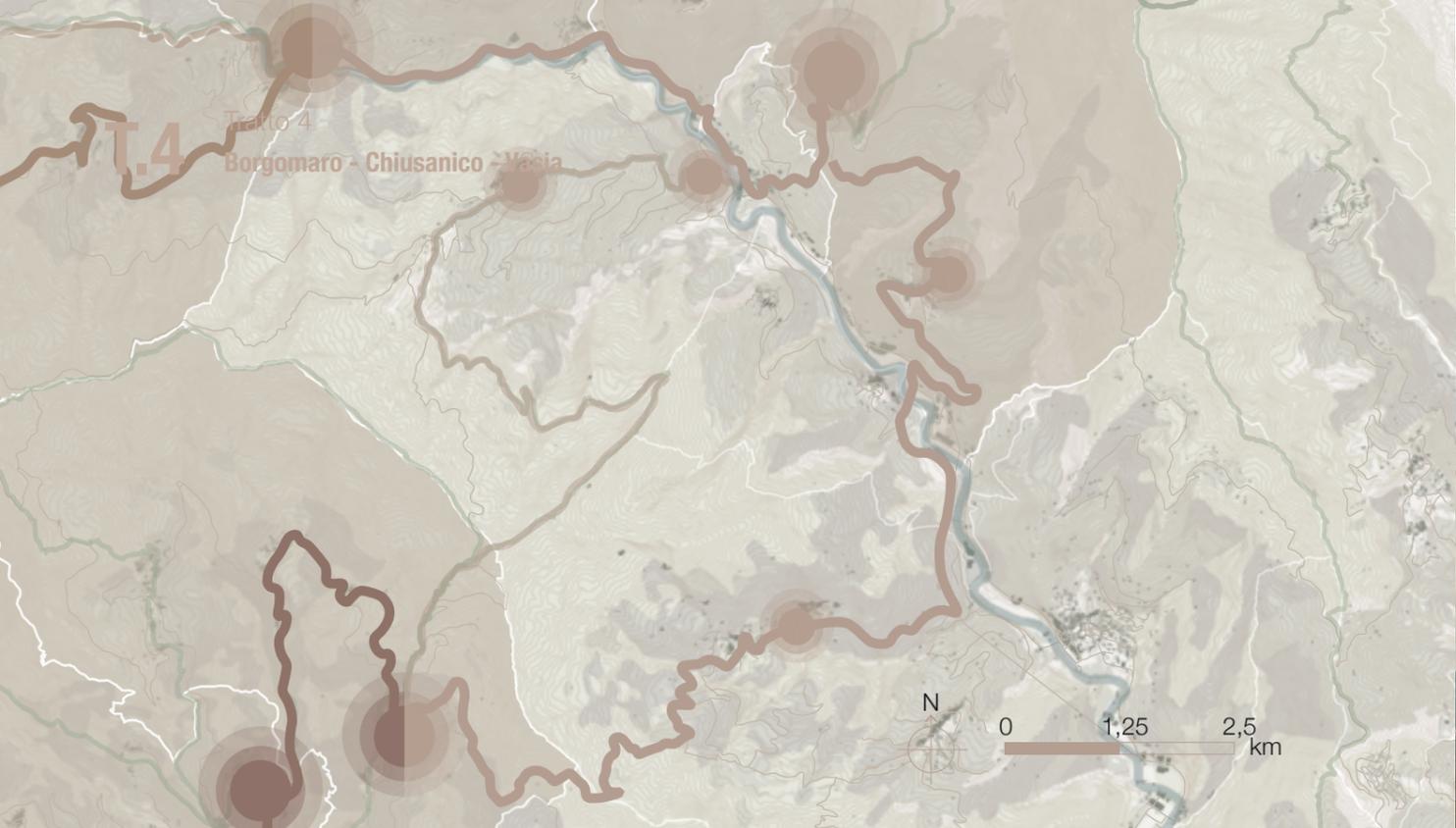
Tipologia percorso: Lineare con alternanza di altimetrie per il territorio collinare con la presenza di numerose curve e su strada asfaltata e terra battuta ma poco frequentata

Tempo: 2h e 1m (Badalucco - Carpasio) + 3h e 41min (Carpasio-Ville S. Pietro) + 1h e 10min (Ville S. Pietro e Borgomaro) **TOTALE: 6 h 38**

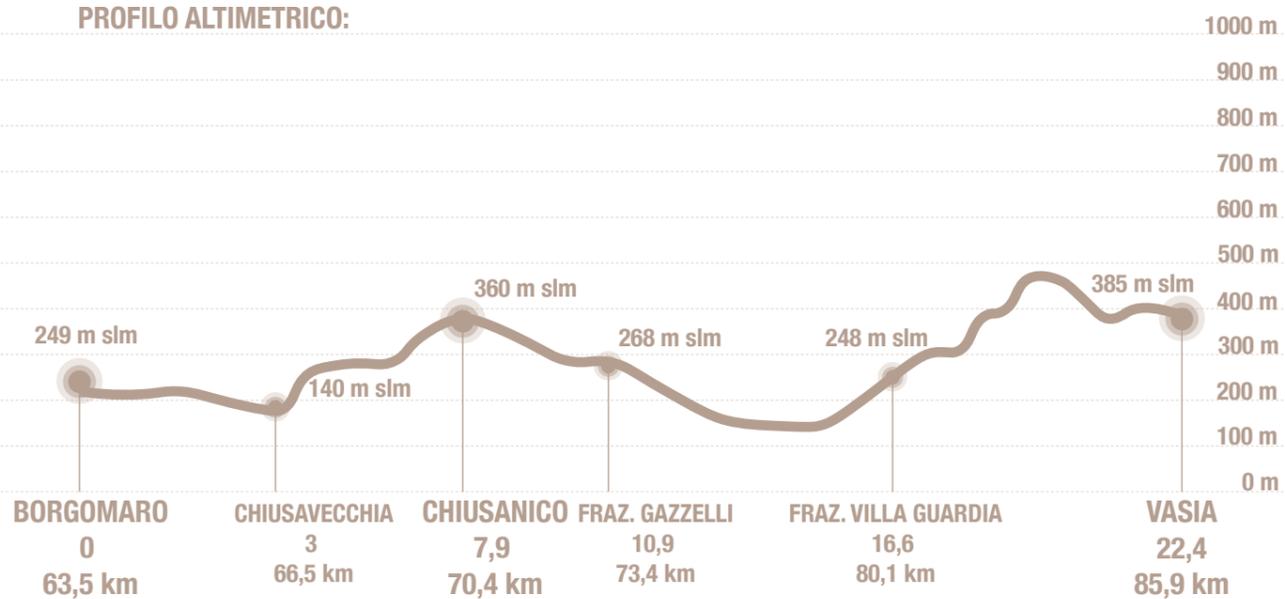
59m (Badalucco - Carpasio) + 1h e 28min (Carpasio-Ville S. Pietro) + 17 min (Ville S. Pietro e Borgomaro) **TOTALE: 2 h 38**

DESCRIZIONE:

La terza tappa del percorso inizia dal borgo più popoloso del cammino, **Badalucco**, con un centro storico con molti servizi e monumenti da vedere. Nel comune sono presenti numerosi frantoi sia riconvertiti ad esempio come luoghi per il relax, il pernottamento o musei ma sono anche presenti quelli che hanno mantenuto la funzione originale in modo che il visitatore possa scoprire la tradizione dell'olio dell'oliva taggiasca e le tecniche per la produzione. Il percorso da fare per raggiungere **Borgomaro** è il più difficoltoso rispetto agli altri in quanto si cambiano numerose volte quote ma anche il più interessante visto che in una sola giornata è possibile osservare numerosi paesaggi che caratterizzano il territorio dell'entroterra imperiese. Nonostante il percorso sia lungo si incontrano molto spesso piccolissimi centri abitati e la salita si presenta dolce e su una strada asfaltata e frequentata raramente da veicoli rendendo l'avventura completamente immersiva nella natura.



PROFILO ALTIMETRICO:



SCHEDA DEL PERCORSO:

Lunghezza:

22,4 km

Altitudine massima:

493 m slm

Altitudine minima:

87 m slm

Dislivello:

406 m

Pendenza media:

290 † Capitolo 5



Livello di difficoltà:

Facile



Paesaggio:

Percorso immerso nella natura, uliveti, e a intermittenza tra borghi e frazioni



Tipologia percorso:

Lineare con alternanza di altimetrie per il territorio collinare ma in maniera dolce con la presenza di numerose curve e su strada asfaltata e terra battuta ma poco frequentata



Tempo:

1h e 50 min (Borgomaro-Chiusanico)+ 3h e 13min (Chiusanico - Vasia)

TOTALE: 5 h 02



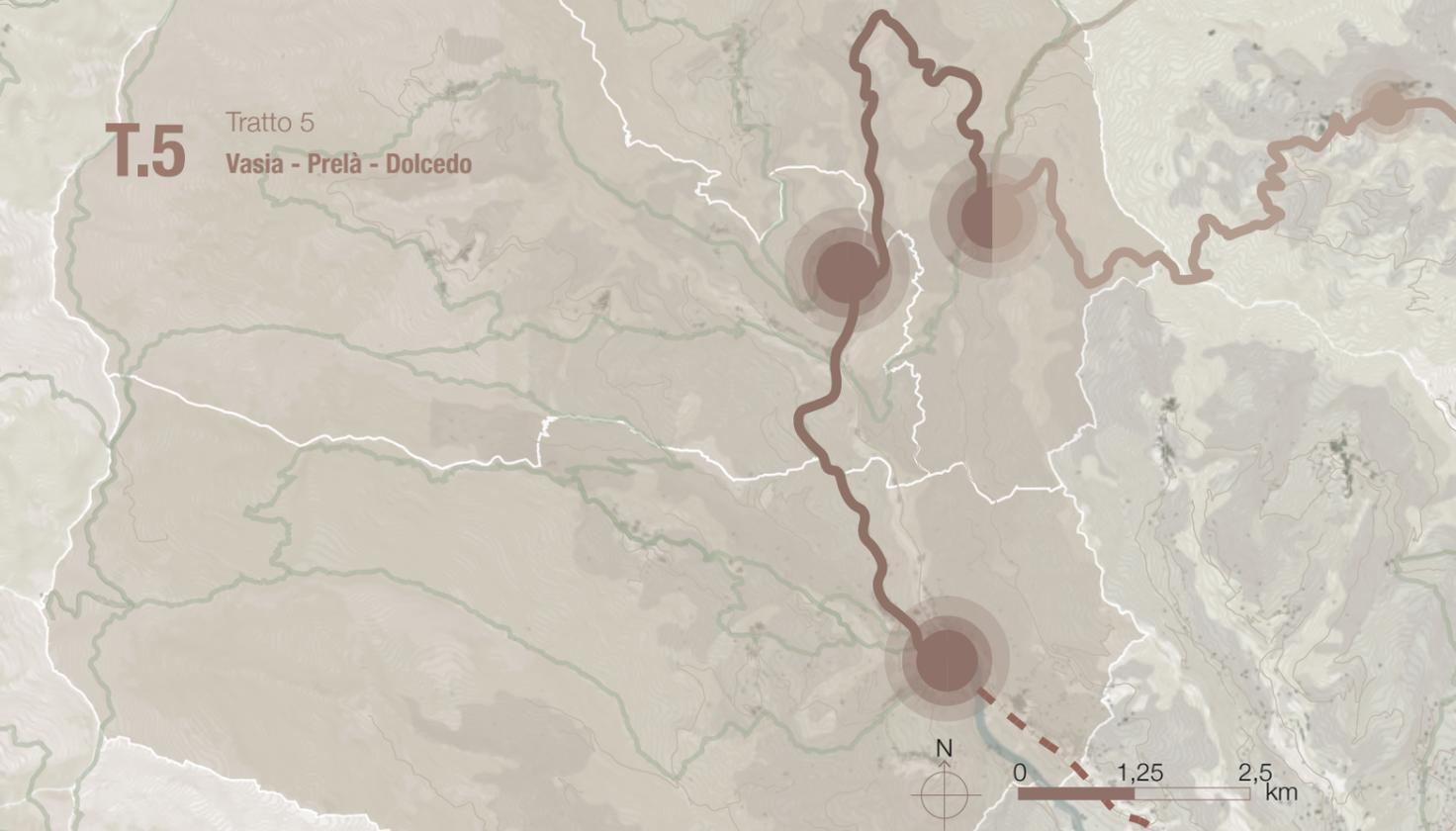
43 min(Borgomaro-Chiusanico)+ 1h e 41 min (Chiusanico - Vasia)

TOTALE: 2 h 03



DESCRIZIONE:

La quarta tappa del percorso inizia dal borgo di **Borgomaro**, con un centro storico molto interessante dal punto di vista culturale e paesaggistico. Da questo comune ci si sposta attraverso un percorso tra le colline contrastate da un percorso immerso nella coltivazione della taggiasca e paesaggi con una vegetazione fissa per poi concluderlo nel comune di **Chiusanico**, anch'esso borgo interessante su più punti di vista. Una volta visitata Chiusanico ci si può spostare verso il piccolo borgo di **Vasia** attraverso un percorso naturalistico che permette di avere una visione continua su quelle che sono le coltivazione di uliveti. Nonostante il percorso sia lungo si incontrano molto spesso piccolissimi centri abitati e la salita si presenta dolce e su una strada asfaltata quindi frequentata raramente da veicoli rendendo l'avventura completamente immersiva nella natura.

T.5Tratto 5
Vasia - Prelà - Dolcedo

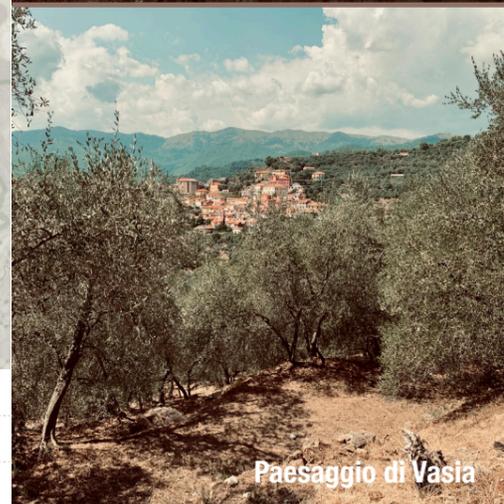
Vasia



Prelà



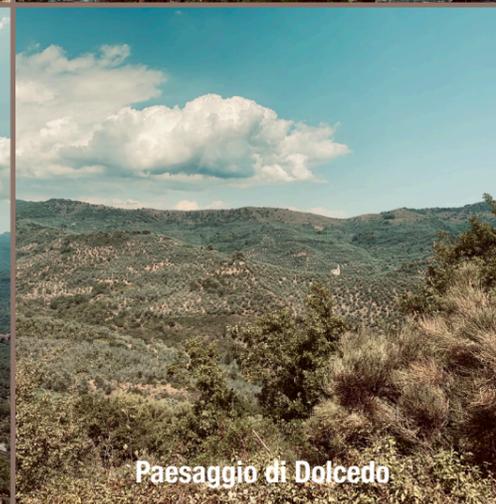
Dolcedo



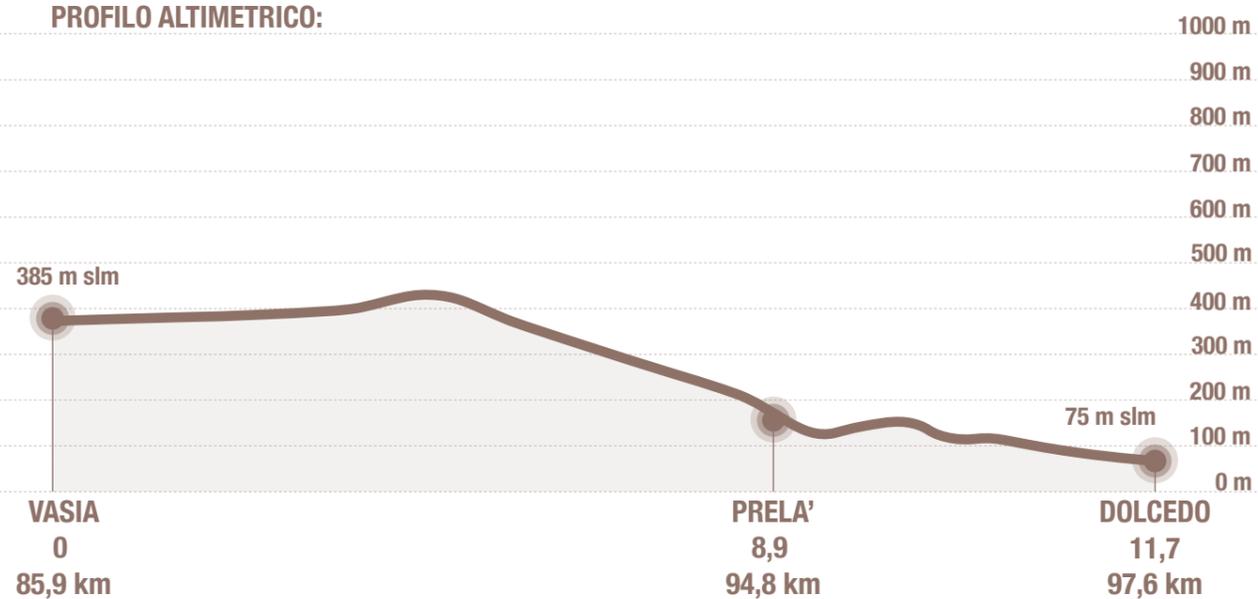
Paesaggio di Vasia



Paesaggio di Prelà



Paesaggio di Dolcedo

PROFILO ALTIMETRICO:**SCHEDA DEL PERCORSO:****Lunghezza:**

11,7 km

Altitudine massima:

436 m slm

Altitudine minima:

75 m slm

Dislivello:

361 m

Pendenza media:

292 | Cap. 5

**Livello di difficoltà:**

Facile

**Paesaggio:**

Percorso immerso nella natura, uliveti, e a intermittenza tra I borghi

**Tipologia percorso:**

Lineare con alternanza di altimetrie per il territorio collinare ma in maniera dolce con la presenza di numerose curve e su strada asfaltata e terra battuta ma poco frequentata

**Tempo:**1h e 46 min (Vasia -
- Prelà)+ 32 min
(Prelà - Dolcedo)**TOTALE: 2 h 18**27 min (Vasia -
- Prelà)+ 7 min
(Prelà - Dolcedo)**TOTALE: 34 min****DESCRIZIONE:**

La quinta e ultima tappa del percorso inizia dal borgo di **Vasia**, di cui è possibile visitare il suo piccolo centro storico e ammirare le bellezze paesaggistiche e architettoniche finemente dipinti. Da questo comune ci si sposta attraverso un percorso tra le colline contrastate da un percorso immerso nella coltivazione della taggiasca e continui scorci di cui si vede sia il mare che l'entroterra per poi concluderlo nel comune di **Prelà**, anch'esso borgo interessante su più punti di vista. Una volta visitata Prelà ci si può spostare verso l'ultimo borgo, ovvero di **Dolcedo** attraverso un percorso naturalistico che permette di avere una visione continua su quelle che sono le coltivazione di uliveti. Il percorso quindi si conclude in questo comune ma si può continuare ad ammirare il paesaggio verso il mare e il territorio collinar degli uliveti proseguendo verso la città di Imperia.

5.2.2 Gestione e Finanziamenti del percorso

Il percorso per essere realizzato necessita di enti che lo gestiscano e quindi lo mantengano per i fruitori e di finanziamenti per attivarlo e renderlo attrattivo. Quindi si presuppone che venga gestito in primo luogo dai comuni interessati dall'ambito e quindi dagli enti preposti e dai cittadini stessi mediante delle apposite associazioni senza scopo di lucro come le Pro-Loco che in maniera volontaria cerchino di mantenere puliti e agibili i percorsi evitando ad esempio la crescita eccessiva della vegetazione antistante le strade ed assicurandosi che il percorso sia in costante sicurezza. Altro ente attivo sul territorio che potrebbe collaborare nella gestione è il GAL della Riviera dei Fiori² il quale dispone sia di soggetti pubblici e sia di soggetti privati già attivi sul territorio. Per quanto riguarda i finanziamenti possono provenire da molteplici fonti partendo dal più recente e nazionale PNRR³, Piano nazionale di ripresa e resilienza in particolar modo all'interno della misura uno, e del punto 2.2 al suo interno che si occupa della protezione e valorizzazione dell'architettura e del paesaggio rurale mediante uno stanziamento complessivo di 600 milioni di € di cui si potrebbe pensare di richiedere una piccolissima percentuale anche inferiore all'1%. Altro finanziamento possibile potrebbe derivare dai vari progetti a livello europeo in corso di Alcotra-Interreg che investe moltissimo sul turismo e la mobilità sostenibile come si può osservare dai quattro progetti che lavorano anche sulla provincia di Imperia, in particolar modo il progetto M.I.T.O⁴ che si occupa specificatamente di turismo outdoor e con uno stanziamento complessivo sui 7.856.469,99 €. Ma quelli ancora più accessibili sono il progetto interregionale denominato "Tourism Green & Blue"⁴ che si occupa di offrire essenzialmente un'offerta turistica nel verde mediante una mobilità sostenibile e detiene un finanziamento di 2.303.771,11 € e il progetto recentemente approvato da parte del GAL della Riviera dei Fiori² denominato SSL "Terra della Taggiasca: le vie dei sapori, del colore e della cucina bianca", in particolare riferendosi all'obiettivo 3 che promuove proprio il turismo sostenibile e la creazione di percorsi lungo il territorio per la sua valorizzazione, in particolar modo si fa

2. Ved. Capitolo 4; Paragrafo 4.4, Processualità: progetti e promotori attivi sul territorio

3. Ved. Capitolo 3; Paragrafo 3.3, Le strategie di ripresa della Regione Liguria dopo il Covid-19

4. Ved. Capitolo 3; Paragrafo 3.4, Progetti in corso: Europei, interregionali e regionali.

5. <http://www.parconazionale5terre.it/cinque-terre-card.php>

6. <https://www.ligurianriviera.it/>

riferimento all'ambito 2 di cui si stanziano 882.306,76 €. Quindi tra tutti i finanziamenti il maggiore da cui si potrebbe attingere per la realizzazione del percorso è quello fornito dal GAL dal quale si potrebbe richiedere una somma attorno al 10% del totale, ovvero 88.230,68 € e richiedere un 2,5% al progetto interregionale Tourism Green & Blue visto che si sviluppa su molteplici territori ottenendo così 57.594,28 € mentre i finanziamenti a livello del territorio Alcotra ed nazionale risultano maggiormente difficili da ottenere ma si potrebbe provare a richiedere una percentuale inferiore al 1% dato che pur sempre rientrano in quelle che sono le direttive generali.

