

Turismo ed economia ecologica della condivisione nelle Madonie: proposte e prospettive

1. L'associazione ACTA Madonie: breve presentazione.

ACTA Madonie (Associazione cultura, turismo e ambiente) è nata quasi due anni fa con l'intento di contribuire allo sviluppo sociale economico e culturale del territorio di Pollina e delle Madonie. In queste aree, al momento, operiamo nell'ambito dell'organizzazione di eventi culturali e dello sviluppo di iniziative turistiche di qualità in armonia con il territorio.

ACTA agisce sui luoghi dell'industria culturale al fine di renderli attrattivi per operatori di rilievo. Il nostro obiettivo, è quindi realizzare eventi di ampio respiro rivolti agli abitanti, ai residenti secondari e ai turisti.

Nel campo turistico, ci proponiamo di sviluppare soluzioni innovative per valorizzare le tipicità locali, il patrimonio enogastronomico, i beni culturali e ambientali, favorendone l'accessibilità. Il nostro intento, infatti, è contribuire a rendere il territorio attrattivo per il turista che ricerca un contatto con le realtà locali o è interessato al turismo rurale e agroculturale. Ci interessiamo quindi, soprattutto, ad un turismo esperienziale.

Le attività di ACTA mirano a coniugare lo sviluppo sociale ed economico di Pollina e delle Madonie con la tutela del territorio, tramite un turismo sviluppato in armonia con il tessuto sociale, economico, culturale e ambientale.

Siamo convinti infatti che un microturismo personalizzato e destagionalizzato permetta di valorizzare tutti gli aspetti di un territorio multiforme, coniugandosi perfettamente ad uno sviluppo imprenditoriale responsabile.

L'attenzione di ACTA al tessuto sociale locale si concretizza anche nel favorire l'ingresso di questi territori in reti europee di scambio di buone pratiche e nel contribuire allo sviluppo economico del territorio tramite consulenze, formazione e project management.

2. Green Community: qualche pista di riflessione sul concetto di comunità.

Seppur brevemente, riteniamo fondamentale esporre qualche riflessione e suggestione sul concetto di *green community* prima di chiarire il modo in cui, a nostro avviso, questo possa entrare in relazione con i processi turistici.

L'articolo 72 del collegato ambientale alla legge di stabilità 2014, nonostante dichiara che la strategia nazionale delle *Green Community* debba impostare "un piano di sviluppo sostenibile non solo dal punto di vista energetico, ambientale ed economico" (collegato ambientale, art. 72, comma 2), individua dei campi d'azione che fanno capo ai pilastri ambientale ed economico dello sviluppo sostenibile, lasciando sottinteso il pilastro sociale. Quest'ultimo, tuttavia, dovrebbe costituire la base per ogni strategia territoriale improntata ad uno sviluppo sostenibile che si voglia duraturo (Lafferty, 2014). Inoltre, risulta essenziale nel momento in cui si mette in campo il delicato concetto di comunità, che tanto ha a che fare con il concetto di identità (Hague, 2005).

Senza sminuire l'importanza delle attività economiche, una politica basata sulle comunità *verdi* – o, meglio, *ecologiche* – dovrebbe, a nostro avviso, mirare ad implementare il concetto di comunità nella sua accezione positiva – ovvero legata alla realizzazione di buone pratiche e della definizione di un territorio – piuttosto che nella sua accezione escludente e autoreferenziale (Painter, 2012).

In questo senso, l'osservazione di processi già in atto in altre regioni europee o extra-europee potrebbe essere fonte di utili riflessioni (la [Convenzione delle Alpi](#) e la [Convenzione dei Carpazi](#)

possono essere degli esempi per quanto riguarda le macro-regioni, le comunità dell'Atlante, invece sono esempi di micro-comunità: cfr. Bellaoui, 1996).

3. Green Community e Green Economy: il possibile ruolo del turismo.

Per quanto la diffusione di un'economia ecologica sia fondamentale per la definizione di un territorio a vocazione *verde*, questa non è sufficiente per innescare il processo di auto-identificazione della comunità nei medesimi valori.