Inoltre altro finanziamento che potrebbe sopraggiungere è proprio dal fruitore del percorso, sia che esso sia un cittadino sia che sia un turista, come già avviene in altre realtà del territorio Ligure tra cui la "5 Terre Card"⁵ valida sul territorio del Parco Nazionale delle Cinque Terre e la "Tourism Card"⁶ valida nei territori associati alla Liguria Riviera, ovvero le città costiere in Provincia di Savona. Queste infatti offrono diverse associazioni e sconti ma a livello giornaliero mentre per rilanciare il territorio si pensava ad una quota associativa annuale sui 20€ a iscritto per poter permettere in primis a tutti di accedervi e in secondo luogo favorendo la diffusione e la volontà di aderire a tale iniziativa investendo un capitale iniziale irrisorio. La tessera potrà essere utilizzata tutto l'anno e si potranno fare tutte le tappe che si vogliono. Inoltre si cercherà di implementare quella che è la cooperazione tra i vari enti sul territorio, in primis tra i vari comuni per concordare una linea comune e univoca così da proporre ai servizi ricettivi e magari ristorativi di offrire una serie di sconti a coloro che decidono di associarsi e quindi di intraprendere il percorso così da scoprire il territorio anche nei suoi angoli meno conosciuti. Tutte queste strategie che si cercano di mettere in campo sono necessarie per risolvere quelle problematiche che spesso risultano distanti dal settore del turismo ma che invece si legano profondamente come il migliorare la comunicazione e la cooperazione tra tutti gli enti e i servizi sul luogo, il mantenimento del territorio e delle strade, la maggiore conoscenza del territorio da parte di terzi ecc...



GESTIONE



FINANZIAMENTO



STRATEGIE

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|--|---|--|
| Regionale & Provinciale | Interregionale | Nazionale | Europei & Stati |
| GAL_Riviera dei Fiori con "SSL, Terra della Taggiasca: le vie dei sapori, del colore e della cucina bianca" e il totale del progetto finanziato è di 882.306,76 € | Progetto interregionale denominato "Torism Green & Blue" e il totale del progetto finanziato è di 2.303.711,11 € | PNNR, punto 1, punto 2.1 per migliorare l'attrattività dei borghi e del territorio e il totale del progetto finanziato è di 1.020.000 € | Alcotra-Interreg, progetto M.I.T.O e il totale del progetto finanziato è di 7.856.469,99 € |
| % 10 € 90.000 | % 2,5 € 60.000 | % 0,5 € 5.250 | % 0,4 € 40.000 |
| TOTALE | | | 195.250,00 € |

| A | B | C |
|--|---|--|
| Strade provinciali | Tessera associativa | Scoperta |
| recupero mediante appositi lavori delle strade provinciali dell'entroterra spese volte sotto utilizzate in favore di altre vie | istituzione di una tessera con una quota associativa annuale di 20€ con sconti appositi per i fruitori del percorso | il percorso sarà funzionale per far scoprire e quindi valorizzare maggiormente il territorio e la filiera dell'oliva taggiasca |

5.3.1 Il Brand del cammino

Ulteriore strategia progettuale derivata dalle numerose analisi necessaria per migliorare la valorizzazione e fruizione del territorio è quella di implementare la conoscenza dello stesso mediante la creazione di un piano di marketing territoriale necessario per invogliare il fruitore a decidere di intraprendere quel viaggio e non un altro e quindi convincerlo mediante una pubblicità che risulta essere efficace se eseguita sia in maniera diretta e quindi mediante l'utilizzo di siti web, sociale ecc o in maniera indiretta mediante riviste, tv ecc. Il progetto per la valorizzazione del Camin de l’Auriva Taggisca è partito in primo luogo dalla creazione di un brand che cerca di trovare una connessione tra l'intenzione di valorizzare il territorio con la sua secolare tradizione materiale e immateriale e nello stesso momento pubblicizzarlo attraverso il ridisegno del suo linguaggio comunicativo ricollegando il passato, presente e futuro. Quindi questo deve rappresentare l'unicità del luogo e del percorso stesso infatti per la sua composizione si è deciso di utilizzare gli elementi naturalistici che si riscontrano continuamente lungo il percorso, infatti esso è composto dall'unione dei tratti lineari dai terrazzamenti, dai blocchi squadri dai muretti a secco e dalla varietà delle foglie e dei frutti dall'albero di Ulivo. Quindi la sua formazione si è resa necessaria per avviare un processo in continua crescita di pubblicizzazione del territorio infatti questo può essere applicato su numerosi supporti come quelli digitali mediante l'istituzione di un apposito sito web o applicazione utile per conoscere sia i servizi che le strutture ricettive presenti, oppure supporti cartacei come cartine o guide o ancora su altre tipologie di supporti come gadget per permettere di pubblicizzare il percorso anche una volta tornati a casa. Oltre a queste ve ne sono di necessarie come la segnaletica e le strutture poste lungo il percorso per poterlo fruire al meglio e quindi percorrerlo in maniera sicura ed efficace. Per tutto questo lavoro si è deciso di costruire un apposito brand book separato da questo elaborato contenente tutte le linee guida sopra descritte in modo da comprendere al meglio la formazione del brand e la sua applicazione nelle varie occasioni.

5.3.2 Gestione e Finanziamenti del brand

Per quanto riguarda il brand anche questo come per il cammino necessita di una serie di promotori che operino in modo da gestirlo al meglio e nel diffonderlo così da essere efficace e di una serie di finanziamenti per la sua creazione e realizzazione. Per quanto riguarda la prima categoria sono stati selezionati come promotori essenzialmente la Regione Liguria e l'Agenzia InLiguria ad esso associata in quanto si occupano normalmente della sponsorizzazione del ben noto marchio "La mia Liguria"⁷, pubblicizza tutto il territorio Ligure attraverso una serie di campagne apposite. Inoltre la stessa agenzia annualmente pubblica il Piano delle Attività⁸ previste con i relativi finanziamenti infatti tra la fine del 2020 e l'inizio del 2021 è stato pubblicato il documento relativo all'anno corrente con un budget complessivo stimato in totale attorno ai 1.500.000€ e che ha essenzialmente il compito di migliorare e implementare il settore del marketing territoriale per la valorizzazione di questo. Per questo progetto invece si fa riferimento in particolar modo ai finanziamenti destinati all'azione 4 denominata "Azioni e comunicazione del brand e delle destinazioni" con un budget complessivo di 730.000 € di cui si potrebbe richiedere circa un 15% per la formulazione e implementazione del brand del cammino ottenendo circa 109.500,00 €, i quali potrebbero essere stanziati in quanto consoni con le direttive richieste dalla Regione stessa. Altro finanziamento a cui si potrebbe accedere ma in maniera molto più complicata data l'intensità con cui potrebbero sopraggiungere le richieste di territori con necessità più urgenti sono quelli del PNRR⁸, in particolare riferendosi alla missione 1 in cui si tratta la tematica della digitalizzazione, innovazione e competitività della cultura e del turismo, soprattutto analizzando il punto 2.1 che si riferisce alla piano nazionale per migliorare l'attrattività dei borghi e di conseguenza il territorio che lo circonda stanziando 1.020 milioni di €. La formazione di un brand quindi si rende essenziale in questo territorio in quanto è necessaria una spinta ulteriore per far scoprire il luogo e farne comprendere al fruitore, sia interno che esterno, la sua importanza.

7. <https://www.lamialiguria.it/it/>

8. Ved. Capitolo 3; Paragrafo 3.3, Le strategie di ripresa della Regione Liguria dopo il Covid-19



GESTIONE



FINANZIAMENTO



STRATEGIE



In seguito alle numerose analisi effettuate e alla definizione del macro obiettivo e dei conseguenti due obiettivi realizzabili in un tempo essenzialmente prossimo si staglia di seguito il terzo obiettivo che invece prevede delle tempistiche molto più lunghe e si prefigge di essere la speranza futura per il territorio mediante la possibilità di formare un parco EUROPARC⁹ con certificazioni sostenibili riconosciute a livello europeo. La procedura, come precedentemente accennato risulta essere molto lunga in quanto in primis sul territorio devono essere impostati e messi in atto sia il progetto relativo al cammino che quello relativo al brand e da qui si innesta un processo per cui il territorio deve cominciare ad essere conosciuto e sponsorizzato e quindi attirare su di sé l'attenzione sia da parte dei fruitori, sia che essi siano locali o turisti, e sia delle autorità competenti le quali capiranno l'importanza e l'unicità del territorio. Infatti grazie a questa consapevolezza sarà possibile procedere ad istituire il territorio di questi comuni come un parco protetto sia per il suo territorio unico formato da muretti a secco già inseriti nel patrimonio dell'UNESCO, sia per la coltivazione dell'Oliva Taggiasca che si forma e mantiene le sue proprietà esclusivamente in questi territori e a determinate altezze quindi impossibile da replicare. Una volta riconosciuto questo territorio per le sue caratteristiche eccezionali allora si potranno seguire le regole della CEST - Carta Europea per il Turismo Sostenibile nelle aree protette¹⁰ e candidare il luogo verso le varie certificazioni che permettano di istituirlo come una meta per il turismo sostenibile. Quindi la speranza è che grazie a questi molteplici interventi venga compresa la vera natura del luogo e quanto sia importante preservarne sia l'ambiente che lo circonda, sia il suo patrimonio materiale e architettonico e sia quello immateriale legato alle tradizioni ma soprattutto la memoria che i cittadini, fruitori vari e turisti hanno del luogo.

9. https://www.europarc.org/wp-content/uploads/2021/04/2021_IT_Ligne-guide-tecniche_EUROPARC-Destinazione-Sostenibile_CETS.pdf

10. <http://www.parks.it/federparchi/cets.html>

AREA PROTETTA

0

VALORIZZAZIONE DEL LUOGO MEDIANTE APPOSITE AZIONI COME LA FORMAZIONE DI UN CAMMINO PER LA SCOPERTA DEL TERRITORIO E LA SUA PUBBLICIZZAZIONE MEDIANTE UN BRAND COSI' DA SUSCITARE INTERESSE DA PARTE DI ENTI PREPOSTI A LIVELLO NAZIONALE E EUROPEO



FASE I: REALIZZAZIONE DI UN APPOSITO ITER E STRATEGIE PER POTER ACCEDERE



FORUM DEL TURISMO SOSTENIBILE

istituito dall'ente gestore dell'area protetta, comuni e associazioni locali e rappresentanti delle imprese turistiche per garantire governance e cooperazione costante



STRATEGIA E PIANO D'AZIONE

si basa su un processo di consultazione con gli attori locali, un periodo di cinque anni per consentire un'apposita pianificazione e deve essere un documento autonomo e completo

1

Valutazione

sulla situazione attuale con l'analisi del patrimonio naturale, storico e culturale; infrastrutture, impatti e servizi del turismo, visitatori attuali e futuri; analisi SWOT

2

Strategia generale

creare una lista di obiettivi strategici per lo sviluppo e la gestione del turismo relativi alla conservazione del patrimonio, sviluppo sociale e economico e gestione delle risorse...

3

Piano d'azione

raggiungere gli obiettivi che devono affrontare i temi chiave e le apposite azioni con descrizione, stima delle risorse e partner coinvolti e proposte per monitorare i dati

EUROPARC FASE 1

1



PARTENARIATO E COMUNICAZIONE

a livello locale gli enti sono invitati ad adottare un approccio incentrato sul partenariato mentre a livello internazionale sono invitati a partecipare ad eventi di networking, comunicazione e sviluppo formando una rete sempre più ampia



PROCESSO DI VALUTAZIONE

1. presentazione della domanda per la concessione della Carta, compilazione di azioni e strategie per il turismo sostenibile e ulteriore documentazione valutata da un esaminatore esterno
2. sopralluogo del visitatore con appositi incontri con i locali
3. stesura di una relazione dal verificatore
4. valutazione della domanda e relazione da parte del comitato di valutazione della Carta con il consiglio di EUROPARC
5. successivo monitoraggio



MONITORAGGIO E REVISIONE

le analisi di monitoraggio e valutazione si eseguono sin dall'inizio così da ottenere un costante adattamento alle azioni in modo da tenere in costante revisione i progressi e successi raggiunti



È ATTUABILE PER LE AZIENDE E LE IMPRESE CHE OPERANO IN LUOGHI IN CUI VI SIA GIÀ IN ATTO LA CARTA PER IL TURISMO SOSTENIBILE E SONO SOTTOPOSTE AI MEDESIMI PASSAGGI DI ANALISI, MONITORAGGIO E VALUTAZIONI PRESENTATE NELLA FASE 1 DI CUI L'AREA POTREBBE DECIDERE DI IMPLEMENTARE I SERVIZI E QUINDI LA DOCUMENTAZIONE E SE QUESTE SONO INTERESSATE DEVONO SOTTOSTARE A DEI REQUISITI GENERALI RICHIESTI DA EUROPARC E QUINDI INFORMARE L'ENTE CHE GESTISCE L'AREA DIRETTAMENTE

2 EUROPARC FASE 2



LA TERZA FASE, NONCHÈ QUELLA CONCLUSIVA, È PREDISPOSTA PER LA CREAZIONE DI APPOSITI PACCHETTI PER ATTIVITÀ DI TURISMO SOSTENIBILE CHE VEGONO PROMOSSE DA AGENZIE E TOUR OPERATOR APPOSITE CHE CERCANO DI PORTARE IL VISITATORE IN DESTINAZIONI CHE HANNO PUNTATO SULLA TEMATICA DELLE SOSTENIBILITÀ DIVENENDONE DELLE DESTINAZIONI PROMOTRICI E L'ITER SI PRESENTA ESSERE SEMPRE IL MEDESIMO COME VISTO NELLA FASE 1 MA SOPRATTUTTO NELLA FASE 2

EUROPARC FASE 3

3



CONCLUSIONE

Lungo tutto il percorso della tesi è stata sempre presente la domanda iniziale che ci si è posti per la sua costruzione, ovvero se il turismo legato all'attualissimo e dibattuto tema della sostenibilità potesse essere effettivamente una strategia per il rilancio dell'entroterra dell'estremo ponente ligure. Tale domanda è giunta, e diventata sempre più preponderante, con il susseguirsi dei mesi in cui tutto il mondo è stato coinvolto nella pandemia da Covid-19 dalla quale si è riscoperta l'importanza di viaggiare ma soprattutto di farlo in maniera consapevole e sostenibile vivendosi l'esperienza in maniera totalmente immersiva e magari riscoprendo luoghi e tradizioni più popolari e autoctone spesso lasciate ai margini per mete turistiche più blasonate. Quindi lo studio, oltre che incentrarsi sul tema del turismo e della sostenibilità, ha cercato di analizzare in maniera approfondita e oggettiva una casistica molto particolare come l'entroterra dell'estremo ponente ligure ma soprattutto i territori legati dalla tradizione e cultura verso l'oliva Taggiasca, in quanto presentano delle peculiarità particolare come il fatto di posizionarsi in una Regione estremamente turistica ma da risultare spesso ai margini per problematiche legate ad un sistema strutturale spesso inefficiente e quindi difficile da raggiungere, ma anche il fatto di essere in costante contatto con il vicino confine francese e quindi raccogliere un bacino di utenza differente oppure il fatto di presentare una cultura unica nel suo genere e quindi un territorio che perfettamente si conface alla sua coltivazione ma anche alla morfologia collinare dello stesso. Perciò partendo da queste premesse si è deciso di proseguire nella formazione dell'elaborato mediante lo studio sulle varie tematiche emerse e quindi sui differenti livelli che queste possono implicare. In primis si è analizzato il tema della sostenibilità legato al concetto di turismo come appendice introduttiva per focalizzarsi sul tema e quindi comprendere come fosse nato il dibattito sulla tematica e perchè oggi sia così importante e attuale sul panorama internazionale. Mediante questa introduzione quindi si è deciso di approfondire la tematica esclusiva del turismo sostenibile e capirne in primo luogo la sua morfologia e le diverse declinazioni e implicazioni

per poi focalizzarsi sulle sue caratteristiche. In seguito invece si è deciso di capire come si fosse originato il dibattito, il suo corso e le sue implicazioni attuali su vari livelli quali internazionale, europeo e nazionale mediante la consultazione e la lettura di vari documenti ufficiali. Questo ha permesso di avere un panorama chiaro e ampio sulla tematica e quindi comprendere quali fossero le richieste e le esigenze che un settore così importante comporta e implica, in particolar modo se applicato ad un caso studio specifico. Sviscerato il tema allora si è deciso di approfondirne uno ulteriore che legasse il settore del turismo con il territorio preso in esame infatti si è deciso di studiare approfonditamente la composizione del settore turistico in Liguria partendo dai fondamentali ed essenziali Piani Turistici Triennali e da questi fare delle specifiche analisi come lo studio dei flussi e del movimento turistico basato su questi documenti ma soprattutto tenendo conto del fattore Covid-19 e quindi come fosse il settore prima della sua avvenuta, durante e dopo con i vari piani di ripresa e le strategie adottate sia a livello europeo, nazionale e regionale per far sì che il settore si potesse riprendere e quindi ridivenire l'economia trainante della Liguria. Oltretutto, per andare sempre più nel particolare e capire il settore, si è analizzato anche chi fossero gli attori coinvolti, le politiche in atto, i finanziamenti, la tipologia di offerta, il turista e le sue preferenze in merito alla tematica. Questa analisi ha permesso di conoscere il settore e le sue implicazioni in maniera approfondita per avere quindi una solida base su cui cominciare ad analizzare un territorio in particolare come la Provincia di Imperia e in particolar modo i suoi territori dell'entroterra. Infatti da questo si è deciso di circoscrivere un ambito definito basandosi sul prodotto di eccellenza e di punta dei territori, ovvero l'oliva Taggiasca e in particolar modo analizzando i comuni che fossero coinvolti sia nel progetto del Concilio Europeo dei Comuni Culturali e che fossero inseriti nell'Associazione Nazionale Città dell'Olio. Con questi termini quindi si è definito un ambito formato da 9 comuni con caratteristiche molto simili tra di loro quali Isolabona, Apricale, Bajardo, Badalucco, Chiusanico, Vasia, Prelà e Dolcedo e Borgomaro.

La definizione dell'ambito ha portato alla successiva analisi approfondita di più settori e tematiche per comprendere quali fossero i punti di forza e di debolezza del territorio e quindi mediante quali strategie fosse necessario intraprendere per intervenire e implementare sia i flussi turistici che l'interesse verso la valorizzazione del territorio soprattutto da parte degli enti locali che vi militano. Le analisi quindi hanno interessato vari settori come l'accessibilità, i servizi, il contesto demografico ed economico ecc... ma in particolar modo il turismo e tutti i suoi aspetti in quanto tema fondamentale di tutto il percorso. Tutte le analisi effettuate hanno sempre tenuto conto sia del contesto in cui i comuni si insediano, quindi la Provincia di Imperia, e sia i borghi stessi che formano l'ambito ristretto interessato infatti da tutto il lavoro eseguito ne sono state ricavate due analisi SWOT di cui una a livello territoriale e una a livello dell'ambito specifico che insieme hanno condotto alla redazione di tematiche sensibili da affrontare e quindi correlativi obiettivi strategici da assolvere tenendo sempre presente come tema preponderante il settore e le implicazioni che il turismo ha sul territorio. Perciò tenendo fede a tutte le analisi effettuate sino ad ora e le loro implicazioni ne è derivato un macro obiettivo che ha avuto il compito di riunire tutte le necessità del settore ovvero sviluppare delle azioni che unissero la necessità del territorio di virare verso la valorizzazione mediante l'implementazione del turismo sostenibile tenendo sempre presente la promozione mediante un apposito e oculato marketing territoriale. Da questo ne sono scaturiti tre obiettivi e quindi relative proposte progettuali di cui due immediatamente realizzabili attingendo da fondi precedentemente analizzati e quindi fattibili sul territorio sia in termini di elementi veri e propri che economici quali la formazione di un nuovo cammino, sul selciato di quelli precedenti o di strade provinciali ormai sottoutilizzate, che permetta a qualsiasi tipologie di fruitori di godere sia del paesaggio ma anche di scoprire la cultura millenaria dell'Oliva Taggiasca e la

filiera che si è costruita attorno e la costruzione di un nuovo brand che sponsorizzi a livello nazionale ed europeo la possibilità di intraprendere un viaggio in questi luoghi che presentano delle caratteristiche uniche e introvabili in altri territori e quindi rispondendo a quelle che sono le volontà odierne da parte della Regione di investire sempre più nel marketing del territorio e quindi nella comunicazione mediante i media. Per quanto riguarda il terzo obiettivo, ovvero la formazione di un'area protetta e quindi di un parco certificato CEST e EUROPARC, è una speranza per il futuro infatti l'obiettivo che si porta dietro alle due strategie precedentemente descritte è di far conoscere in maniera approfondita e consapevole in territorio e quindi di far comprendere l'unicità del luogo non solo ai fruitori quali cittadini e turisti ma alle istituzioni stesse che militano sul territorio e quindi coinvolgerle in un processo di valorizzazione e protezione sia dei borghi che del territorio circostante ma soprattutto dalla tradizione e unicità che la coltivazione della Taggiasca comporta. Sin dall'inizio il lavoro di ricerca e analisi ha cercato di perseguire l'obiettivo primario di far comprendere a chiunque legga l'unicità di un luogo che spesso viene considerato marginale rispetto a mete più conosciute e quindi la sua necessaria salvaguardia da parte di tutti, in particolare da coloro che militano in prima persona sul territorio, ma anche di poter vivere il luogo, anche se per un lasso di tempo relativamente breve, in maniera consapevole e sostenibile in modo da non alterarne l'ecosistema e rispettare la cultura della popolazione. Perciò se si dovesse trovare un'effettiva risposta alla domanda iniziale che ci si era posti per intraprendere il percorso si potrebbe realmente pensare che il turismo sostenibile sia un processo valido e positivo per riscattare e valorizzare i territori interessati dalla coltura della Taggiasca nell'entroterra del ponente ligure in quanto si è dimostrato come vi sia l'effettivamente la possibilità di svolgere una serie di interventi e azioni atte alla salvaguardia e pubblicizzazione positiva del luogo pur sempre rispettando il contesto e il paesaggio in cui si insediano.

SITOGRAFIA E BIBLIOGRAFIA

1

Capitolo 1

Bibliografia

- Francesco Petrini, *La crisi energetica del 1973. Le multinazionali del petrolio e la fine dell'età dell'oro (nero)*, in "Contemporanea, Rivista di storia dell'800 e del '900" 3/2012
- Aurelio Angelini con presentazione di Giovanni Puglisi, *Il futuro di Gaia*, Armando editore, Roma, 2008 (I libri dell'UNESCO)
- United Nations, *Report of the United Nations Conference on the Environment*, Stockholm, 5-16 June 1972 (consultato il 18 febbraio 2021). Disponibile all'indirizzo: https://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/CONF.48/14/REV.1
- United Nations, *Report of the World Commission on Environment and Development*, 4 August 1987 (consultato il 18 febbraio 2021). Disponibile all'indirizzo: <https://sustainabledevelopment.un.org/milestones/wced>
- United Nations, *Our Common Future*, 1987 (consultato il 18 febbraio 2021). Disponibile all'indirizzo: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
- Aurelio Angelini, Angela Giurrandino, *Risorse culturali, ambientali e turismo sostenibile*, Franco Angeli, Milano, 2019
- United Nations, Conference on Environment & Development, *Agenda 21*, Rio de Janeiro, Brazil, 3 to 14 June 1992 (consultato il 19 febbraio 2021). Disponibile all'indirizzo: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>
- United Nations, Resolution adopted by the General Assembly on 27 July 2012, *The future we want*, A/RES/66/288*, 11 settembre 2012 (consultato il 19 febbraio 2021). Disponibile all'indirizzo: https://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/66/288&Lang=E
- Christian Kurrer, *Politica ambientale: principi generali e quadro di riferimento*, note sintetiche sull'Unione Europea 2020, 11/2020
- Aurelio Angelini, Angela Giurrandino, *Risorse culturali, ambientali e turismo sostenibile*, Franco Angeli, Milano, 2019

- Commissione Europea, *Per uno sviluppo durevole e sostenibile*, Programma politico e d'azione della Comunità europea a favore dell'ambiente e di uno sviluppo sostenibile; Gazzetta ufficiale delle Comunità europee, N.C 138/5, 17/05/1993 (consultato il 21 febbraio 2021). Disponibile all'indirizzo: <https://op.europa.eu/it/publication-detail/-/publication/8d88c56b-5f56-4c4d-94fa-b36177cdb5e3/language-it>
- Commissione Europea, *Ambiente 2010: il nostro futuro, la nostra scelta*, Decisione n. 1600/2002/CE del Parlamento Europeo del consiglio del 22 luglio 2002 che istituisce il sesto programma comunitario di azione in materia ambientale, Gazzetta ufficiale della comunità europea, L 242/1, 10/09/2002 (consultato il 21 febbraio 2021). Disponibile all'indirizzo: https://ec.europa.eu/environment/archives/action-programme/pdf/6eapbooklet_it.pdf
- Commissione Europea, Decisione n.1386/2013/UE del Parlamento Europeo e del consiglio del 20 novembre 2013 su un programma generale di azione dell'Unione in materia di ambiente fino al 2020, *Vivere bene entro i limiti del nostro pianeta*, Gazzetta ufficiale dell'Unione europea, L 354/171, 28/12/2013 (consultato il 25 febbraio 2021). Disponibile all'indirizzo: <https://ec.europa.eu/environment/pubs/pdf/factsheets/7eap/it.pdf>
- *La crisi del Covid-19 è l'occasione per premere sull'acceleratore dell'agenda ambientale*, intervista a Dimitrios Karnavos (EL/PPE), 19/01/2021 (pubblicato il: 19 gennaio 2021, consultato il 2 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: <https://cor.europa.eu/it/news/Pages/COVID-19-opportunity-speed-up-environment-agenda.aspx>
- Commissione Europea, Proposal for a Decision of the European Parliament and of the council on a General Union Environment Action Program 2030, COM (2020) 652 final, 14/10/2020, Brussels (consultato il 25 febbraio 2021). Disponibile all'indirizzo: https://ec.europa.eu/environment/strategy/environment-action-programme-2030_en
- Aurelio Angelini, Piergiorgio Pizzuto, *Manuale di ecologia, sostenibilità ed educazione ambientale*, Franco Angeli, Milano, 2007

2 Capitolo 2 Bibliografia

- Ceballos-Lascurià Hector, *The future of Ecotourism*, Mexico Journal, 27 gennaio 1988
- WTO, *Final Report: Sustainable Development of Ecotourism*, Quebec City, Canada; 19-22 maggio 2002 (consultato il 4 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: <https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/Final-Report-WES-Eng.pdf>
- Aurelio Angelini, Angela Giurrandino, *Risorse culturali, ambientali e turismo sostenibile*, Franco Angeli, Milano, 2019
- *Carta di Lanzarote*, premessa, 27/28 aprile 1995 (consultato il 7 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: <http://www.sinanet.isprambiente.it/gelso/files/carta-lanzarote-1995.pdf>
- Patrizia Romei, *Turismo sostenibile e sviluppo locale*, CEDAM, 2009
- WTO, *Berlin Declaration on Biological Diversity and Sustainable Tourism*, 1998
- *Dichiarazione di Calvià*, 1997 (consultato il 12 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: <http://www.sinanet.isprambiente.it/gelso/files/dichiarazione-calvia-1997.pdf/view>
- Roberto Gemmiti, *Ecoitalia 21, Principi, strumenti, tecniche per lo sviluppo sostenibile in Italia. Una griglia di lettura a supporto delle politiche regionale*, Dicembre 2020 (consultato il 12 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: https://web.uniroma1.it/memotef/sites/default/files/Ecoitalia21_2001.pdf
- Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo, *Codice Mondiale di Etica del Turismo*, adottato mediante risoluzione A/RES/406(XII) alla tredicesima Assemblea Generale della OMT (Santiago del Cile, 27 Settembre - 1 Ottobre 1999) (consultato il 13 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/files/ONT_2001-12-21_02289.pdf

- UNWTO, *Codice Mondiale di Etica del Turismo*, ristampa a cura di PromuovItalia, 21/12/2001 (consultato il 13 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/files/ONT_2001-12-21_02289.pdf
- Conferenza internazionale sul turismo responsabile nelle destinazioni (2002) *The Cape Town Declaration*, Cape Town, 2002
- Harold Goodwin, *International Conference on Responsible Tourism in Destinations (2002) The Cape Town Declaration*, Cape Town, August 2002 (pubblicato il 12 ottobre 2014, consultato il 14 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: <https://responsibletourismpartnership.org/cape-town-declaration-on-responsible-tourism/>
- *Québec Declaration on Ecotourism*, Québec City, Canada, 22 May 2002 (consultato il 13 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: <http://www.world-tourism.org/sustainable/IYE/quebec/anglais/declaration.html>
- *Djerba Declaration on Tourism and Climate Change*, Djerba, Tunisia, 2003 (consultato il 13 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: <http://www.sinanet.isprambiente.it/gelso/files/dichiarazione-djerba-2003.pdf/view>
- *Davos Declaration*, Davos, Switzerland, 3 October 2007 (consultato il 13 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/Davos-Declaration_2007
- Regione Emilia-Romagna e Comune di Rimini, *Carta di Rimini*, Riccione, 2008 (consultato il 13 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: <http://www.a21italy.it/medias/AA98D81CB4923DF7.pdf>
- Commissione Europea, *Decisione del consiglio del 22 dicembre 1986 che istituisce una procedura di consultazione e di cooperazione nel settore del turismo (86/664/CEE)*, Gazzetta ufficiale delle Comunità Europee, N.L. 384/52, 31/12/86 (consultato il 14 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/>
- Commissione delle Comunità Europee, 1990, *Anno Europeo del Turismo*, Schede Europee, Febbraio 1990, 2/90 (consultato il 14 marzo 2021).

Disponibile all'indirizzo: <https://op.europa.eu/it/publication-detail/-/publication/b1882186-1e9e-4a93-bb66-8ef58647b629PDF/?uri=CELEX:31986D0664&from=ENresponsibletourismpartnership.org>

- Commissione Europea, *Libro verde sull'innovazione*, Documento redatto sulla base del documento COM(95) 688 def, Bollettino dell'Unione Europea, Supplemento 5/95 (consultato il 16 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/ad1d6f21-0b2e-423f-9301-c608035e906f>

- Commissione delle Comunità Europee, *Proposta di decisione del consiglio relativa a un primo programma pluriennale a favore del turismo europeo Philoxenia (1997-2000)*, COM (96) 168 def., 96/0127 (CNS), Bruxelles, 30/04/1996 (consultato il 16 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/>

- *Carta Europea del Turismo Sostenibile nelle Aree Protette*, La Carta, revisionato dalla Federazione EUROPARC nel 2007 e nel 2010 (consultato il 16 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: <http://www.parks.it/federparchi/PDF/IT.LaCarta.pdf>

- Commissione delle Comunità Europee, *Comunicazione della commissione consiglio, al parlamento, al comitato economico e sociale europeo (e al comitato delle regioni)*, Orientamenti di base per la sostenibilità, COM (2003) 716 definitivo, Bruxelles, 21/11/2003 (consultato il 18 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2003:0716:FIN:IT:PDF>

- Rapporto del Gruppo per la sostenibilità del Turismo, *Azione per un Turismo Europeo più sostenibile*, Febbraio 2007 (consultato il 18 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: <http://www.sinanet.isprambiente.it/gelso/files/azione-per-un-turismo-europeo.pdf>

- Commissione delle comunità europee, *Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo*, Comunicazione della commissione, COM(2007) 621 definitivo, Bruxelles, 19.10.2007 (consultato il 18 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/.do?uri=COM:2007:0621:FIN:IT:PDF>

- Commissione Europea, *L'Europa, prima destinazione turistica mondiale-un nuovo quadro politico per il turismo europeo*, COM(2010) 352 definitivo, Bruxelles, 30/06/2010 (consultato il 19 marzo 2021).

Disponibile all'indirizzo: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0352&from=EN>

- Asa, Ue, *Tajani firma protocollo con UNWTO e inaugura evento anno del Turismo Ue-Cina*, (pubblicato 28 febbraio 2018, consultato il 21 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: <https://agcult.it/a/2657/2018-02-28/ue-tajani-firma-protocollo-con-unwto-e-inaugura-evento-anno-del-turismo-ue-cina>

- Dipartimento tematico Politica strutturale e di coesione, *Weston et al. Turismo europeo: sviluppo redenti e sfide future*, Direzione generale delle Politiche interne, PE 629.200; Ottobre 2019 (consultato il 19 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629200/IPOL_STU\(2019\)629200\(SUM01\)_IT.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629200/IPOL_STU(2019)629200(SUM01)_IT.pdf)

- Duccio Canestrini, *Andare a quel paese. Vademecum del turista responsabile*, Feltrinelli, Universale economica, Milano, 2003

- LIFE00 ENV/IT/000167, *Strategie e strumenti per un turismo sostenibile nelle aree costiere del Mediterraneo*, Relazione Divulgativa, Relativa alle attività svolte dal 30/11/00 al 31/10/03, 30/01/04

- Legge 29 marzo 2001, n.135; *Riforma della legislazione nazionale del turismo* (consultato il 21 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaDettaglioAtto/originario?attoDataPubblicazioneGazzetta=2001-04-20&attocodiceRedazionale=001G0187&elenco30giorni=false

- Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, *Piano strategico di sviluppo del turismo* (consultato il 21 marzo 2021). Disponibile all'indirizzo: https://www.turismo.beniculturali.it/wp-content/uploads/2017/07/Piano-Strategico-del-Turismo_2017_IT.pdf

3

Capitolo 3

Bibliografia

- Regione Liguria, *Il turismo in Liguria negli ultimi quindici anni*, Allegato 1- Piano del turismo 2020, 26 luglio 2017 (consultato il giorno 20 aprile 2021) Disponibile all'indirizzo: https://www.regione.liguria.it/components/com_publiccompetitions/includes/download.php?id=11636:turismo-ultimi-quindici-anni.pdf
- Regione Liguria, *Piano Turistico Triennale 2013/2015 della Regione Liguria*, 27 novembre 2012 (consultato il giorno 20 aprile 2021) Disponibile all'indirizzo: https://www.regione.liguria.it/components/com_publiccompetitions/includes/download.php?id=1419:piano-turistico-triennale-2013-2015.it
- DL 25 marzo 2020, n. 19, *Misure urgenti per fronteggiare l'emergenza epidemiologica da COVID-19*. (20G00035) (consultato il giorno 22 aprile 2021) Disponibile all'indirizzo: <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2020/03/25/20G00035/>
- Istat, *Una stagione mancata: impatto del Covid-19 sul turismo*, 29 aprile 2020 (consultato il 22 aprile 2021) Disponibile all'indirizzo: https://www.istat.it/it/files//2020/04/STATISTICATODAY_TURISMO.it
- In Liguria, *Agenzia Regionale per la promozione turistica, Piano delle attività 2021*, Genova, 18 marzo 2021 (consultato il 24 aprile) Disponibile all'indirizzo: <https://www.agenziainliguria.com/it/download/piano-di-marketing-2021/?wpdmdl=2991&refresh=6123fc7208a6c1629748338>
- Banca D'Italia, *serie storiche 1997-2020* (ultimo aggiornamento 13 aprile 2021, consultate il 27 aprile 2021) Disponibili all'indirizzo: <https://www.bancaditalia.it/statistiche/tematiche/rapporti-estero/turismo-internazionale/tavole/index.html>
- Istat, *Statistiche e Report Viaggi e Vacanze degli Italiani anno 2012* (pubblicato il 13 febbraio 2013, consultato nel mese di aprile 2021) Disponibili all'indirizzo: https://www.istat.it/it/files//2013/02/Statistica_reportViaggi Vacanze.pdf

- Istat, *Statistiche e Report Viaggi e Vacanze degli Italiani anno 2013* (pubblicato il 12 febbraio 2014, consultato nel mese di aprile 2021) Disponibili all'indirizzo: https://www.istat.it/it/files//2014/02/Statistica_reportViaggi Vacanze2013-FINALE.pdf
- Istat, *Statistiche e Report Viaggi e Vacanze degli Italiani anno 2015* (pubblicato il 10 febbraio 2016, consultato nel mese di aprile 2021) Disponibili all'indirizzo: <https://www.istat.it/it/files//2016/02/Viaggi Vacanze2015.pdf>
- Istat, *Statistiche e Report Viaggi e Vacanze degli Italiani anno 2017* (pubblicato il 9 febbraio 2018, consultato nel mese di aprile 2021) Disponibili all'indirizzo: <https://www.istat.it/it/files//2018/02/Viaggi Vacanze-2017.pdf>
- Istat, *Statistiche e Report Viaggi e Vacanze degli Italiani anno 2020* (pubblicato il 8 aprile 2021, consultato nel mese di aprile 2021) Disponibili all'indirizzo: https://www.istat.it/it/files//2021/04/Report_viaggi Vacanze_2020.pdf
- Osservatorio turistico regionale, *Analisi del movimento turistico, report e documenti*, 2012 (consultato nel mese di aprile 2021)
- Osservatorio turistico regionale, *Analisi del movimento turistico, report e documenti*, 2013 (consultato nel mese di aprile 2021)
- Osservatorio turistico regionale, *Analisi del movimento turistico, report e documenti*, 2015 (consultato nel mese di aprile 2021)
- Osservatorio turistico regionale, *Analisi del movimento turistico, report e documenti*, 2017 (consultato nel mese di aprile 2021)
- Osservatorio turistico regionale, *Analisi del movimento turistico, report e documenti*, 2020 (consultato nel mese di aprile 2021)
- Ministero della Cultura, *Cultura Next Generation You Recovery and resilience plan*, Roma, 26 aprile 2021 (ultimo aggiornamento 26 aprile 2021, consultato il 4 maggio 2021) Disponibile all'indirizzo: <https://cultura.gov.it/recovery>
- Organizzazione turistica regionale, *Legge regionale n. 28 del 4 ottobre 2006* (consultato il 6 maggio 2021) Disponibile all'indirizzo: http://lrv.regione.liguria.it/liguriass_prod/articolo?urndoc=urn:nir:regione.liguria:legge:2006-10-04;28

- Disciplina delle associazioni pro loco, legge regionale n.17 dell'11 novembre 1996 (consultato il 6 maggio 2021) Disponibile all'indirizzo: http://lr.v.regione.liguria.it/liguriass_prod/articolo?urndoc=urn:nir:regione.liguria:legge:1996-04-11;17
- Regione Liguria, Organizzazione ed intermediazione di viaggi e soggiorni turistici, legge regionale n.7 dell'1 aprile 2014 (consultato il 6 maggio 2021) Disponibile all'indirizzo: http://lr.v.regione.liguria.it/liguriass_prod/urndoc=urn:nir:regione.liguria:legge:2014-04-01;7
- Regione Liguria, Disciplina delle professioni turistiche, legge regionale n.44 del 23 dicembre 1999 (consultato il 6 maggio 2021) Disponibile all'indirizzo: http://lr.v.regione.liguria.it/liguriass_prod/articolo?urndoc=urn:nir:regione.liguria:legge:1999-12-23;44
- Regione Liguria, Disposizioni di riordino delle funzioni conferite alle province in attuazione della legge n.56 del 7 aprile 2014, legge regionale n.15 del 10 aprile 2015 (consultato il 6 maggio 2021) Disponibile all'indirizzo: http://lr.v.regione.liguria.it/liguriass_prod/articolo?urndoc=urn:nir:regione.liguria:legge:2015-04-10;15
- Regione Liguria, Incentivi alle piccole e medie imprese (P.M.I.) per la qualificazione e lo sviluppo dell'offerta turistica, legge regionale n.15 del 6 giugno 2008 (consultato il 7 maggio 2021) Disponibile all'indirizzo: http://lr.v.regione.liguria.it/liguriass_prod/articolourndoc=urn:nir:regione.liguria:legge:2008-06-06;15
- Regione Liguria, Testo unico in materia di strutture ricettive e norme in materia di imprese turistiche, legge regionale n.32 del 12 novembre 2014 (consultato il 7 maggio 2021) Disponibile all'indirizzo: http://lr.v.regione.liguria.it/liguriass_prod/articolo?urndoc=urn:nir:regione.liguria:legge:2014-11-12;32
- Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre 2019 (consultato nel mese di maggio 2021) Disponibile all'indirizzo: https://www.regione.liguria.it/components/com_publiccompetitions/includes/download.php?id=43294:customer-care-2019.pdf
- Osservatorio Turistico Regione Liguria, Costum Care Turisti - Indagine sulla soddisfazione per la vacanza in Liguria, dicembre

2017 (consultato nel mese di maggio 2021) Disponibile all'indirizzo: https://www.regione.liguria.it/components/com_publiccompetitions/includes/download.php?id=30090:anno-2017-customer-care-indagine-soddisfazione-vacanza.pdf

4 Capitolo 4 Bibliografia

- Maria Merenna, *Un'analisi teorica sul marketing territoriale. Presentazione di un caso studio*. Il "Consorzio per la tutela dell'Asti", working paper Ceris-CNR, n°7/2005 (consultato il 9 maggio 2021) Disponibile all'indirizzo: http://www.ceris.cnr.it/ceris/workingpaper/2005/WP_7_05_MARENNA.
- Regione Liguria Vice direzione Territorio, *Materiale per la redazione del Piano Paesaggistico della Liguria, Ambito 2-Alpi Liguri*, Genova, dicembre 2018 (consultato nel mese di maggio 2021) Disponibile all'indirizzo: https://www.regione.liguria.it/components/com_publiccompetitions/includes/download.php?id=32775:ambito-2-alpi-liguri.pdf
- Regione Liguria Vice direzione Territorio, *Materiale per la redazione del Piano Paesaggistico della Liguria, Ambito 1- Riviera di Ponente/Imperiese*, Genova, dicembre 2018 (consultato nel mese di maggio 2021) Disponibile all'indirizzo: https://www.regione.liguria.it/components/com_publiccompetitions/includes/download.php?id=32774:ambito-1-riviera-di-ponente-imperiese.pdf
- Regione Liguria, *Piano Territoriale Regionale, Idee di Liguria, una nuova prospettiva per crescere in modo creativo, intelligente e sostenibile*, Genova, febbraio 2020 (consultato nel mese di maggio 2021) Disponibile all'indirizzo: https://www.regione.liguria.it/components/com_publiccompetitions/includes/download.php?id=49810:idee-liguria.pdf

- Regione Liguria, *Piano Territoriale Regionale, Idee di Liguria, Liberare l'entroterra*, Genova, Febbraio 2020 (consultato nel mese di maggio 2021) Disponibile all'indirizzo: https://www.regione.liguria.it/components/com_publiccompetitions/includes/download.php?id=49811:liberare-entroterra.pdf
- Regione Liguria, *Piano Territoriale di Coordinamento Pesistico, livello territoriale, schede ambiti territoriali*, D.C.R. n° 6 del 26 febbraio 1990 (consultata il 11 maggio 2021) Disponibile all'indirizzo: https://www.regione.liguria.it/components/com_publiccompetitions/includes/download.php?id=36658:livello-territoriale-schede.pdf
- Provincia di Imperia, *Piano Territoriale di Coordinamento provinciale*, Piano approvato con Deliberazione Consiglio Provinciale n. 79 del 25 novembre 2009 (consultato nel mese di maggio 2021) Disponibile all'indirizzo: <https://www.provincia.imperia.it/attivita/territorio-pianificazione/ptc+>
- GAL "Riviera dei Fiori", *Strategia di Sviluppo Locale 2014-2020, Territorio, prodotti, turismo e innovazione: il partenariato pubblico - privato alla prova di un nuovo approccio per assicurare sviluppo, lavoro e conservazione dell'ambiente*, 2017 (consultato il 15 maggio 2021) Disponibile all'indirizzo: <http://www.galrivieradeifiori.it/wp-content/uploads/2017/10/brochure-sito.pdf>
- GAL "Riviera dei Fiori", *Strategia di Sviluppo Locale 2014-2020, Terre della Taggiasca: le vie dei sapori, dei colori e della cucina bianca*, testo aggiornato al mese novembre 2020 e approvato dall'assemblea dei soci del 19 novembre 2020 (consultato il 7 maggio 2021) Disponibile all'indirizzo: http://www.galrivieradeifiori.it/wp-content/uploads/2018/04/SSL-RIMODULATA_vdef_18_03_2021_approvata.pdf
- Riviera 24, *Ventimiglia in ginocchio, Roja esondato e fango ovunque dopo l'allerta meteo rossa*, 3 ottobre 2020 (consultato il 14 luglio 2021) Disponibile all'indirizzo: <https://www.riviera24.it/2020/10/ventimiglia-in-ginocchio-roja-esondato-e-fango-ovunque-dopo-lallerta-meteo-rossa-647855/>

- Agenzia delle Entrate, Osservatorio Mercato Immobiliare, Statistiche Regionali, il mercato immobiliare in Liguria, pubblicato il 1 giugno 2018 (consultato il 7 luglio 2021) Disponibile all'indirizzo: https://www.agenziaentrate.gov.it/mt/osservatorio/statistiche-regionali/2018/SR2018_Liguria.pdf
- Agenzia delle Entrate, Osservatorio Mercato Immobiliare, Statistiche Regionali, il mercato immobiliare in Liguria, il 1 giugno 2021 (consultato il 9 luglio 2021) Disponibile all'indirizzo: https://www.agenziaentrate.gov.it/portale/documents/20143/3532374/SR2021_Liguria.pdf/c8563f01-9a08-9de9-3818-d36e2ff6b66c
- Osservatorio turistico regionale, *Analisi del movimento turistico, report e documenti*, 2012 (consultato nel mese di giugno 2021)
- Osservatorio turistico regionale, *Analisi del movimento turistico, report e documenti*, 2013 (consultato nel mese di giugno 2021)
- Osservatorio turistico regionale, *Analisi del movimento turistico, report e documenti*, 2015 (consultato nel mese di giugno 2021)
- Osservatorio turistico regionale, *Analisi del movimento turistico, report e documenti*, 2017 (consultato nel mese di giugno 2021)
- Osservatorio turistico regionale, *Analisi del movimento turistico, report e documenti*, 2020 (consultato nel mese di giugno 2021)
- Provincia di Imperia, *Quadro Fondativo del P.T.C. della Provincia di Imperia, La sentieristica e il sistema dei percorsi*, novembre 2009 (consultato il 17 luglio 2021) Disponibile all'indirizzo: https://www.provincia.imperia.it/sites/default/files/allegati/ptc-elaborati-pdf/23_G_Sentieristica.pdf

1

Capitolo 1

Sitografia

- <https://www.treccani.it/enciclopedia/jay-wright-forrester>
- <https://www.treccani.it/enciclopedia/gro-harlem-brundtland>
- <https://sustainabledevelopment.un.org/milestones/unced>
- [https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/\[%fileurl%\]](https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/[%fileurl%])
- <https://sustainabledevelopment.un.org/intergovernmental/csd>
- <https://www.un.org/esa/ffd/ffdconf/>
- <https://sustainabledevelopment.un.org/hlpf>
- <https://www.mite.gov.it/pagina/lagenda-2030>
- <https://www.mite.gov.it/pagina/le-tappe-fondamentali-dello-sviluppo-sostenibile>
- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/%20ALL/?uri=%20CELEX:%2032004%20L0035>
- <https://cor.europa.eu/it/engage/Pages/green-deal.aspx>
- https://ec.europa.eu/environment/strategy/environment-action-programme-2030_en
- http://www.giuristiambientali.it/documenti/20061114_AM.pdf
- <https://www.mite.gov.it/pagina/sviluppo-sostenibile-e-rapporti-internazionali>
- https://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/it/FTU_2.5.1.pdf
- <https://asvis.it/educazione-allo-sviluppo-sostenibile/>
- <https://iris.unipa.it/retrieve/handle/10447/39490/380672/>
- <https://www.mite.gov.it/pagina/la-strategia-nazionale-lo-sviluppo-sostenibile>

2

Capitolo 2

Sitografia

- <https://www.consciousjourneys.com/it/approfondimenti/turismo-consapevole/turismo-sostenibile-e-responsabile/>
- <http://www.airt.org/turismo-responsabile/cose-il-turismo-responsabile/>
- http://www.arpalazio.net/sviluppo_sostenibile/pagina.php?id_sezione=3&isezione=3&idSottoSezione=14
- <https://asvis.it/notizie/929-538/limits-revisited-un-esame-del-dibattito-sui-limiti-della-ccrescitasezione=3&idSottoSezione=1>
- https://www.esteri.it/mae/it/politica_estera/economia/cooperaz_econom/omt.html
- <https://wttc.org/>
- <http://www.ih-ra.org/about-ihra-today.php>
- <http://www.ecitalia.org/stages/it/storia.html>
- <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284403714>
- <http://www.sinanet.isprambiente.it/gelso/files/carta-rimini-2001.pdf/>
- <https://www.unep.org>
- <https://www.unwto.org/es/world-tourism-day-2017>
- <https://www.unwto.org/world-tourism-day-2017responsibletourismpartnership.org>
- <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e6829951-2523-4667-bea9-0297aabc1a66/language-en>
- <https://www.europarc.org/about-us/>
- <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/it/sheet/5/il-trattato-di-lisbonaTXTdo?uri=COM:do?uri=COM:2007:0621:FIN:IT:PDF>
- https://ec.europa.eu/growth/content/showcase-conference-tourism_en
- <https://www.isprambiente.gov.it/it/attivita/certificazioni/emas/il-regolamento-emas>

- https://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htmlT.pdfcina52010DC0352&from=EN
- <https://www.isprambiente.gov.it/it/attivita/certificazioni/ecolabel-ue>
- <https://www.actanet.it/>

3 Capitolo 3 Sitografia

- <https://www.lamialiguria.it/it/>
- <https://www.agenziainliguria.com/it/>
- <https://www.bancaditalia.it/statistiche/tematiche/rapporti-estero/turismo-internazionale/index.html>
- <https://www.istat.it/it/archivio?page=2&customTags=Viaggi%20e%20vacanze&page=1>
- <https://www.regione.liguria.it/homepage/turismo/osservatorio-turistico-regionale/analisi-del-movimento-turistico.html>
- <https://www.getyourliguriaexperience.it/>
- <https://experienceliguria.agenziainliguria.com/food-ambassador-experience-liguria/>
- <https://www.agenziainliguria.com/it/2020/08/04/turismo-esperienziale-al-via-il-progetto-adotta-una-cantina-sinergia-tra-hotel-e-aziende-vitivinicole/>
- <http://www.beactiveliguria.it/it/>
- <https://www.pastapestoday.it/>
- <https://www.interreg-alcotra.eu/it/scopri-alcotra/presentazione-del-programma>
- <http://interreg-maritime.eu/it/web/pc-marittimo/home>
- <https://www.regione.liguria.it/homepage/turismo/progetti-turistici/progetti-interregionali-di-eccellenza.html>

4 Capitolo 4 Sitografia

- <https://olivetreeroute.gr/en/>
- <https://www.cittadellolio.it/>
- <https://www.regione.liguria.it/homepage/territorio/piani-territoriali/verso-il-nuovo-piano-paesaggistico-regionale/materiali-redazione-piano-paesaggistico.html>
- <https://geoportal.regione.liguria.it/>
- <https://www.regione.liguria.it/homepage/territorio/piani-territoriali/piano-territoriale-regionale.html>
- <https://www.provincia.imperia.it/attivita/territorio-pianificazione/ptc+>
- <http://www.comuneisolabona.it/Home/Menu?IDDettaglio=181992>
- <https://www.apricale.org/>
- <http://www.comunebajardo.it/Home/Menu?IDDettaglio=143300>
- <http://www.comune.badalucco.im.it/>
- <http://www.comune.dolcedo.im.it/Home/Menu?IDDettaglio=156113>
- <http://www.comune.prela.im.it/Home/Menu?IDDettaglioPagina=98507>
- <http://www.comune.vasia.im.it/>
- <https://www.comune.borgomaro.im.it/puc.htm>
- <https://www.comune.chiusanico.im.it/>
- <http://www.galrivieradeifiori.it/>
- <https://www.ligurianriviera.it/>
- http://www.rivlig.camcom.gov.it/IT/Page/t02/view_html?idp=2059/
- <http://www.rivlig.camcom.gov.it/>
- <http://www.anciliguria.it/>
- <https://www.visitdolceacqua.it/>
- <http://www.comunesoldano.it/Default.aspx>
- <https://www.amministrazionicomunali.it/unione/unione-dei-comuni-dell-alta-valle-arroscia>

- <https://www.amministrazionicomunali.it/unione/unione-dei-comuni-delle-valli-argentina-e-armea>
- <https://www.amministrazionicomunali.it/unione/unione-dei-comuni-montani-della-valle-prino>
- www.viamichelin.it
- www.thetrainline.com
- www.rivieratrasporti.it
- www.rome2rio.it
- www.demo.istat.it
- www.tuttitalia.it
- www.ottomilacensus.istat.it
- www.immobiliare.it
- www.agenziaentrate.gov.it
- <https://www.regione.liguria.it/homepage/infrastrutture-e-trasporti/infrastrutture/mobilita-ciclistica/ciclovvia-tirrenica.html>
- https://www.cailiguria.it/AVML/portale/it/tappa_per_tappa.html
- <https://www.provincia.imperia.it/attivita/territorio-pianificazione/ptc/qf-relazioni-turismo>
- http://www.liguriavincoli.it/vincoli_paesagg.asp
- www.liguriavincoli.it

5 Capitolo 5 Sitografia

- <https://www.regione.liguria.it/giunta/capaci-di-agire-e-di-reagire/abbiamo-lavorato-bene-la-nostra-terra/muretti-a-secco-unesco.html>
- <http://www.parconazionale5terre.it/cinque-terre-card.php>
- <https://www.ligurianriviera.it/>
- <https://www.lamialiguria.it/it/>

- <http://www.parks.it/federparchi/cets.html>
- https://www.europarc.org/wp-content/uploads/2021/04/2021_IT_Ligne-guide-tecniche_EUROPARC-Destinazione-Sostenibile_CETS.pdf

ALLEGATI

RACCOLTA, ANALISI E RIELABORAZIONE DEI DATI

Tabella 1.1S

Tabella 1.1S_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Destinazioni | Spesa complessiva per paese di origine (milioni di € e %) | | | | | | | | |
|-------------------|---|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Europa - UE (1) | 16.743 | 16.329 | -2,5% | 17.397 | 6,5% | 19.768 | 13,6% | 11.557 | -41,5% |
| Europa - Extra UE | 6.633 | 7.000 | 5,5% | 7.245 | 3,5% | 7.601 | 4,9% | 3.395 | -55,3% |
| America | 5.172 | 6.000 | 16,0% | 6.829 | 13,8% | 7.395 | 8,3% | 1.338 | -81,9% |
| Africa | 306 | 279 | -8,8% | 329 | 17,9% | 278 | -15,5% | 152 | -45,3% |
| Asia | 2.203 | 2.378 | 7,9% | 2.562 | 7,7% | 2.826 | 10,3% | 688 | -75,7% |
| Oceania | 1.000 | 1.079 | 7,9% | 1.195 | 10,8% | 1.286 | 7,6% | 202 | -84,3% |
| Totale | 32.057 | 33.065 | 3,2% | 35.557 | 7,5% | 39.154 | 10,1% | 17.332 | -55,7% |

(1) negli anni 2019 - 2020 il Regno Unito viene conteggiato nell'Europa-Extra UE in seguito dall'uscita di questa dalla Brexit mentre negli anni precedenti viene conteggiata nell'area UE

Tabella 1.2S

Tabella 1.2S_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Destinazioni | Spesa complessiva per regione visitata (milioni di € e %) | | | | | | | | |
|---------------------|---|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Nord - Ovest (1) | 8.210 | 8.650 | 5,4% | 9.420 | 8,9% | 10.554 | 12,0% | 5.315 | -49,6% |
| Nord - Est (2) | 9.227 | 9.009 | -2,4% | 9.386 | 4,2% | 10.496 | 11,8% | 5.486 | -47,7% |
| Centro (3) | 9.635 | 10.161 | 5,5% | 10.998 | 8,2% | 11.642 | 5,9% | 3.637 | -68,8% |
| Sud e Isole (4) | 4.077 | 4.145 | 1,7% | 5.005 | 20,7% | 5.757 | 15,0% | 2.604 | -54,8% |
| Dati non ripetibili | 906 | 1.100 | 21,4% | 748 | -32,0% | 706 | -5,6% | 289 | -59,1% |
| Totale | 32.055 | 33.065 | 3,2% | 35.557 | 7,5% | 39.155 | 10,1% | 17.331 | -55,7% |

(1) include i dati del Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia e Liguria

(2) include i dati del Trentino Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia e Emilia-Romagna

(3) include i dati della Toscana, Umbria, Marche, Lazio

(4) include i dati dell'Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia e Sardegna

Tabella 1.3S

Tabella 1.3S_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020-1-2

| Motivi del viaggio | Spesa complessiva per motivi del viaggio (milioni di € e %) | | | | | | | | |
|--------------------|---|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Vacanza (1) | 19.044 | 20.285 | 6,5% | 22.690 | 11,9% | 26.015 | 14,7% | 8.887 | -65,8% |
| Motivi personali | 25.905 | 27.243 | 5,2% | 29.652 | 8,8% | 33.849 | 14,2% | 14.449 | -57,3% |
| Lavoro | 6.150 | 5.820 | -5,4% | 5.904 | 1,4% | 5.306 | -10,1% | 2.883 | -45,7% |
| Totale | 32.055 | 33.063 | 3,1% | 35.556 | 7,5% | 39.155 | 10,1% | 17.332 | -55,7% |

(1) fa parte dei motivi personali

Tabella 1.4S

Tabella 1.4S_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020-1-3

| Destinazioni | Spesa complessiva per struttura ricettiva (milioni di € e %) | | | | | | | | |
|---------------------------------------|--|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Albergo, villaggio, B&B e agriturismo | 19.458 | 20.618 | 6,0% | 22.968 | 11,4% | 26.064 | 13,5% | 8.147 | -68,7% |
| Casa in affitto | 3.067 | 2.970 | -3,2% | 3.268 | 10,0% | 3.335 | 2,1% | 2.273 | -31,8% |
| Ospite parenti, amici | 4.032 | 4.215 | 4,5% | 4.332 | 2,8% | 4.221 | -2,6% | 3.701 | -12,3% |
| Altro | 3.793 | 3.549 | -6,4% | 3.099 | -12,7% | 3.357 | 8,3% | 2.236 | -33,4% |
| Nessun pernottamento | 1.705 | 1.711 | 0,4% | 1.888 | 10,3% | 2.178 | 15,4% | 975 | -55,2% |
| Totale | 32.055 | 33.063 | 3,1% | 35.555 | 7,5% | 39.155 | 10,1% | 17.332 | -55,7% |

Tabella 1.1I

Tabella 1.1I_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Destinazioni | Spesa complessiva per paese visitato (milioni di € e %) | | | | | | | | |
|-------------------|---|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|--------------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Europa - UE (1) | 9.115 | 8.609 | -5,6% | 9.256 | 7,5% | 10.793 | 16,6% | 4.838 | -55,2% |
| Europa - Extra UE | 3.703 | 3.789 | 2,3% | 4.058 | 7,1% | 4.027 | -0,8% | 1.756 | -56,4% |
| America | 3.490 | 3.267 | -6,4% | 3.795 | 16,2% | 4.639 | 22,2% | 1.056 | -77,2% |
| Africa | 1.496 | 1.541 | 3,0% | 1.404 | -8,9% | 1.571 | 11,9% | 651 | -58,6% |
| Asia | 2.261 | 2.591 | 14,6% | 2.907 | 12,2% | 3.021 | 3,9% | 1.065 | -64,7% |
| Oceania | 409 | 454 | 11,0% | 488 | 7,5% | 450 | -7,8% | 156 | -65,3% |
| Totale | 20.474 | 20.251 | -1,0% | 21.908 | 8,4% | 24.501 | 11,6% | 9.522 | -61,0% |

(1) negli anni 2019 - 2020 il Regno Unito viene conteggiato nell'Europa-Extra UE in seguito dall'uscita di questa dalla Brexit mentre negli anni precedenti viene conteggiata nell'area UE

Tabella 1.2I

Tabella 1.2I_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Destinazioni | Spesa complessiva per regione di residenza (milioni di € e %) | | | | | | | | |
|------------------|---|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|--------------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Nord - Ovest (1) | 7.553 | 7.769 | 2,9% | 8.848 | 13,9% | 10.026 | 13,3% | 4.160 | -58,5% |
| Nord - Est (2) | 5.144 | 5.085 | -1,1% | 5.569 | 9,5% | 5.691 | 2,2% | 2.200 | -61,3% |
| Centro (3) | 4.815 | 4.554 | -5,4% | 4.584 | 0,7% | 5.093 | 11,1% | 1.832 | -64,0% |
| Sud e Isole (4) | 3.001 | 2.901 | -3,3% | 3.011 | 3,8% | 3.748 | 24,5% | 1.384 | -63,1% |
| Totale | 20.513 | 20.309 | -1,0% | 22.012 | 8,4% | 24.558 | 11,6% | 9.576 | -61,0% |

(1) include i dati del Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia e Liguria

(2) include i dati del Trentino Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia e Emilia-Romagna

(3) include i dati della Toscana, Umbria, Marche, Lazio

(4) include i dati dell'Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia e Sardegna

Tabella 1.3I

Tabella 1.3I_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Spesa complessiva per motivi del viaggio (milioni di € e %) | | | | | | | | | |
|---|---------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|--------------|---------------------|
| Motivi del viaggio | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Vacanza (1) | 8.007 | 7.525 | -6,0% | 8.306 | 10,4% | 9.950 | 19,8% | 2.759 | -72,3% |
| Motivi personali | 13.699 | 13.301 | -2,9% | 14.401 | 8,3% | 16.937 | 17,6% | 6.361 | -62,4% |
| Lavoro | 6.813 | 7.008 | 2,9% | 7.611 | 8,6% | 7.620 | 0,1% | 3.215 | -57,8% |
| Totale | 20.512 | 20.309 | -1,0% | 22.012 | 8,4% | 24.557 | 11,6% | 9.576 | -61,0% |

(1) fa parte dei motivi personali

Tabella 1.4I

Tabella 1.4I_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Spesa complessiva per struttura ricettiva (milioni di € e %) | | | | | | | | | |
|--|---------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|--------------|---------------------|
| Destinazioni | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Albergo, villaggio, B&B e agriturismo | 11.529 | 11.231 | -2,6% | 12.234 | 8,9% | 14.622 | 19,5% | 4.313 | -70,5% |
| Casa in affitto | 2.487 | 2.500 | 0,5% | 2.926 | 17,0% | 2.675 | -8,6% | 1.358 | -49,2% |
| Ospite parenti, amici | 2.898 | 3.109 | 7,3% | 3.099 | -0,3% | 2.870 | -7,4% | 2.267 | -21,0% |
| Altro | 1.962 | 1.819 | -7,3% | 1.914 | 5,2% | 2.251 | 17,6% | 909 | -59,6% |
| Nessun pernottamento | 1.637 | 1.649 | 0,7% | 1.839 | 11,5% | 2.139 | 16,3% | 730 | -65,9% |
| Totale | 20.513 | 20.308 | -1,0% | 22.012 | 8,4% | 24.557 | 11,6% | 9.577 | -61,0% |

Tabella 2.1S

Tabella 2.1S_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Viaggiatori per paese di origine (milioni di persone e %) | | | | | | | | | |
|---|-------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|
| Destinazioni | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Europa - UE (1) | 48,8 | 47,5 | -2,6% | 50,2 | 5,6% | 58,1 | 15,7% | 28,2 | -51,4% |
| Europa - Extra UE | 20,2 | 21,1 | 4,2% | 21,8 | 3,5% | 22,4 | 2,7% | 8,9 | -60,2% |
| America | 4,8 | 5,4 | 13,7% | 6,1 | 12,8% | 6,5 | 7,0% | 1,0 | -84,2% |
| Africa | 0,4 | 0,4 | -3,5% | 0,3 | -3,4% | 0,3 | -9,8% | 0,2 | -51,9% |
| Asia | 1,8 | 1,9 | 5,8% | 2,2 | 15,1% | 2,2 | 1,9% | 0,4 | -81,7% |
| Oceania | 0,8 | 0,9 | 16,4% | 1,0 | 12,6% | 1,1 | 8,9% | 0,2 | -82,1% |
| Totale | 76,7 | 77,2 | 0,6% | 81,6 | 5,8% | 90,6 | 11,0% | 38,9 | -57,1% |

(1) negli anni 2019 - 2020 il Regno Unito viene conteggiato nell'Europa-Extra UE in seguito dall'uscita di questa dalla Brexit mentre negli anni precedenti viene conteggiata nell'area UE

Tabella 2.2S

Tabella 2.2S_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Viaggiatori a destinazione per regione visitata (milioni di persone e %) | | | | | | | | | |
|--|-------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|-------------|---------------------|
| Destinazioni | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Nord - Ovest (1) | 32,1 | 32,9 | 2,3% | 34,8 | 5,9% | 39,1 | 12,3% | 16,6 | -57,5% |
| Nord - Est (2) | 31,2 | 31,2 | 0,1% | 32,9 | 5,5% | 37,0 | 12,4% | 16,8 | -54,6% |
| Centro (3) | 20,0 | 21,2 | 6,2% | 21,5 | 1,3% | 24,5 | 14,0% | 6,5 | -73,3% |
| Sud e Isole (4) | 7,2 | 7,8 | 7,7% | 9,0 | 16,4% | 11,6 | 28,3% | 4,5 | -61,1% |
| Dati non ripetibili | 7,1 | 7,1 | 0,1% | 6,7 | -5,8% | 3,7 | -44,6% | 2,3 | -38,7% |
| Totale | 97,6 | 100,2 | 2,6% | 105,0 | 4,8% | 115,9 | 10,4% | 46,7 | -59,7% |

(1) include i dati del Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia e Liguria

(2) include i dati del Trentino Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia e Emilia-Romagna

(3) include i dati della Toscana, Umbria, Marche, Lazio

(4) include i dati dell'Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia e Sardegna

Tabella 2.1I

Tabella 2.1I_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Viaggiatori a destinazione per paese visitato (milioni persone e %) | | | | | | | | | |
|---|-------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|
| Destinazioni | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Europa - UE (1) | 32,8 | 31,2 | -4,8% | 33,4 | 7,0% | 35,7 | 6,9% | 13,6 | -61,9% |
| Europa - Extra UE | 19,9 | 20,8 | 4,3% | 22,5 | 8,0% | 23,3 | 3,6% | 8,7 | -62,4% |
| America | 2,5 | 2,3 | -6,9% | 2,5 | 7,4% | 3,0 | 17,8% | 0,7 | -77,5% |
| Africa | 1,8 | 1,8 | -1,3% | 1,5 | -18,1% | 1,6 | 11,5% | 0,7 | -58,4% |
| Asia | 1,9 | 2,1 | 10,4% | 2,4 | 15,1% | 2,7 | 11,0% | 0,8 | -68,6% |
| Oceania | 0,2 | 0,2 | 1,3% | 0,2 | 13,7% | 0,2 | -4,9% | 0,1 | -68,4% |
| Totale | 59,1 | 58,4 | -1,2% | 62,4 | 6,9% | 66,4 | 6,4% | 24,6 | -63,0% |

(1) negli anni 2019 - 2020 il Regno Unito viene conteggiato nell'Europa-Extra UE in seguito dall'uscita di questa dalla Brexit mentre negli anni precedenti viene conteggiata nell'area UE

Tabella 2.2I

Tabella 2.2I_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Viaggiatori per regione di residenza (milioni di persone e %) | | | | | | | | | |
|---|-------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|
| Destinazioni | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Nord - Ovest (1) | 29,3 | 30,3 | 3,2% | 33,1 | 9,3% | 35,2 | 6,5% | 13,4 | -61,9% |
| Nord - Est (2) | 18,5 | 17,5 | -5,4% | 18,9 | 7,9% | 18,6 | -1,7% | 7,0 | -62,3% |
| Centro (3) | 6,0 | 5,5 | -8,4% | 5,5 | 0,9% | 6,1 | 9,9% | 2,0 | -66,7% |
| Sud e Isole (4) | 3,9 | 3,7 | -4,0% | 3,7 | -0,1% | 4,6 | 24,3% | 1,7 | -63,6% |
| Totale | 57,7 | 57,0 | -1,2% | 61,2 | 7,5% | 64,5 | 5,3% | 24,1 | -62,6% |

(1) include i dati del Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia e Liguria

(2) include i dati del Trentino Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia e Emilia-Romagna

(3) include i dati della Toscana, Umbria, Marche, Lazio

(4) include i dati dell'Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia e Sardegna

Tabella 2.3I

Tabella 2.3I_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Motivi del viaggio | Spesa complessiva per motivi del viaggio (milioni di € e %) | | | | | | | | |
|--------------------|---|-------------|---------------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Vacanza (1) | 16,7 | 15,7 | -6,2% | 17,2 | 9,5% | 17,7 | 3,2% | 4,7 | -73,5% |
| Motivi personali | 43,4 | 42,4 | -2,2% | 45,6 | 7,5% | 46,5 | 1,8% | 15,3 | -67,0% |
| Lavoro | 14,3 | 14,5 | 1,8% | 15,6 | 7,3% | 18,0 | 15,6% | 8,8 | -51,2% |
| Totale | 57,7 | 57,0 | -1,2% | 61,2 | 7,5% | 64,5 | 5,3% | 24,1 | -62,6% |

(1) fa parte dei motivi personali

Tabella 2.4I

Tabella 2.4I_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020-1-3

| Destinazioni | Viaggi a destinazione per struttura ricettiva (milioni di € e %) | | | | | | | | |
|---------------------------------------|--|-------------|---------------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Albergo, villaggio, B&B e agriturismo | 16,4 | 15,7 | -4,0% | 16,2 | 3,2% | 19,0 | 17,2% | 5,9 | -68,8% |
| Casa in affitto | 2,2 | 2,2 | -0,8% | 2,5 | 15,9% | 2,6 | 1,2% | 1,1 | -58,9% |
| Ospite parenti, amici | 5,8 | 5,9 | 1,1% | 5,9 | 0,9% | 6,6 | 12,6% | 3,4 | -48,2% |
| Altro | 4,8 | 4,3 | -9,6% | 4,8 | 10,4% | 5,6 | 16,7% | 2,1 | -62,1% |
| Nessun pernottamento | 30,1 | 30,4 | 1,2% | 33,4 | 9,9% | 32,7 | -2,1% | 12,1 | -63,0% |
| Totale | 59,2 | 58,5 | -1,2% | 62,9 | 7,5% | 66,5 | 5,8% | 24,6 | -63,0% |

Tabella 3.1S

Tabella 3.1S_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Destinazioni | Pernottamenti per paese di origine (milioni di notti e %) | | | | | | | | |
|-------------------|---|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Europa - UE (1) | 194,9 | 183,5 | -5,9% | 189,9 | 3,5% | 221,1 | 16,4% | 124,2 | -43,8% |
| Europa - Extra UE | 57,3 | 57,4 | 0,3% | 61,4 | 7,0% | 63,5 | 3,4% | 33,4 | -47,5% |
| America | 44,6 | 49,7 | 11,5% | 51,1 | 2,9% | 55,2 | 8,0% | 14,1 | -74,4% |
| Africa | 3,4 | 2,7 | -19,8% | 2,7 | -1,7% | 2,8 | 3,3% | 2,7 | -1,5% |
| Asia | 20,4 | 19,4 | -5,1% | 20,0 | 3,1% | 17,3 | -13,3% | 7,1 | -59,2% |
| Oceania | 8,2 | 9,0 | 9,2% | 9,3 | 3,3% | 8,5 | -8,4% | 1,8 | -79,1% |
| Totale | 328,8 | 321,7 | -2,2% | 334,4 | 3,9% | 368,4 | 10,2% | 183,3 | -50,3% |

(1) negli anni 2019 - 2020 il Regno Unito viene conteggiato nell'Europa-Extra UE in seguito dall'uscita di questa dalla Brexit mentre negli anni precedenti viene conteggiata nell'area UE

Tabella 3.2S

Tabella 3.2S_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Destinazioni | Pernottamenti a destinazione per regione visitata (milioni di notti e %) | | | | | | | | |
|---------------------|--|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Nord - Ovest (1) | 77,8 | 76,8 | -1,3% | 80,3 | 4,6% | 88,4 | 10,1% | 48,9 | -44,7% |
| Nord - Est (2) | 99,3 | 95,8 | -3,6% | 95,6 | -0,2% | 104,6 | 9,4% | 52,7 | -49,7% |
| Centro (3) | 94,1 | 92,8 | -1,4% | 96,2 | 3,6% | 105,0 | 9,2% | 43,4 | -58,6% |
| Sud e Isole (4) | 50,9 | 49,8 | -2,1% | 57,3 | 15,2% | 65,2 | 13,7% | 36,6 | -43,8% |
| Dati non ripetibili | 5,7 | 6,6 | 15,5% | 5,0 | -24,5% | 5,2 | 4,9% | 1,7 | -68,1% |
| Totale | 327,8 | 321,7 | -1,9% | 334,4 | 3,9% | 368,4 | 10,2% | 183,3 | -50,3% |

(1) include i dati del Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia e Liguria

(2) include i dati del Trentino Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia e Emilia-Romagna

(3) include i dati della Toscana, Umbria, Marche, Lazio

(4) include i dati dell'Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia e Sardegna

Tabella 3.3S

Tabella 3.3S_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Motivi del viaggio | Pernottamenti per motivi del viaggio (milioni di notti e %) | | | | | | | | |
|--------------------|---|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Vacanza (1) | 182,7 | 185,2 | 1,3% | 203,5 | 9,9% | 230,5 | 13,3% | 82,1 | -64,4% |
| Motivi personali | 275,8 | 273,8 | -0,7% | 289,7 | 5,8% | 327,6 | 13,1% | 155,1 | -52,6% |
| Lavoro | 52,1 | 47,9 | -8,0% | 44,7 | -6,7% | 40,8 | -8,7% | 28,2 | -31,1% |
| Totale | 327,8 | 321,7 | -1,9% | 334,4 | 3,9% | 368,4 | 10,2% | 183,3 | -50,3% |

(1) fa parte dei motivi personali

Tabella 3.4S

Tabella 3.4S_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Destinazioni | Spesa complessiva per struttura ricettiva (milioni persone e %) | | | | | | | | |
|---------------------------------------|---|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Albergo, villaggio, B&B e agriturismo | 136,3 | 141,3 | 3,7% | 157,8 | 11,6% | 184,3 | 16,8% | 56,6 | -69,3% |
| Casa in affitto | 59,7 | 53,7 | -10,0% | 52,6 | -2,1% | 51,9 | -1,3% | 33,5 | -35,5% |
| Ospite parenti, amici | 67,2 | 64,3 | -4,3% | 67,3 | 4,7% | 69,6 | 3,4% | 55,4 | -20,5% |
| Altro | 64,6 | 62,4 | -3,5% | 56,7 | -9,0% | 62,6 | 10,4% | 37,8 | -39,6% |
| Totale | 327,8 | 321,7 | -1,9% | 334,4 | 3,9% | 368,4 | 10,2% | 183,3 | -50,3% |

Tabella 3.11

Tabella 3.11_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Destinazioni | Pernottamenti a destinazione per paese visitato (milioni di notti e %) | | | | | | | | |
|-------------------|--|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Europa - UE (1) | 121,1 | 115,4 | -4,7% | 128,6 | 11,4% | 137,8 | 7,2% | 68,8 | -50,1% |
| Europa - Extra UE | 40,8 | 40,2 | -1,5% | 38,6 | -4,1% | 38,3 | -0,8% | 19,6 | -48,7% |
| America | 38,2 | 37,3 | -2,4% | 40,5 | 8,5% | 40,1 | -1,0% | 11,8 | -70,6% |
| Africa | 21,8 | 23,2 | 6,5% | 21,6 | -7,0% | 22,9 | 6,3% | 13,0 | -43,2% |
| Asia | 28,1 | 31,1 | 10,9% | 34,6 | 11,1% | 31,2 | -9,8% | 14,0 | -55,2% |
| Oceania | 6,0 | 7,2 | 21,2% | 7,2 | 0,2% | 6,0 | -16,5% | 2,2 | -62,8% |
| Totale | 255,9 | 254,5 | -0,6% | 271,0 | 6,5% | 276,3 | 1,9% | 129,4 | -53,2% |

(1) negli anni 2019 - 2020 il Regno Unito viene conteggiato nell'Europa-Extra UE in seguito dall'uscita di questa dalla Brexit mentre negli anni precedenti viene conteggiata nell'area UE

Tabella 3.21

Tabella 3.21_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Destinazioni | Pernottamenti per regione di residenza (milioni di notti e %) | | | | | | | | |
|------------------|---|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Nord - Ovest (1) | 89,8 | 91,5 | 1,9% | 101,8 | 11,2% | 110,0 | 8,1% | 50,7 | -53,9% |
| Nord - Est (2) | 54,9 | 54,3 | -1,1% | 57,3 | 5,6% | 52,3 | -8,7% | 25,2 | -51,9% |
| Centro (3) | 68,2 | 64,7 | -5,2% | 65,8 | 1,7% | 64,0 | -2,8% | 29,9 | -53,3% |
| Sud e Isole (4) | 43,4 | 44,7 | 2,8% | 47,7 | 6,9% | 51,2 | 7,2% | 24,5 | -52,1% |
| Totale | 256,4 | 255,1 | -0,5% | 272,6 | 6,9% | 277,5 | 1,8% | 130,3 | -53,0% |

(1) include i dati del Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia e Liguria

(2) include i dati del Trentino Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia e Emilia-Romagna

(3) include i dati della Toscana, Umbria, Marche, Lazio

(4) include i dati dell'Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia e Sardegna

Tabella 3.31

Tabella 3.31_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Motivi del viaggio | Pernottamenti per motivi del viaggio (milioni di notti e %) | | | | | | | | |
|--------------------|---|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Vacanza (1) | 103,2 | 94,9 | -8,0% | 102,0 | 7,5% | 105,4 | 3,4% | 33,7 | -68,0% |
| Motivi personali | 187,3 | 184,9 | -1,3% | 198,2 | 7,2% | 204,6 | 3,2% | 96,0 | -53,1% |
| Lavoro | 69,0 | 70,2 | 1,8% | 74,4 | 5,9% | 72,8 | -2,2% | 34,2 | -53,0% |
| Totale | 256,4 | 255,1 | -0,5% | 272,6 | 6,9% | 277,5 | 1,8% | 130,3 | -53,0% |

(1) fa parte dei motivi personali

Tabella 3.41

Tabella 3.41_Elaborazione personale in base alla fonte Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Destinazioni | Viaggi a destinazione per struttura ricettiva (milioni di € e %) | | | | | | | | |
|---------------------------------------|--|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Albergo, villaggio, B&B e agriturismo | 99,3 | 94,1 | -5,2% | 99,4 | 5,6% | 108,7 | 9,4% | 33,5 | -69,2% |
| Casa in affitto | 59,4 | 62,5 | 5,2% | 68,3 | 9,2% | 57,3 | -16,1% | 32,3 | -43,6% |
| Ospite parenti, amici | 56,7 | 58,6 | 3,3% | 59,2 | 1,1% | 57,1 | -3,5% | 40,1 | -29,8% |
| Altro | 41,0 | 40,0 | -2,5% | 45,8 | 14,6% | 54,4 | 18,7% | 24,4 | -55,1% |
| Totale | 256,4 | 255,1 | -0,5% | 272,6 | 6,9% | 277,5 | 1,8% | 130,3 | -53,0% |

Tabella FN4.1

Tabella FN4.1_Elaborazione personale in base alla fonte ISTAT, Report statistiche "Viaggi e Vacanze in Italia e all'Estero" anno 2012, 2013, 2015, 2017, 2020

| Tipologia | Viaggi (miliardi e composizione %) | | | | | | | | |
|----------------------|------------------------------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|-------------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| 1-3 notti | 32,3 | 24,8 | -23,4% | 24,3 | -2,0% | 28,0 | 15,2% | 15,5 | -44,6% |
| 4+ notti | 36,4 | 32,7 | -10,2% | 26,8 | -17,9% | 32,7 | 21,8% | 19,5 | -40,2% |
| Vacanza | 68,7 | 57,5 | -16,4% | 51,1 | -11,0% | 60,6 | 18,7% | 35,0 | -42,2% |
| Lavoro | 10,0 | 5,7 | -43,0% | 6,8 | 19,3% | 5,7 | -16,2% | 2,5 | -56,1% |
| Totale Viaggi | 78,7 | 63,2 | 3,2% | 57,9 | -8,3% | 66,3 | 14,6% | 37,5 | -43,4% |

Tabella FN4.2

Tabella FN4.2_Elaborazione personale in base alla fonte ISTAT, Report statistiche "Viaggi e Vacanze in Italia e all'Estero" anno 2012, 2013, 2015, 2017, 2020

| Tipologia | Notti (miliardi e composizione %) | | | | | | | | |
|----------------------|-----------------------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| 1-3 notti | 62,4 | 48,4 | -22,4% | 45,8 | -5,4% | 56,8 | 23,9% | 30,4 | -46,5% |
| 4+ notti | 409,2 | 353,2 | -13,7% | 271,0 | -23,3% | 306,5 | 13,1% | 192,0 | -37,4% |
| Vacanza | 471,6 | 401,7 | -14,8% | 316,8 | -21,1% | 363,3 | 14,7% | 222,3 | -38,8% |
| Lavoro | 29,5 | 15,5 | -47,5% | 23,1 | 49,4% | 20,2 | -12,8% | 8,9 | -56,0% |
| Totale Viaggi | 501,1 | 417,1 | 3,2% | 339,9 | -18,5% | 383,5 | 12,8% | 231,2 | -39,7% |

Tabella FN5.1

Tabella FN5.1_Elaborazione personale in base alla fonte ISTAT, Report statistiche "Viaggi e Vacanze in Italia e all'Estero" anno 2012, 2013, 2015, 2017,

| Tipologia | Viaggi di vacanza per tipologia di luogo visitato (composizione %) | | | | | | | | |
|------------------------|--|------|---------------------|------|---------------------|------|---------------------|------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Mare, crociera | 46,6 | 48,0 | 3,0% | 49,4 | 2,9% | 45,5 | -7,9% | 52,9 | 16,3% |
| Montagna e collina | 22,7 | 23,3 | 2,6% | 26,1 | 12,0% | 24,4 | -6,5% | 29,9 | 22,5% |
| Città | 35,8 | 37,3 | 4,2% | 28,3 | -24,1% | 36,8 | 30,0% | 32,2 | -12,5% |
| Lago, campagna e fiumi | 9,9 | 10,1 | 2,0% | 10,2 | 1,0% | 10,7 | 4,9% | 15,1 | 41,1% |

Tabella FN5.2

Tabella FN5.2_Elaborazione personale in base alla fonte ISTAT, Report statistiche "Viaggi e Vacanze in Italia e all'Estero" anno 2012, 2013, 2015, 2017,

| Tipologia | Viaggi di vacanza per motivo prevalente (composizione %) | | | | | | | | |
|----------------------------------|--|------|---------------------|------|---------------------|------|---------------------|------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Piacere, svago e vacanza | 71,3 | 65,7 | -7,9% | 68,0 | 3,5% | 70,3 | 3,4% | 72,4 | 3,0% |
| Visita a parenti e/o amici | 25,8 | 31,3 | 21,3% | 29,7 | -5,1% | 27,2 | -8,4% | 25,4 | -6,6% |
| Motivi religiosi, pellegrinaggio | 2,1 | 2,2 | 4,8% | 1,3 | -40,9% | 1,1 | -15,4% | 0,2 | -81,8% |
| Trattamenti salute e termali | 0,8 | 0,8 | 0,0% | 0,9 | 12,5% | 1,4 | 55,6% | 2,0 | 42,9% |

Tabella FN5.3

Tabella FN5.3_Elaborazione personale in base alla fonte ISTAT, Report statistiche "Viaggi e Vacanze in Italia e all'Estero" anno 2012, 2013, 2015, 2017,

| Tipologia | Viaggi di vacanza per motivo prevalente (composizione %) | | | | | | | | |
|---|--|------|---------------------|------|---------------------|------|---------------------|------|---------------------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Riunione d'affari | 26,0 | 26,1 | 0,4% | 12,3 | -52,9% | 13,2 | 7,3% | 26,8 | 103,0% |
| Missione di lavoro o militare | 3,9 | 4,1 | 5,1% | 11,5 | 180,5% | 15,8 | 37,4% | 11,9 | -24,7% |
| Rappresentanza, vendita, installazione, riparazione, ecc. | 11,4 | 15,1 | 32,5% | 14,0 | -7,3% | 11,8 | -15,7% | 10,6 | -10,2% |
| Congresso, convegno, seminario, ecc. | 21,0 | 23,3 | 11,0% | 14,3 | -38,6% | 17,9 | 25,2% | 7,8 | -56,4% |
| Fiera, mostra, esposizione | 7,1 | 4,8 | -32,4% | 3,0 | -37,5% | 9,4 | 213,3% | 5,4 | -42,6% |
| Attività culturali, artistiche, religiose | 2,9 | 4,4 | 51,7% | 4,2 | -4,5% | 7,8 | 85,7% | 5,4 | -30,8% |

Tabella FN6.1

Tabella 6.1_Elaborazione personale in base alla fonte ISTAT, Report statistiche "Viaggi e Vacanze in Italia e all'Estero" anno 2012, 2013, 2015, 2017, 2020

| Provenienza | Viaggi (miliardi e composizione %) | | | | | | | | | |
|---------------|------------------------------------|------|---------------------|-------|---------------------|--------|---------------------|-------|---------------------|--------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 | |
| Vacanza | Italia | 79,7 | 80,2 | 0,6% | 81,5 | 1,6% | 81,6 | 0,1% | 91,3 | 11,9% |
| | Estero | 28,0 | 26,8 | -4,3% | 18,5 | -31,0% | 18,4 | -0,5% | 8,7 | -52,7% |
| Lavoro | Italia | 77,8 | 75,8 | -2,6% | 77,4 | 2,1% | 75,0 | -3,1% | 86,5 | 15,3% |
| | Estero | 22,2 | 24,2 | 9,0% | 22,6 | -6,6% | 25,0 | 10,6% | 13,5 | -46,0% |
| Totale Viaggi | Italia | 79,4 | 79,8 | 0,5% | 81,8 | 2,5% | 81,0 | -1,0% | 90,9 | 12,2% |
| | Estero | 20,6 | 20,2 | -1,9% | 18,9 | -6,4% | 19,0 | 0,5% | 9,1 | -52,1% |

Tabella FN6.1A

Tabella FN6.1A_Elaborazione personale in base alla fonte ISTAT, Report statistiche "Viaggi e Vacanze in Italia e all'Estero" anno 2012, 2013, 2015, 2017, 2020

| Provenienza | Viaggi per tipologia e destinazione principale-Italia (composizione %) | | | | | | | | | |
|---------------|--|------|---------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|--------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 | |
| Vacanza | Nord | 36,7 | 36,0 | -1,9% | 40,7 | 13,1% | 36,2 | -11,1% | 44,0 | 21,5% |
| | Centro | 18,2 | 19,7 | 8,2% | 21,2 | 7,6% | 20,4 | -3,8% | 20,7 | 1,5% |
| | Mezzogiorno | 24,8 | 24,5 | -1,2% | 19,7 | -19,6% | 25,1 | 27,4% | 26,6 | 6,0% |
| | Italia | 79,7 | 80,2 | 0,6% | 81,5 | 1,6% | 81,6 | 0,1% | 91,3 | 11,9% |
| Lavoro | Nord | 40,2 | 40,6 | 1,0% | 35,9 | -11,6% | 37,3 | 3,9% | 52,7 | 41,3% |
| | Centro | 23,9 | 19,8 | -17,2% | 22,7 | 14,6% | 21,2 | -6,6% | 19,3 | -9,0% |
| | Mezzogiorno | 13,7 | 15,4 | 12,4% | 18,8 | 22,1% | 16,4 | -12,8% | 14,6 | -11,0% |
| | Italia | 77,8 | 75,8 | -2,6% | 77,4 | 2,1% | 75,0 | -3,1% | 86,5 | 15,3% |
| Totale Viaggi | Nord | 37,1 | 36,4 | -1,9% | 40,1 | 10,2% | 36,3 | -9,5% | 44,6 | 22,9% |
| | Centro | 18,9 | 19,7 | 4,2% | 21,4 | 8,6% | 20,4 | -4,7% | 20,6 | 1,0% |
| | Mezzogiorno | 23,4 | 23,7 | 1,3% | 19,6 | -17,3% | 24,4 | 24,5% | 25,8 | 5,7% |
| | Italia | 79,4 | 79,8 | 0,5% | 81,8 | 2,5% | 81,0 | -1,0% | 90,9 | 12,2% |

Tabella FN6.1B

Tabella FN6.1B_Elaborazione personale in base alla fonte ISTAT, Report statistiche "Viaggi e Vacanze in Italia e all'Estero" anno 2012, 2013, 2015, 2017, 2020

| Provenienza | Viaggi per tipologia e destinazione principale-Italia (composizione %) | | | | | | | | | |
|---------------|--|------|---------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|--------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 | |
| Vacanza | UE | 13,3 | 14,8 | 11,3% | 10,7 | -27,7% | 12,9 | 20,6% | 5,2 | -59,7% |
| | Extra UE | 2,9 | 2,1 | -27,6% | 4,4 | 109,5% | 3,0 | -31,8% | 2,5 | -16,7% |
| | Resto del mondo | 4,1 | 2,9 | -29,3% | 3,4 | 17,2% | 2,4 | -29,4% | 1,1 | -54,2% |
| | Estero | 28,0 | 26,8 | -4,3% | 18,5 | -31,0% | 18,4 | -0,5% | 8,7 | -52,7% |
| Lavoro | UE | 14,3 | 17,0 | 18,9% | 15,0 | -11,8% | 18,5 | 23,3% | 10,2 | -44,9% |
| | Extra UE | 3,3 | 2,2 | -33,3% | 2,6 | 18,2% | 1,6 | -38,5% | 1,1 | -31,3% |
| | Resto del mondo | 4,6 | 5,0 | 8,7% | 5,0 | 0,0% | 4,9 | -2,0% | 2,2 | -55,1% |
| | Estero | 22,2 | 24,2 | 9,0% | 22,6 | -6,6% | 25,0 | 10,6% | 13,5 | -46,0% |
| Totale Viaggi | UE | 13,4 | 14,9 | 11,2% | 11,2 | -24,8% | 13,4 | 19,6% | 5,5 | -59,0% |
| | Extra UE | 3,0 | 2,2 | -26,7% | 4,2 | 90,9% | 2,9 | -31,0% | 2,4 | -17,2% |
| | Resto del mondo | 4,2 | 3,1 | -26,2% | 3,6 | 16,1% | 2,6 | -27,8% | 1,2 | -53,8% |
| | Estero | 20,6 | 20,2 | -1,9% | 18,9 | -6,4% | 19,0 | 0,5% | 9,1 | -52,1% |

Tabella FN7.1

Tabella FN7.1_Elaborazione personale in base alla fonte ISTAT, Report statistiche "Viaggi e Vacanze in Italia e all'Estero" anno 2012, 2013, 2015, 2017, 2020-1

| Struttura ricettiva | Viaggi per tipologia e destinazione principale-Italia (composizione %) | | | | | | | | | |
|---------------------|--|------|---------------------|-------|---------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|-------|
| | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2015 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 | |
| Vacanza | Strutture ricettive collettive (*) | 47,7 | 48,9 | 2,5% | 39,3 | -19,6% | 42,4 | 7,9% | 40,6 | -4,2% |
| | Alloggi privati (**) | 52,3 | 51,1 | -2,3% | 60,7 | 18,8% | 57,6 | -5,1% | 59,4 | 3,1% |
| Lavoro | Strutture ricettive collettive (*) | 87,4 | 83,5 | -4,5% | 75,3 | -9,8% | 80,6 | 7,0% | 73,2 | -9,2% |
| | Alloggi privati (**) | 12,6 | 16,5 | 31,0% | 24,7 | 49,7% | 19,4 | -21,5% | 26,8 | 38,1% |
| Totale Viaggi | Strutture ricettive collettive (*) | 52,7 | 52,0 | -1,3% | 43,5 | -16,3% | 45,7 | 5,1% | 42,7 | -6,6% |
| | Alloggi privati (**) | 47,3 | 48,0 | 1,5% | 56,5 | 17,7% | 54,3 | -3,9% | 57,3 | 5,5% |

(*) ne fanno parte le strutture alberghiere e altre tipologie di strutture collettive affini

(**) ne fanno parte abitazioni/stanze private, abitazioni di proprietà, abitazioni di parenti o amici e altre tipologie di alloggi privati affini

Tabella FN8.1

Tabella FN8.1_Elaborazione personale in base alla fonte ISTAT, Report statistiche "Viaggi e Vacanze in Italia e all'Estero" anno 2012, 2013, 2015, 2017, 2020-1

| Viaggi per tipologia di mezzo (composizione %) | | | | | | | | | | |
|--|--------------------|------|------|---------------------|------|---------------------|------|---------------------|------|---------------------|
| | Mezzo di trasporto | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2012 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Viaggi | Aereo | 20,4 | 18,5 | -9,3% | 14,7 | -20,5% | 18,6 | 26,5% | 10,3 | -44,6% |
| | Treno | 8,5 | 9,4 | 10,6% | 12,8 | 36,2% | 9,8 | -23,4% | 7,6 | -22,4% |
| | Nave | 3,1 | 4,0 | 29,0% | 2,7 | -32,5% | 2,2 | -18,5% | 1,7 | -22,7% |
| | Auto | 60,5 | 61,4 | 1,5% | 60,7 | -1,1% | 61,4 | 1,2% | 73,9 | 20,4% |
| | Pullman | 4,7 | 4,4 | -6,4% | 4,7 | 6,8% | 5,1 | 8,5% | 2,2 | -56,9% |

Tabella MTL.9

MTL.9_ Analisi del movimento turistico dell'Osservatorio turistico della regione Liguria (2012, 2013, 2015, 2017, 2020)

| Arrivi e Presenze Liguria | | | | | | | | | | |
|--|---------------|-------------------|-------------------|---------------------|-------------------|---------------------|-------------------|---------------------|------------------|---------------------|
| | | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2012 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Arrivi movimento turistico complessivo | Italiani | 2.224.466 | 2.158.863 | -2,9% | 2.412.479 | 11,7% | 2.635.141 | 9,2% | 1.722.626 | -34,6% |
| | Stranieri | 1.503.103 | 1.681.626 | 11,9% | 1.974.452 | 17,4% | 2.171.931 | 10,0% | 683.067 | -68,6% |
| | Totale | 3.727.569 | 3.840.489 | 3,0% | 4.386.931 | 14,2% | 4.807.072 | 9,6% | 2.405.693 | -50,0% |
| Presenze movimento turistico complessivo | Italiani | 8.748.721 | 8.309.399 | -5,0% | 8.593.192 | 3,4% | 9.242.695 | 7,6% | 6.495.223 | -29,7% |
| | Stranieri | 4.759.628 | 5.211.999 | 9,5% | 5.740.089 | 10,1% | 6.325.122 | 10,2% | 2.075.190 | -67,2% |
| | Totale | 13.508.349 | 13.521.398 | 0,1% | 14.333.281 | 6,0% | 15.567.817 | 8,6% | 8.570.413 | -44,9% |

Tabella MTL.10

MTL.10_ Analisi del movimento turistico dell'Osservatorio turistico della regione Liguria (2012, 2013, 2015, 2017, 2020)

| Alberghiero e Extra-alberghiero Liguria | | | | | | | | | | |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|-------------------|---------------------|-------------------|---------------------|------------------|---------------------|
| | | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2012 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Arrivi | Alberghiero | 2.955.744 | 3.049.485 | 3,2% | 3.321.807 | 8,9% | 3.454.976 | 4,0% | 1.652.726 | -52,2% |
| | Extra-alberghiero | 771.825 | 791.004 | 2,5% | 1.074.143 | 35,8% | 1.352.096 | 25,9% | 752.967 | -44,3% |
| | Totale | 3.727.569 | 3.840.489 | 3,0% | 4.395.950 | 14,5% | 4.807.072 | 9,4% | 2.405.693 | -50,0% |
| Presenze | Alberghiero | 9.246.453 | 9.268.787 | 0,2% | 9.537.445 | 2,9% | 10.021.848 | 5,1% | 5.053.146 | -49,6% |
| | Extra-alberghiero | 4.261.896 | 4.252.611 | -0,2% | 4.694.686 | 10,4% | 5.545.969 | 18,1% | 3.517.267 | -36,6% |
| | Totale | 13.508.349 | 13.521.398 | 0,1% | 14.232.131 | 5,3% | 15.567.817 | 9,4% | 8.570.413 | -44,9% |

Tabella MTL.11

MTL.11_ Analisi del movimento turistico dell'Osservatorio turistico della regione Liguria (2012, 2013, 2015, 2017, 2020)

| Arrivi movimento turistico complessivo | | | | | | | | | | |
|--|--|------------------|------------------|---------------------|------------------|---------------------|------------------|---------------------|------------------|---------------------|
| | | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2012 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Nord-Ovest | | 1.535.211 | 1.476.965 | -3,8% | 1.707.261 | 15,6% | 1.862.503 | 9,1% | 1.272.758 | -31,7% |
| Nord-Est | | 242.968 | 239.516 | -1,4% | 258.703 | 8,0% | 289.064 | 11,7% | 182.833 | -36,7% |
| Centro | | 240.009 | 244.515 | 1,9% | 244.249 | -0,1% | 268.586 | 10,0% | 147.544 | -45,1% |
| Sud | | 152.816 | 146.548 | -4,1% | 148.723 | 1,5% | 156.674 | 5,3% | 86.228 | -45,0% |
| Isole | | 53.462 | 51.319 | -4,0% | 53.545 | 4,3% | 58.314 | 8,9% | 33.263 | -43,0% |
| Totale | | 2.224.466 | 2.158.863 | -2,9% | 2.412.481 | 11,7% | 2.635.141 | 9,2% | 1.722.626 | -34,6% |

Tabella MTL.12

MTL.12_ Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Spesa complessiva per regione visitata (milioni di € e %) | | | | | | | | | |
|---|-------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|
| Provenienza | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2012 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Stranieri | 1.339 | 1.495 | 11,7% | 1.624 | 8,6% | 2.050 | 26,2% | 1.289 | -37,1% |
| Italiani | 539 | 541 | 0,4% | 683 | 26,2% | 612 | -10,4% | 294 | -52,0% |

Tabella MTL.13

MTL.13_ Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Viaggiatori per regione visitata (milioni di persone e %) | | | | | | | | | |
|---|------|------|---------------------|------|---------------------|------|---------------------|------|---------------------|
| Provenienza | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2012 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Stranieri | 6,7 | 7,6 | 13,9% | 7,1 | -7,4% | 9,1 | 29,6% | 4,1 | -55,4% |
| Italiani | 2,8 | 2,9 | 5,6% | 3,4 | 15,6% | 3,2 | -5,5% | 1,3 | -60,4% |

Tabella MTL.14

MTL.14_ Banca d'Italia, serie storiche 1997-2020

| Pernottamenti a destinazione per regione visitata (milioni di notti e %) | | | | | | | | | |
|--|------|------|---------------------|------|---------------------|------|---------------------|------|---------------------|
| Provenienza | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2012 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Stranieri | 12,0 | 11,5 | -4,1% | 14,3 | 24,1% | 15,7 | 9,9% | 9,8 | -37,6% |
| Italiani | 6,2 | 7,0 | 12,1% | 8,5 | 21,5% | 8,4 | -0,6% | 3,4 | -59,0% |

Tabella SD.1

SD.1_Popolazione residente

| Sub ambiti | Comuni | Popolazione residente | | | | | Variazione percentuale | | | |
|-----------------------|------------|-----------------------|-------|-------|-------|----------|------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | | 2012 | 2013 | 2015 | 2017 | 2020 (*) | Var. % 2013 su 2012 | Var. % 2015 su 2013 | Var. % 2017 su 2015 | Var. % 2020 su 2017 |
| Media Val Nervia | Isolabona | 674 | 691 | 679 | 695 | 675 | 2,5% | -1,7% | 2,4% | -2,9% |
| | Apricale | 618 | 617 | 629 | 618 | 590 | -0,2% | 1,9% | -1,7% | -4,5% |
| | Bajardo | 323 | 315 | 312 | 326 | 355 | -2,5% | -1,0% | 4,5% | 8,9% |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 1.165 | 1.179 | 1.136 | 1.123 | 1.078 | 1,2% | -3,6% | -1,1% | -4,0% |
| Valle Prino | Prelà | 485 | 492 | 503 | 498 | 469 | 1,4% | 2,2% | -1,0% | -5,8% |
| | Vasia | 418 | 420 | 389 | 405 | 382 | 0,5% | -7,4% | 4,1% | -5,7% |
| | Dolcedo | 1.477 | 1.472 | 1.415 | 1.385 | 1.313 | -0,3% | -3,9% | -2,1% | -5,2% |
| Valle Impero | Borgomaro | 877 | 887 | 865 | 881 | 826 | 1,1% | -2,5% | 1,8% | -6,2% |
| | Chiusanico | 606 | 605 | 607 | 578 | 572 | -0,2% | 0,3% | -4,8% | -1,0% |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it
 (*) dato elaborato mediante demo.istat.it

Tabella SD.2/3 (1)

Elaborazione personale da Fonte ISTAT (dati ricavati dai report) 20 aprile 2021-3

| Sub ambiti | Comuni | 2012 | | | 2013 | | | 2015 | | | 2017 | | | 2020 | | |
|-----------------------|------------|-----------|------------|----------|-----------|------------|----------|-----------|------------|----------|-----------|------------|----------|-----------|------------|----------|
| | | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni |
| Media Val Nervia | Isolabona | 12,2% | 65,7% | 22,1% | 11,9% | 66,2% | 22,0% | 11,4% | 66,1% | 22,5% | 12,5% | 64,2% | 23,4% | 12,9% | 62,5% | 24,6% |
| | Apricale | 11,7% | 57,1% | 31,3% | 11,7% | 55,3% | 33,0% | 11,4% | 60,5% | 28,1% | 11,9% | 59,8% | 28,4% | 12,0% | 60,3% | 27,6% |
| | Bajardo | 3,9% | 58,2% | 37,9% | 4,0% | 58,2% | 37,8% | 4,1% | 57,0% | 38,9% | 4,8% | 58,0% | 37,2% | 4,2% | 57,6% | 38,2% |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 11,1% | 62,1% | 26,8% | 11,2% | 61,8% | 27,0% | 10,6% | 62,3% | 27,1% | 10,8% | 60,9% | 28,3% | 9,8% | 60,9% | 29,2% |
| | Prelà | 11,0% | 54,4% | 34,6% | 10,1% | 55,5% | 34,4% | 10,9% | 54,9% | 34,2% | 9,7% | 57,7% | 32,6% | 8,7% | 57,4% | 33,9% |
| Valle Prino | Vasia | 9,2% | 56,7% | 34,0% | 7,9% | 57,7% | 34,4% | 8,8% | 54,0% | 37,3% | 8,7% | 54,5% | 36,8% | 7,9% | 55,8% | 36,4% |
| | Dolcedo | 14,0% | 62,3% | 23,7% | 13,5% | 62,6% | 23,9% | 13,0% | 61,6% | 25,4% | 13,5% | 60,5% | 26,0% | 12,3% | 60,2% | 27,4% |
| Valle Impero | Borgomaro | 11,4% | 58,5% | 30,1% | 10,9% | 58,0% | 31,0% | 9,7% | 58,5% | 31,8% | 9,8% | 58,5% | 31,7% | 9,6% | 57,7% | 32,7% |
| | Chiusanico | 9,8% | 62,0% | 28,2% | 9,9% | 62,5% | 27,6% | 10,3% | 62,6% | 27,1% | 10,5% | 61,1% | 28,4% | 10,7% | 61,2% | 28,1% |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it

Tabella SD.2/3 (2)

SD.2 e 3_ Struttura della popolazione (2)

| Sub ambiti | Comuni | 2012 | | | 2013 | | | 2015 | | | 2017 | | | 2020 | | |
|-----------------------|------------|-----------|------------|----------|-----------|------------|----------|-----------|------------|----------|-----------|------------|----------|-----------|------------|----------|
| | | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni |
| Media Val Nervia | Isolabona | 12,2% | 65,7% | 22,1% | 11,9% | 66,2% | 22,0% | 11,4% | 66,1% | 22,5% | 12,5% | 64,2% | 23,4% | 12,9% | 62,5% | 24,6% |
| | Apricale | 11,7% | 57,1% | 31,3% | 11,7% | 55,3% | 33,0% | 11,4% | 60,5% | 28,1% | 11,9% | 59,8% | 28,4% | 12,0% | 60,3% | 27,6% |
| | Bajardo | 3,9% | 58,2% | 37,9% | 4,0% | 58,2% | 37,8% | 4,1% | 57,0% | 38,9% | 4,8% | 58,0% | 37,2% | 4,2% | 57,6% | 38,2% |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 11,1% | 62,1% | 26,8% | 11,2% | 61,8% | 27,0% | 10,6% | 62,3% | 27,1% | 10,8% | 60,9% | 28,3% | 9,8% | 60,9% | 29,2% |
| | Prelà | 11,0% | 54,4% | 34,6% | 10,1% | 55,5% | 34,4% | 10,9% | 54,9% | 34,2% | 9,7% | 57,7% | 32,6% | 8,7% | 57,4% | 33,9% |
| Valle Prino | Vasia | 9,2% | 56,7% | 34,0% | 7,9% | 57,7% | 34,4% | 8,8% | 54,0% | 37,3% | 8,7% | 54,5% | 36,8% | 7,9% | 55,8% | 36,4% |
| | Dolcedo | 14,0% | 62,3% | 23,7% | 13,5% | 62,6% | 23,9% | 13,0% | 61,6% | 25,4% | 13,5% | 60,5% | 26,0% | 12,3% | 60,2% | 27,4% |
| Valle Impero | Borgomaro | 11,4% | 58,5% | 30,1% | 10,9% | 58,0% | 31,0% | 9,7% | 58,5% | 31,8% | 9,8% | 58,5% | 31,7% | 9,6% | 57,7% | 32,7% |
| | Chiusanico | 9,8% | 62,0% | 28,2% | 9,9% | 62,5% | 27,6% | 10,3% | 62,6% | 27,1% | 10,5% | 61,1% | 28,4% | 10,7% | 61,2% | 28,1% |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it

Tabella SD.2/3 (3)

SD.2 e 3_ Struttura della popolazione (3)

| Comuni | Variazione % 2013-2012 | | | Variazione % 2015-2012 | | | Variazione % 2015-2017 | | | Variazione % 2020-2017 | | |
|------------|------------------------|------------|----------|------------------------|------------|----------|------------------------|------------|----------|------------------------|------------|----------|
| | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni |
| Isolabona | -2,4% | 1,4% | 0,0% | -3,8% | 0,2% | 2,7% | 13,0% | 0,2% | 7,2% | 0,0% | -5,8% | 1,8% |
| Apricale | -1,4% | -3,9% | 4,6% | -2,8% | 8,5% | -15,7% | 5,7% | 0,5% | 2,9% | -4,1% | -4,6% | -7,9% |
| Bajardo | 8,3% | 3,9% | 3,4% | 0,0% | -4,8% | 0,0% | 23,1% | 7,3% | 0,8% | -12,5% | 0,5% | 4,1% |
| Badalucco | 0,8% | -1,4% | -0,3% | -6,1% | 0,1% | -0,3% | -0,8% | -4,9% | 1,9% | -13,1% | -4,2% | -1,3% |
| Prelà | -10,9% | -1,1% | -3,5% | 10,2% | 0,7% | 1,2% | -11,1% | 5,2% | -4,7% | -14,6% | -5,6% | -1,2% |
| Vasia | -15,4% | 0,4% | 0,0% | 6,1% | -10,4% | 3,5% | -2,9% | -1,4% | -3,4% | -11,8% | 0,0% | -3,5% |
| Dolcedo | -2,5% | 2,0% | 2,3% | -6,0% | -4,1% | 3,7% | 1,6% | -3,8% | 0,3% | -14,7% | -7,3% | -1,9% |
| Borgomaro | -2,0% | 0,8% | 4,6% | -12,5% | -0,2% | 1,5% | 2,4% | 1,2% | 1,1% | -8,1% | -7,2% | -3,2% |
| Chiusanico | 1,7% | 1,3% | -1,8% | 5,0% | 0,5% | -1,2% | -1,6% | -5,2% | 1,8% | -1,6% | -3,0% | -4,2% |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it

Tabella SD.2

SD.2_ Struttura della popolazione

| 0-14 anni | 2012 | | | 2013 | | | 2015 | | | 2017 | | | 2020 | | |
|-----------|------------|----------|-----------|------------|----------|-----------|------------|----------|-----------|------------|----------|-----------|------------|----------|--|
| | 15-64 anni | 65+ anni | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni | |
| 10,5% | 59,7% | 29,9% | 10,1% | 59,8% | 30,1% | 10,0% | 59,7% | 30,2% | 10,2% | 59,5% | 30,3% | 9,8% | 59,3% | 30,9% | |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it

Tabella SD.3

SD.3_ Struttura della popolazione

| 0-14 anni | Variazione % 2013-2012 | | | Variazione % 2015-2012 | | | Variazione % 2015-2017 | | | Variazione % 2020-2017 | | |
|-----------|------------------------|----------|-----------|------------------------|----------|-----------|------------------------|----------|-----------|------------------------|----------|--|
| | 15-64 anni | 65+ anni | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni | 0-14 anni | 15-64 anni | 65+ anni | |
| -3,3% | 0,2% | 0,9% | -0,9% | -0,1% | 0,4% | 2,1% | -0,5% | 0,2% | -4,4% | -0,3% | 2,0% | |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it

Tabella SD.4 (1)

SD.4_Età media (1)

| Sub ambiti | Comuni | 2012 | 2013 | 2015 | 2017 | 2020 |
|-----------------------|------------|------|------|------|------|------|
| Media Val Nervia | Isolabona | 45,1 | 44,8 | 45,2 | 45,5 | 46,1 |
| | Apricale | 50,6 | 51,1 | 48,4 | 49 | 49,1 |
| | Bajardo | 55,3 | 55,4 | 56,3 | 56 | 56,1 |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 48,1 | 48 | 48,7 | 49,3 | 49,9 |
| Valle Prino | Prelà | 51 | 51,4 | 51,5 | 51,7 | 53,5 |
| | Vasia | 51,5 | 52,3 | 52,7 | 53,4 | 53,9 |
| | Dolcedo | 45,3 | 45,9 | 47,2 | 47,2 | 48,3 |
| Valle Impero | Borgomaro | 49,4 | 50 | 50,8 | 51,5 | 51,8 |
| | Chiusanico | 49,5 | 49,7 | 49,4 | 50,3 | 50 |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it

Tabella SD.4 (2)

SD.4_Età media (2)

| Sub ambiti | Comuni | Var. % 2013-2012 | Var. % 2015-2013 | Var. % 2017-2015 | Var. % 2020-2017 |
|-----------------------|------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Media Val Nervia | Isolabona | -0,7% | 0,9% | 0,7% | 1,3% |
| | Apricale | 1,0% | -5,3% | 1,2% | 0,2% |
| | Bajardo | 0,2% | 1,6% | -0,5% | 0,2% |
| Media Valle Argentina | Badalucco | -0,2% | 1,5% | 1,2% | 1,2% |
| Valle Prino | Prelà | 0,8% | 0,2% | 0,4% | 3,5% |
| | Vasia | 1,6% | 0,8% | 1,3% | 0,9% |
| | Dolcedo | 1,3% | 2,8% | 0,0% | 2,3% |
| Valle Impero | Borgomaro | 1,2% | 1,6% | 1,4% | 0,6% |
| | Chiusanico | 0,4% | -0,6% | 1,8% | -0,6% |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it

Tabella SD.4

SD.4_Età media

| 2012 | 2013 | 2015 | 2017 | 2020 |
|------|------|------|------|------|
| 49,5 | 49,8 | 50,0 | 50,4 | 51,0 |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it

Tabella SD.7

SD.7_Indice del saldo naturale

| Sub ambiti | Comuni | 2012 | | | 2013 | | | 2015 | | | 2017 | | | 2020 (1) | | |
|-----------------------|------------|---------|---------|----------------|---------|---------|----------------|---------|---------|----------------|---------|---------|----------------|----------|---------|----------------|
| | | Nascite | Decessi | Saldo naturale | Nascite | Decessi | Saldo naturale |
| Media Val Nervia | Isolabona | 11 | 12 | -1 | 9 | 11 | -2 | 7 | 7 | 0 | 7 | 7 | 0 | 8 | 4 | 4 |
| | Apricale | 0 | 1 | -1 | 0 | 2 | -2 | 3 | 4 | -1 | 2 | 4 | -2 | 1 | 8 | -7 |
| | Bajardo | 0 | 5 | -5 | 0 | 8 | -8 | 2 | 4 | -2 | 0 | 5 | -5 | 0 | 5 | -5 |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 9 | 22 | -13 | 10 | 14 | -4 | 4 | 19 | -15 | 10 | 19 | -9 | 3 | 18 | -15 |
| | Prelà | 1 | 16 | -15 | 3 | 10 | -7 | 5 | 9 | -4 | 5 | 8 | -3 | 3 | 11 | -8 |
| Valle Prino | Vasia | 0 | 8 | -8 | 3 | 7 | -4 | 0 | 8 | -8 | 1 | 8 | -7 | 1 | 5 | -4 |
| | Dolcedo | 11 | 8 | 3 | 14 | 18 | -4 | 11 | 20 | -9 | 10 | 19 | -9 | 9 | 24 | -15 |
| | Borgomaro | 4 | 20 | -16 | 7 | 18 | -11 | 6 | 11 | -5 | 5 | 17 | -12 | 7 | 28 | -21 |
| Valle Impero | Chiusanico | 3 | 10 | -7 | 3 | 6 | -3 | 5 | 8 | -3 | 4 | 13 | -9 | 2 | 12 | -10 |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it
(1) demo.istat.it

Tabella SD.5

SD.5_Indice di vecchiaia

| Sub ambiti | Comuni | Indice di vecchiaia (1) | | | | | Media anni | Variazione percentuale | | | |
|-----------------------|------------|-------------------------|------|------|------|------|------------|------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | | 2012 | 2013 | 2015 | 2017 | 2020 | | Var. % 2013 su 2012 | Var. % 2015 su 2013 | Var. % 2017 su 2015 | Var. % 2020 su 2017 |
| Media Val Nervia | Isolabona | 180% | 185% | 197% | 187% | 191% | 188% | 2,5% | 6,7% | -5,1% | 1,8% |
| | Apricale | 267% | 283% | 246% | 239% | 230% | 253% | 6,1% | -13,3% | -2,7% | -4,0% |
| | Bajardo | 983% | 938% | 938% | 769% | 914% | 909% | -4,6% | 0,0% | -18,1% | 18,9% |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 242% | 240% | 254% | 261% | 297% | 259% | -1,1% | 6,2% | 2,8% | 13,7% |
| Valle Prino | Prelà | 315% | 341% | 313% | 335% | 388% | 338% | 8,4% | -8,2% | 7,2% | 15,6% |
| | Vasia | 369% | 436% | 426% | 424% | 463% | 424% | 18,2% | -2,4% | -0,5% | 9,4% |
| | Dolcedo | 169% | 177% | 196% | 193% | 222% | 192% | 4,9% | 10,3% | -1,3% | 15,0% |
| Valle Impero | Borgomaro | 265% | 283% | 329% | 324% | 342% | 309% | 6,8% | 16,0% | -1,3% | 5,3% |
| | Chiusanico | 288% | 278% | 262% | 271% | 264% | 273% | -3,4% | -5,9% | 3,5% | -2,6% |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it

(1) rappresenta il grado di invecchiamento di una popolazione ed è il rapporto % tra il numero dei 65+ e il numero dei giovani fino ai 14 anni

Tabella SD.8

SD.9_Variazione popolazione straniera

| Sub ambiti | Comuni | Variazione percentuale | | | |
|-----------------------|------------|------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | | Var. % 2013 su 2012 | Var. % 2015 su 2013 | Var. % 2017 su 2015 | Var. % 2020 su 2017 |
| Media Val Nervia | Isolabona | 21,5% | -6,3% | 6,7% | 10,4% |
| | Apricale | 0,9% | 8,2% | 0,0% | -4,2% |
| | Bajardo | 23,5% | 9,5% | 52,2% | 5,7% |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 11,0% | -12,6% | -14,4% | 1,8% |
| Valle Prino | Prelà | 18,8% | 14,0% | 1,5% | -4,5% |
| | Vasia | -2,0% | -8,2% | 13,3% | -17,6% |
| | Dolcedo | 2,7% | -16,0% | 1,5% | -17,8% |
| Valle Impero | Borgomaro | 5,7% | -6,5% | 23,0% | -9,3% |
| | Chiusanico | -5,6% | 8,8% | -14,9% | 9,5% |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it

(1) rappresenta carico sociale ed economico della popolazione non attiva (0-14/65+) su quella attiva

Tabella SD.6

SD.6_Indice di dipendenza strutturale

| Sub ambiti | Comuni | Indice di dipendenza strutturale (1) | | | | | Media | Variazione percentuale | | | |
|-----------------------|------------|--------------------------------------|------|------|------|------|-------|------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | | 2012 | 2013 | 2015 | 2017 | 2020 | | Var. % 2013 su 2012 | Var. % 2015 su 2013 | Var. % 2017 su 2015 | Var. % 2020 su 2017 |
| Media Val Nervia | Isolabona | 52% | 51% | 51% | 56% | 60% | 54% | -2,2% | 0,2% | 8,9% | 7,4% |
| | Apricale | 75% | 81% | 65% | 67% | 66% | 71% | 7,2% | -19,2% | 3,2% | -2,3% |
| | Bajardo | 72% | 72% | 75% | 72% | 74% | 73% | -0,0% | 5,0% | -4,0% | 1,6% |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 61% | 62% | 60% | 64% | 64% | 62% | 1,4% | -2,2% | 6,3% | -0,3% |
| Valle Prino | Prelà | 84% | 80% | 82% | 73% | 74% | 79% | -4,2% | 2,5% | -10,9% | 1,4% |
| | Vasia | 76% | 73% | 85% | 84% | 79% | 80% | -3,7% | 16,0% | -1,9% | -5,1% |
| | Dolcedo | 61% | 60% | 62% | 65% | 66% | 63% | -1,4% | 4,5% | 4,7% | 1,1% |
| Valle Impero | Borgomaro | 71% | 72% | 71% | 71% | 73% | 72% | 2,0% | -2,0% | 0,2% | 3,0% |
| | Chiusanico | 61% | 60% | 60% | 64% | 63% | 62% | -2,2% | -0,1% | 6,5% | -0,4% |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it

(1) rappresenta carico sociale ed economico della popolazione non attiva (0-14/65+) su quella attiva

Tabella SD.10 (2012)

SD.10_Provenienza della popolazione straniera (2012)

| Sub ambiti | Comuni | 2012 | | | | | | | | |
|-----------------------|------------|----------------------------|---------------|----------|-------------|--------|----------------|-----------|---------------|----------|
| | | Cittadini stranieri totale | Totale Europa | % Europa | Totale Asia | % Asia | Totale America | % America | Totale Africa | % Africa |
| Media Val Nervia | Isolabona | 79 | 67 | 84,8% | 0 | 0,0% | 6 | 7,6% | 6 | 7,6% |
| | Apricale | 109 | 79 | 72,5% | 0 | 0,0% | 1 | 0,9% | 29 | 26,6% |
| | Bajardo | 34 | 27 | 79,4% | 0 | 0,0% | 1 | 2,9% | 6 | 17,6% |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 136 | 101 | 74,3% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 35 | 25,7% |
| Valle Prino | Prelà | 31 | 26 | 83,9% | 1 | 3,2% | 2 | 6,5% | 2 | 6,5% |
| | Vasia | 50 | 47 | 94,0% | 0 | 0,0% | 3 | 6,0% | 0 | 0,0% |
| | Dolcedo | 225 | 200 | 88,9% | 0 | 0,0% | 2 | 0,9% | 23 | 10,2% |
| Valle Impero | Borgomaro | 88 | 74 | 84,1% | 0 | 0,0% | 4 | 4,5% | 10 | 11,4% |
| | Chiusanico | 72 | 38 | 52,8% | 5 | 6,9% | 3 | 4,2% | 26 | 36,1% |
| | Media | 92 | 73 | 80,0% | 1 | 0,7% | 2 | 2,7% | 15 | 16,6% |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it

Tabella SD.10 (2013)

SD.10_Provenienza della popolazione straniera (2013)

| Sub ambiti | Comuni | 2013 | | | | | | | | |
|-----------------------|------------|----------------------------|---------------|----------|-------------|--------|----------------|-----------|---------------|----------|
| | | Cittadini stranieri totale | Totale Europa | % Europa | Totale Asia | % Asia | Totale America | % America | Totale Africa | % Africa |
| Media Val Nervia | Isolabona | 96 | 73 | 76,0% | 0 | 0,0% | 11 | 11,5% | 12 | 12,5% |
| | Apricale | 110 | 88 | 80,0% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 22 | 20,0% |
| | Bajardo | 41 | 30 | 73,2% | 0 | 0,0% | 2 | 0 | 9 | 22,0% |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 151 | 109 | 72,2% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 42 | 27,8% |
| Valle Prino | Prelà | 57 | 42 | 73,7% | 1 | 1,8% | 8 | 14,0% | 6 | 10,5% |
| | Vasia | 49 | 45 | 91,8% | 0 | 0,0% | 3 | 6,1% | 1 | 2,0% |
| | Dolcedo | 231 | 200 | 86,6% | 0 | 0,0% | 4 | 1,7% | 27 | 11,7% |
| Valle Impero | Borgomaro | 93 | 81 | 87,1% | 1 | 1,1% | 5 | 5,4% | 6 | 6,5% |
| | Chiusanico | 68 | 36 | 52,9% | 4 | 5,9% | 3 | 4,4% | 25 | 36,8% |
| | Media | 100 | 78 | 78,6% | 1 | 0,7% | 4 | 4,0% | 17 | 16,7% |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it

Tabella SD.10 (2015)

SD.10_Provenienza della popolazione straniera (2015)

| Sub ambiti | Comuni | 2015 | | | | | | | | |
|-----------------------|------------|----------------------------|---------------|----------|-------------|--------|----------------|-----------|---------------|----------|
| | | Cittadini stranieri totale | Totale Europa | % Europa | Totale Asia | % Asia | Totale America | % America | Totale Africa | % Africa |
| Media Val Nervia | Isolabona | 90 | 72 | 80,0% | 0 | 0,0% | 9 | 10,0% | 11 | 12,2% |
| | Apricale | 119 | 97 | 81,5% | 0 | 0,0% | 5 | 4,2% | 13 | 10,9% |
| | Bajardo | 46 | 33 | 71,7% | 0 | 0,0% | 1 | 2,2% | 11 | 23,9% |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 132 | 109 | 82,6% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 32 | 24,2% |
| Valle Prino | Prelà | 65 | 43 | 66,2% | 2 | 3,1% | 7 | 10,8% | 10 | 15,4% |
| | Vasia | 45 | 37 | 82,2% | 0 | 0,0% | 2 | 4,4% | 1 | 2,2% |
| | Dolcedo | 194 | 200 | 103,1% | 0 | 0,0% | 4 | 2,1% | 27 | 13,9% |
| Valle Impero | Borgomaro | 87 | 77 | 88,5% | 2 | 2,3% | 7 | 8,0% | 6 | 6,9% |
| | Chiusanico | 74 | 36 | 48,6% | 4 | 5,4% | 4 | 5,4% | 29 | 39,2% |
| | Media | 95 | 78 | 82,6% | 1 | 0,9% | 4 | 4,6% | 16 | 16,4% |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it

Tabella SD.10 (2017)

SD.10_Provenienza della popolazione straniera (2017)

| Sub ambiti | Comuni | 2017 | | | | | | | | |
|-----------------------|------------|----------------------------|---------------|----------|-------------|--------|----------------|-----------|---------------|----------|
| | | Cittadini stranieri totale | Totale Europa | % Europa | Totale Asia | % Asia | Totale America | % America | Totale Africa | % Africa |
| Media Val Nervia | Isolabona | 96 | 75 | 78,1% | 1 | 1,0% | 11 | 11,5% | 9 | 9,4% |
| | Apricale | 119 | 93 | 78,2% | 1 | 0,8% | 4 | 3,4% | 21 | 17,6% |
| | Bajardo | 69 | 33 | 47,8% | 24 | 34,8% | 1 | 1,4% | 11 | 15,9% |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 113 | 86 | 76,1% | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 27 | 23,9% |
| Valle Prino | Prelà | 66 | 40 | 60,6% | 0 | 0,0% | 8 | 12,1% | 18 | 27,3% |
| | Vasia | 51 | 33 | 64,7% | 0 | 0,0% | 1 | 2,0% | 17 | 33,3% |
| | Dolcedo | 197 | 178 | 90,4% | 0 | 0,0% | 4 | 2,0% | 15 | 7,6% |
| Valle Impero | Borgomaro | 107 | 77 | 72,0% | 5 | 4,7% | 8 | 7,5% | 17 | 15,9% |
| | Chiusanico | 63 | 34 | 54,0% | 4 | 6,3% | 11 | 17,5% | 14 | 22,2% |
| | Media | 98 | 72 | 73,7% | 4 | 4,0% | 5 | 5,4% | 17 | 16,9% |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it

Tabella SD.10 (2020)

SD.10_Provenienza della popolazione straniera (2020)

| Sub ambiti | Comuni | 2020 | | | | | | | | |
|-----------------------|------------|----------------------------|---------------|----------|-------------|--------|----------------|-----------|---------------|----------|
| | | Cittadini stranieri totale | Totale Europa | % Europa | Totale Asia | % Asia | Totale America | % America | Totale Africa | % Africa |
| Media Val Nervia | Isolabona | 106 | 79 | 74,5% | 1 | 0,9% | 11 | 10,4% | 15 | 14,2% |
| | Apricale | 114 | 88 | 77,2% | 1 | 0,9% | 5 | 4,4% | 20 | 17,5% |
| | Bajardo | 73 | 39 | 53,4% | 25 | 34,2% | 0 | 0,0% | 9 | 12,3% |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 115 | 85 | 73,9% | 1 | 0,9% | 2 | 1,7% | 27 | 23,5% |
| Valle Prino | Prelà | 63 | 44 | 69,8% | 1 | 1,6% | 5 | 7,9% | 13 | 20,6% |
| | Vasia | 42 | 35 | 83,3% | 1 | 2,4% | 1 | 2,4% | 5 | 11,9% |
| | Dolcedo | 162 | 129 | 79,6% | 0 | 0,0% | 7 | 4,3% | 26 | 16,0% |
| Valle Impero | Borgomaro | 97 | 73 | 75,3% | 3 | 3,1% | 6 | 6,2% | 15 | 15,5% |
| | Chiusanico | 69 | 35 | 50,7% | 7 | 10,1% | 9 | 13,0% | 18 | 26,1% |
| | Media | 93 | 67 | 72,2% | 4 | 4,8% | 5 | 5,5% | 16 | 17,6% |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it

Tabella SD.10

SD.10_Provenienza della popolazione straniera

| Anni | Cittadini stranieri totale | Totale Europa | % Europa | Totale Asia | % Asia | Totale America | % America | Totale Africa | % Africa |
|------|----------------------------|---------------|----------|-------------|--------|----------------|-----------|---------------|----------|
| 2012 | 92 | 73 | 80,0% | 1 | 0,7% | 2 | 2,7% | 15 | 16,6% |
| 2013 | 100 | 78 | 78,6% | 1 | 0,7% | 4 | 4,0% | 17 | 16,7% |
| 2015 | 95 | 78 | 82,6% | 1 | 0,9% | 4 | 4,6% | 16 | 16,4% |
| 2017 | 98 | 72 | 73,7% | 4 | 4,0% | 5 | 5,4% | 17 | 16,9% |
| 2020 | 93 | 67 | 72,2% | 4 | 4,8% | 5 | 5,5% | 16 | 17,6% |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it

Tabella SD.11

SD.11_ Variazione provenienza della popolazione straniera

| Comuni | Variazione percentuale | | | |
|---------------------|------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | Var. % 2013 su 2012 | Var. % 2015 su 2013 | Var. % 2017 su 2015 | Var. % 2020 su 2017 |
| Cittadini stranieri | 8,7% | -4,9% | 3,4% | -4,5% |
| Europa | -1,8% | 5,2% | -10,8% | -2,0% |
| Asia | -8,0% | 40,2% | 92,3% | 19,7% |
| America | 50,5% | 13,9% | 19,0% | 0,4% |
| Africa | 0,7% | -1,8% | 2,9% | 4,1% |

dati elaborati da tuttitalia.it e istat.it

(1) rappresenta carico sociale ed economico della popolazione non attiva (0-14/65+) su quella attiva

Tabella SE.1

Tabella SE.1_ Tasso di occupazione

| Sub ambiti | Comuni | Tasso di occupazione | | | Tasso di occupazione maschile | | | Tasso di occupazione femminile | | | Tasso di occupazione giovanile (15-29) | | |
|-----------------------|------------|----------------------|------|----------------------|-------------------------------|------|----------------------|--------------------------------|------|----------------------|--|------|----------------------|
| | | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 |
| Media Val Nervia | Isolabona | 43,4 | 44,1 | 0,7 | 57,2 | 52,2 | -5 | 30,7 | 37,1 | 6,4 | 54,2 | 43,9 | -10,3 |
| | Apricale | 34,9 | 40,9 | 6 | 41,9 | 48,6 | 6,7 | 27,3 | 32,8 | 5,5 | 41,2 | 46,8 | 5,6 |
| | Bajardo | 29,9 | 35,8 | 5,9 | 35,6 | 47,4 | 11,8 | 23,8 | 23,8 | 0 | 36,4 | 37,5 | 1,1 |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 38,2 | 40,5 | 2,3 | 49,1 | 48,5 | -0,6 | 28,1 | 32,9 | 4,8 | 42,8 | 39,3 | -3,5 |
| Valle Prino | Prelà | 30,8 | 37,6 | 6,8 | 41,3 | 44,8 | 3,5 | 20,2 | 30,5 | 10,3 | 44,2 | 37,5 | -6,7 |
| | Vasia | 31,3 | 36,7 | 5,4 | 41,1 | 46,2 | 5,1 | 22,2 | 27,1 | 4,9 | 31,9 | 34 | 2,1 |
| | Dolcedo | 39 | 46 | 7 | 50,9 | 54,2 | 3,3 | 27,6 | 38,2 | 10,6 | 37,9 | 41,5 | 3,6 |
| Valle Impero | Borgomaro | 34,4 | 41,5 | 7,1 | 46,2 | 51,2 | 5 | 24,1 | 32,3 | 8,2 | 48,4 | 49,1 | 0,7 |
| | Chiusanico | 37,9 | 44,2 | 6,3 | 47,8 | 53,8 | 6 | 28,1 | 34,4 | 6,3 | 52 | 45,6 | -6,4 |

dati elaborati da ottomilacensus.istat.it

Tabella SE.2

Tabella SE.2_ Incidenza di occupazione

| Sub ambiti | Comuni | Settore agricolo | | | Settore industriale | | | Settore terziario/extra commercio | | | Settore commerciale | | |
|-----------------------|------------|------------------|------|----------------------|---------------------|------|----------------------|-----------------------------------|------|----------------------|---------------------|------|----------------------|
| | | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 |
| Media Val Nervia | Isolabona | 22,9 | 12,9 | -10 | 22,9 | 23,1 | 0,2 | 30,2 | 36,4 | 6,2 | 24,1 | 27,7 | 3,6 |
| | Apricale | 22,4 | 19,7 | -2,7 | 17,5 | 20,6 | 3,1 | 35,5 | 31,8 | -3,7 | 24,6 | 27,8 | 3,2 |
| | Bajardo | 16,7 | 13,1 | -3,6 | 17,9 | 23,4 | 5,5 | 35,9 | 41,1 | 5,2 | 29,5 | 22,4 | -7,1 |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 13,7 | 10 | -3,7 | 19,5 | 20 | 0,5 | 41,8 | 44,5 | 2,7 | 25,1 | 25,4 | 0,3 |
| Valle Prino | Prelà | 19,9 | 15 | -4,9 | 25 | 24 | -1 | 36 | 45,5 | 9,5 | 19,1 | 15,6 | -3,5 |
| | Vasia | 20,3 | 12,7 | -7,6 | 13,8 | 20,4 | 6,6 | 56,1 | 52,8 | -3,3 | 9,8 | 14,1 | 4,3 |
| | Dolcedo | 8,3 | 8,3 | 0 | 25,7 | 18,8 | -6,9 | 47,9 | 54,4 | 6,5 | 18,1 | 18,5 | 0,4 |
| Valle Impero | Borgomaro | 12,7 | 10,9 | -1,8 | 24,6 | 32,2 | 7,6 | 38,8 | 38,2 | -0,6 | 23,8 | 18,6 | -5,2 |
| | Chiusanico | 20,5 | 12,4 | -8,1 | 27,1 | 23,2 | -3,9 | 36,7 | 42,3 | 5,6 | 15,7 | 22 | 6,3 |
| Media | | 17,5 | 12,8 | -4,7 | 21,6 | 22,9 | 1,3 | 39,9 | 43,0 | 3,1 | 21,1 | 21,3 | 0,3 |

dati elaborati da ottomilacensus.istat.it

Tabella SE.6

Tabella SE.6_ Incidenza di occupazione

| Sub ambiti | Comuni | Tasso di disoccupazione | | | Tasso di disoccupazione maschile | | | Tasso di disoccupazione femminile | | | Tasso di disoccupazione giovanile | | |
|-----------------------|------------|-------------------------|------|----------------------|----------------------------------|------|----------------------|-----------------------------------|------|----------------------|-----------------------------------|------|----------------------|
| | | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 |
| Media Val Nervia | Isolabona | 7,2 | 11,7 | 4,5 | 5,5 | 9,4 | 3,9 | 10 | 14,4 | 4,4 | 16,7 | 25,8 | 9,1 |
| | Apricale | 6,6 | 11,5 | 4,9 | 3,4 | 10,5 | 7,1 | 11,5 | 13 | 1,5 | 22,2 | 32,1 | 9,9 |
| | Bajardo | 9,3 | 15,1 | 5,8 | 9,4 | 7,7 | -1,7 | 9,1 | 27,1 | 18 | 33,3 | 54,5 | 21,2 |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 14,3 | 9,9 | -4,4 | 11 | 9,7 | -1,3 | 19,3 | 10,1 | -9,2 | 23,7 | 20,8 | -2,9 |
| Valle Prino | Prelà | 7,5 | 15,7 | 8,2 | 4,2 | 13,9 | 9,7 | 13,7 | 18,1 | 4,4 | 57,1 | 44,4 | -12,7 |
| | Vasia | 11,5 | 6 | -5,5 | 10,5 | 5,3 | -5,2 | 13,2 | 7,1 | -6,1 | 25 | 20 | -5 |
| | Dolcedo | 8,7 | 10,2 | 1,5 | 4,7 | 7,5 | 2,8 | 14,9 | 13,7 | -1,2 | 41 | 14,9 | -26,1 |
| Valle Impero | Borgomaro | 8,5 | 9,8 | 1,3 | 8,4 | 8,1 | -0,3 | 8,5 | 12,3 | 3,8 | 26,1 | 27 | 0,9 |
| | Chiusanico | 7,1 | 7,3 | 0,2 | 5,7 | 3,3 | -2,4 | 9,3 | 13,1 | 3,8 | 23,5 | 21,7 | -1,8 |

dati elaborati da ottomilacensus.istat.it

Tabella SE.7

Tabella SE.7_ Partecipazione al mercato del lavoro

| Sub ambiti | Comuni | Partecipazione al mercato del lavoro | | | Partecipazione al mercato del lavoro maschile | | | Partecipazione al mercato del lavoro femminile | | | Incidenza giovani (19-29) che non studiano e non lavorano | | | Incidenza giovani attivi e non attivi | | |
|-----------------------|------------|--------------------------------------|------|----------------------|---|------|----------------------|--|------|----------------------|---|------|----------------------|---------------------------------------|-------|----------------------|
| | | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 |
| Media Val Nervia | Isolabona | 46,8 | 49,9 | 3,1 | 60,5 | 57,6 | -2,9 | 34,1 | 43,3 | 9,2 | 18,7 | 19,6 | 0,9 | 72,7 | 77,5 | 4,8 |
| | Apricale | 37,3 | 46,2 | 8,9 | 43,4 | 54,3 | 10,9 | 30,8 | 37,7 | 6,9 | 21,6 | 39 | 17,4 | 37,5 | 140 | 102,5 |
| | Bajardo | 33 | 42,1 | 9,1 | 39,3 | 51,3 | 12 | 26,2 | 32,7 | 6,5 | 40,9 | 34,4 | -6,5 | 37,5 | 122,1 | 84,6 |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 44,6 | 44,9 | 0,3 | 55,1 | 53,7 | -1,4 | 34,8 | 36,6 | 1,8 | 26,3 | 24,5 | -0,8 | 65,5 | 80 | 14,5 |
| Valle Prino | Prelà | 33,3 | 44,6 | 11,3 | 43 | 52 | 9 | 23,4 | 37,2 | 13,8 | 32,6 | 20,8 | -11,8 | 58,3 | 47,4 | -10,9 |
| | Vasia | 35,4 | 39 | 3,6 | 46,2 | 48,7 | 2,5 | 25,6 | 29,2 | 3,6 | 25,5 | 27,7 | 2,2 | 19 | 50 | 31 |
| | Dolcedo | 42,7 | 51,3 | 8,6 | 53,4 | 58,6 | 5,2 | 32,5 | 44,2 | 11,7 | 26,3 | 19,1 | -7,2 | 47,6 | 65,3 | 17,7 |
| Valle Impero | Borgomaro | 37,6 | 46,1 | 8,5 | 50,4 | 55,7 | 5,3 | 26,4 | 36,9 | 10,5 | 19,4 | 24,5 | 5,1 | 79,3 | 102,8 | 23,5 |
| | Chiusanico | 40,8 | 47,7 | 6,9 | 50,7 | 55,6 | 4,9 | 30,9 | 39,6 | 8,7 | 17,3 | 23,5 | 6,2 | 94,4 | 121,1 | 26,7 |

dati elaborati da ottomilacensus.istat.it

Tabella SE.8

Tabella SE.8_ Istruzione e adulti

| Sub ambiti | Comuni | Incidenza di adulti con diploma e laurea | | | Incidenza di adulti con la licenza media | | | Rapporto adulti con diploma o laurea/licenza media | | | Adulti in apprendimento permanente | | |
|-----------------------|------------|--|------|----------------------|--|------|----------------------|--|-------|----------------------|------------------------------------|------|----------------------|
| | | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 |
| Media Val Nervia | Isolabona | 28,7 | 43 | 14,3 | 42,7 | 43,5 | 0,8 | 67,1 | 98,8 | 31,7 | 66 | 3,6 | -62,4 |
| | Apricale | 49,2 | 55,5 | 6,3 | 30,7 | 39,6 | 8,9 | 160,4 | 140,2 | -20,2 | 4 | 2,2 | -1,8 |
| | Bajardo | 31,4 | 49 | 17,6 | 37,2 | 41,3 | 4,1 | 84,3 | 118,8 | 34,5 | 3,6 | 3,2 | -0,4 |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 35,3 | 47,2 | 11,9 | 38,2 | 40,7 | 2,5 | 92,4 | 116 | 23,6 | 3,7 | 4,4 | 0,7 |
| Valle Prino | Prelà | 37,8 | 50,6 | 12,8 | 37,3 | 41,1 | 3,8 | 101,1 | 123,2 | 22,1 | 3,9 | 5,8 | 1,9 |
| | Vasia | 44,9 | 61,4 | 16,5 | 29,9 | 30,5 | 0,6 | 150 | 201,6 | 51,6 | 3,3 | 4,3 | 1 |
| | Dolcedo | 41 | 60,5 | 19,5 | 34,4 | 29,9 | -4,5 | 119,1 | 202,1 | 83 | 4,8 | 4,6 | -0,2 |
| Valle Impero | Borgomaro | 37,1 | 46,1 | 9 | 38,4 | 43,2 | 4,8 | 96,7 | 106,9 | 10,2 | 7,3 | 2,3 | -5 |
| | Chiusanico | 42,4 | 51,2 | 8,8 | 34,1 | 37 | 2,9 | 124,5 | 138,2 | 13,7 | 8,7 | 2,1 | -6,6 |

dati elaborati da ottomilacensus.istat.it

Tabella SE.9

Tabella SE.9_ Istruzione e giovani

| Sub ambiti | Comuni | Incidenza di giovani con istruzione universitaria | | | Livello di istruzione dei giovani 15-19 anni | | |
|-----------------------|------------|---|------|----------------------|--|------|----------------------|
| | | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 |
| Media Val Nervia | Isolabona | 9,1 | 17,5 | 8,4 | 95,7 | 97,2 | 1,5 |
| | Apricale | 6,5 | 20,6 | 14,1 | 93,3 | 100 | 6,7 |
| | Bajardo | 0 | 22,2 | 22,2 | 100 | 100 | 0 |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 1,2 | 13,3 | 12,1 | 95,5 | 97,8 | 2,3 |
| Valle Prino | Prelà | 3,6 | 21,7 | 18,1 | 100 | 100 | 0 |
| | Vasia | 19 | 33,3 | 14,3 | 100 | 100 | 0 |
| | Dolcedo | 10,3 | 23,5 | 13,2 | 83 | 100 | 17 |
| Valle Impero | Borgomaro | 13,2 | 9,4 | -3,8 | 88 | 97,1 | 9,1 |
| | Chiusanico | 24,2 | 16,1 | -8,1 | 100 | 100 | 0 |

dati elaborati da ottomilacensus.istat.it

Tabella SE.10

Tabella SE.10_ Istruzione

| Sub ambiti | Comuni | Incidenza di analfabeti | | | Uscita precoce dal sistema di istruzione e formazione | | |
|-----------------------|------------|-------------------------|------|----------------------|---|------|----------------------|
| | | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 | 2001 | 2011 | Differenza 2011-2001 |
| Media Val Nervia | Isolabona | 0,6 | 1,1 | 0,5 | 42,1 | 25,5 | -16,6 |
| | Apricale | 0,2 | 0,3 | 0,1 | 15,2 | 34 | 18,8 |
| | Bajardo | 0,4 | 0 | -0,4 | 27,3 | 20 | -7,3 |
| Media Valle Argentina | Badalucco | 1,4 | 0,8 | -0,6 | 17,7 | 24,2 | 6,5 |
| Valle Prino | Prelà | 0,2 | 0 | -0,2 | 21,1 | 14,7 | -6,4 |
| | Vasia | 0,2 | 0,5 | 0,3 | 4 | 4,5 | 0,5 |
| | Dolcedo | 0,9 | 0,2 | -0,7 | 16,5 | 17,1 | 0,6 |
| Valle Impero | Borgomaro | 0,2 | 0,5 | 0,3 | 34,6 | 21,2 | -13,4 |
| | Chiusanico | 0,5 | 0,3 | -0,2 | 20 | 21,2 | 1,2 |

dati elaborati da ottomilacensus.istat.it

Tabella SE.11 E 12

SE.11/12_NTN, IMI E QUOTAZIONE MEDIA

| Macroaree provinciali | NTN (*) | | | IMI (**) | | | Quotazione media (€/mq) | | |
|-----------------------|---------|-------|--------------|----------|------|--------------|-------------------------|-------|--------------|
| | 2017 | 2020 | Variazione % | 2017 | 2020 | Variazione % | 2017 | 2020 | Variazione % |
| Colline Sanremesi | 105 | 75 | -28,6% | 1,6 | 1,1 | -29,5% | 1.063 | 1.034 | -2,7% |
| Colline Valle Impero | 114 | 122 | 7,0% | 1,3 | 1,4 | 5,2% | 1.161 | 1.139 | -1,9% |
| Comuni montani | 141 | 127 | -9,9% | 1,0 | 0,9 | -9,5% | 806 | 789 | -2,1% |
| Dianese | 413 | 371 | -10,2% | 1,7 | 1,5 | -11,0% | 3.122 | 3.087 | -1,1% |
| Intemelia | 471 | 433 | -8,1% | 1,5 | 1,4 | -8,5% | 2.091 | 2.083 | -0,4% |
| Riviera dei Fiori | 1.447 | 1.569 | 8,4% | 1,6 | 1,7 | 7,5% | 2.657 | 2.598 | -2,2% |
| Imperia (città) | 415 | 436 | 5,1% | 1,5 | 1,5 | 4,1% | 2.386 | 2.341 | -1,9% |
| Imperia Provincia | 3.108 | 3.133 | 0,8% | 1,5 | 1,5 | 0,7% | 2.338 | 2.297 | -1,8% |

dati elaborati da agenziaentrate.gov.it

(*) numero di transazioni normalizzato, ovvero numero di transazioni conteggiate per quota di trasferimento di proprietà.

(**) intensità del mercato immobiliare, ovvero indice di dinamicità del mercato immobiliare dato dal rapporto tra NTN e stock.

Tabella MTI.1

MTI.1_Analisi del movimento turistico dell'Osservatorio turistico della regione Liguria (2012, 2013, 2015, 2017, 2020)

| | | Arrivi e Presenze Imperia | | | | | | | | |
|--|---------------|---------------------------|------------------|---------------------|------------------|---------------------|------------------|---------------------|------------------|---------------------|
| | | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2013 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Arrivi movimento turistico complessivo | Italiani | 445.464 | 414.390 | -7,0% | 489.682 | 18,2% | 476.642 | -2,7% | 308.267 | -35,3% |
| | Stranieri | 314.652 | 343.583 | 9,2% | 366.378 | 6,6% | 414.171 | 13,0% | 140.002 | -66,2% |
| | Totale | 760.116 | 757.973 | -0,3% | 856.060 | 12,9% | 890.813 | 4,1% | 448.269 | -49,7% |
| Presenze movimento turistico complessivo | Italiani | 1.930.214 | 1.779.524 | -7,8% | 1.758.832 | -1,2% | 1.873.292 | 6,5% | 1.283.199 | -31,5% |
| | Stranieri | 1.181.621 | 1.250.603 | 5,8% | 1.257.946 | 0,6% | 1.349.695 | 7,3% | 465.611 | -65,5% |
| | Totale | 3.111.835 | 3.030.127 | -2,6% | 3.016.778 | -0,4% | 3.222.987 | 6,8% | 1.748.810 | -45,7% |

Tabella MTI.2

MTI.1_Analisi del movimento turistico dell'Osservatorio turistico della regione Liguria (2012, 2013, 2015, 2017, 2020)

| | | Alberghiero e Extra-alberghiero Imperia | | | | | | | | |
|----------|-------------------|---|------------------|---------------------|------------------|---------------------|------------------|---------------------|------------------|---------------------|
| | | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2013 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| Arrivi | Alberghiero | 593.463 | 593.919 | 0,1% | 620.357 | 4,5% | 657.417 | 6,0% | 347.144 | -47,2% |
| | Extra-alberghiero | 166.653 | 164.054 | -1,6% | 178.299 | 8,7% | 233.352 | 30,9% | 135.709 | -41,8% |
| | Totale | 760.116 | 757.973 | -0,3% | 798.656 | 5,4% | 890.769 | 11,5% | 482.853 | -45,8% |
| Presenze | Alberghiero | 2.000.337 | 1.966.196 | -1,7% | 1.909.100 | -2,9% | 1.914.289 | 0,3% | 973.589 | -49,1% |
| | Extra-alberghiero | 1.111.498 | 1.063.931 | -4,3% | 1.094.961 | 2,9% | 1.241.698 | 13,4% | 814.825 | -34,4% |
| | Totale | 3.111.835 | 3.030.127 | -2,6% | 3.004.061 | -0,9% | 3.155.987 | 5,1% | 1.788.414 | -43,3% |

Tabella MTI.3

MTI.3_Analisi del movimento turistico dell'Osservatorio turistico della regione Liguria (2012, 2013, 2015, 2017, 2020)

| | | Presenze movimento turistico complessivo | | | | | | | | |
|--|---------------|--|------------------|---------------------|------------------|---------------------|------------------|---------------------|------------------|---------------------|
| | | 2012 | 2013 | Var. % 2013 su 2012 | 2015 | Var. % 2015 su 2013 | 2017 | Var. % 2017 su 2015 | 2020 | Var. % 2020 su 2017 |
| | Nord-Ovest | 6.846.281 | 6.522.821 | -4,7% | 6.791.708 | 4,1% | 7.243.043 | 6,6% | 5.049.158 | -30,3% |
| | Nord-Est | 767.206 | 706.898 | -7,9% | 723.602 | 2,4% | 810.737 | 12,0% | 555.056 | -31,5% |
| | Centro | 563.051 | 554.429 | -1,5% | 545.633 | -1,6% | 601.101 | 10,2% | 393.755 | -34,5% |
| | Sud | 408.200 | 378.787 | -7,2% | 385.204 | 1,7% | 410.287 | 6,5% | 357.999 | -12,7% |
| | Isole | 163.983 | 146.464 | -10,7% | 147.049 | 0,4% | 177.527 | 20,7% | 139.264 | -21,6% |
| | Totale | 8.748.721 | 8.309.399 | -5,0% | 8.593.196 | 3,4% | 9.242.695 | 7,6% | 6.495.232 | -29,7% |



Chi mi conosce bene sa che non sono solita esprimere i miei sentimenti e pensieri in modo esplicito e che questo accade in occasioni molto rare, ma alla fine di questo bellissimo e intenso capitolo mi sembra la giusta occasione per sforzarmi e aprirmi. Se sei arrivato a leggere fino a qui voglio ringraziarti e dirti che sei stato importante e speciale per me perchè in un modo o nell'altro hai contribuito nell'aiutarmi a diventare la persona che sono oggi. Un grazie speciale va a mia madre e a mio padre. Voi avete creduto in me, mi avete spronata a dare e a volere sempre il meglio da me stessa. Ringrazio la mia amata e odiata Liguria, Milano che mi ha fatto crescere e Torino che mi ha accolta e fatta sentire a casa. Mi avete permesso di vivere esperienze bellissime e conoscere splendide persone con cui ho condiviso momenti che terrò per sempre con me. Un grazie a tutti gli amici, a chi c'è da sempre e a chi è appena arrivato. Un grazie a chi mi sopporta quotidianamente, a chi sfida la mia razionalità e la mia faccia scettica con tonnellate di irrazionalità e oggetti pieni di significato, a chi mi ascolta e supporta quando un giorno dico bianco, il giorno dopo nero e quello dopo ancora blu elettrico. Un grazie va alla mia relatrice Cristina Coscia che mi ha supportato nell'idea di tesi facendomi appassionare alla tematica e spingendomi ad approfondirla. Un grazie va alla mia corelatrice Sara Ghirardini che mi ha fatto capire che l'architettura è formata da tante sfaccettature e che la si può unire alle proprie passioni.

*Grazie a tutti,
Vi voglio bene*