Il turismo può risultare un utile strumento atto a sviluppare un senso di comunità. In parole povere, definire un'identità da mostrare – e da vendere – all'esterno contribuisce a sviluppare l'identità interna propria della comunità. Inoltre, gli scambi insiti in ogni processo di sviluppo turistico, limitano l'autoreferenzialità e la chiusura delle comunità (Dredge and Jenkins, 2003).

In questo senso, siamo convinti che il territorio madonita debba valorizzare la sua vocazione a un'identità *verde* ed *ecologica*. Quest'ultima, non può che costituire un valore aggiunto nella definizione di una sua identità turistica.

Questo duplice processo – esterno e interno – di definizione dell'identità, e di conseguenza della comunità, può essere accompagnato e favorito tramite diversi strumenti (istituzionali, sociali, economici, imprenditoriali), tra cui, appunto, le attività turistiche.

4. Come ACTA si propone di contribuire allo sviluppo di una Green Community nelle Madonie.

La filosofia di ACTA Madonie è improntata all'idea che lo sviluppo turistico e la tutela del territorio siano coniugabili tramite un'attività imprenditoriale responsabile.

Siamo convinti che il turismo sostenibile non sia solo quello naturalistico o a scarso impatto ambientale. Senza nulla togliere all'importanza di queste due categorie, infatti, limitarsi ad esse ci sembra restrittivo.

Riteniamo infatti che il turismo sostenibile nelle Madonie debba incentrarsi anche sul capitale sociale – oltre che ambientale – del territorio, tramite un ritrovato interesse verso le attività economiche tradizionali e la valorizzazione del tessuto sociale locale.

Le attività di ACTA, di conseguenza, mireranno nel prossimo futuro alla valorizzazione di micro-realtà economiche (in particolare legate all'agricoltura e all'enogastronomia) che possano riscoprire una vocazione turistica, tramite lo sviluppo di sistemi innovativi che ne migliorino l'accessibilità.

Siamo convinti, infatti, che gli strumenti della *sharing economy* – nel suo senso proprio di economia della condivisione – costituiscano una risorsa senza pari per realizzare questi obiettivi.

Mettere in relazione le attività economiche tradizionali e il capitale sociale del territorio con i beni naturalistici e ambientali – siamo convinti – favorirebbe l'identificazione della comunità in valori ecologici e di sviluppo sostenibile. Inoltre, le micro-realtà virtuose presenti sul territorio messe in rete attraverso un servizio *smart*, limiterebbero sostanzialmente l'impatto ambientale dell'affluenza turistica.

Queste stesse micro-realtà – da valorizzare o di cui favorire lo sviluppo – andrebbero indirizzate verso il riuso di strutture e infrastrutture già esistenti, limitando dunque l'impatto alle sole operazioni di recupero.

5. Obiettivi auspicabili nell'ambito della SNAI.

Siamo convinti che le attività associative ed imprenditoriali dovrebbero agire di concerto con le istituzioni. Per questa ragione riteniamo interessante sollevare alcuni spunti di riflessione per interventi politici e istituzionali.

Nell'ambito del turismo – e in particolare del turismo sostenibile – un ruolo fondamentale è giocato dai problemi legati alla mobilità.

Oltre a caldeggiare azioni politiche e istituzionali mirate a un generico miglioramento della mobilità sul territorio madonita, ci permettiamo di suggerire dei campi di interesse particolare.

Gli assi stradali primari – siamo convinti – si prestano alla creazione relativamente semplice di piste ciclabili. Una parte degli assi stradali secondari – inadatta a una moderna circolazione veicolare – inoltre, potrebbe essere integralmente convertita in piste ciclabili.

Migliorare e favorire la mobilità ciclabile, permetterebbe al territorio madonita di inserirsi più agevolmente nelle reti del turismo ciclabile (che, peraltro, interessano perlopiù utenti sensibili alle tematiche del turismo sostenibile).

Un'altro strumento per migliorare la mobilità, potrebbe venire, ancora una volta dalla *sharing economy*. Oltre a migliorare il trasporto pubblico, infatti, si potrebbero implementare e favorire forme di trasporto intercomunale e capillare attraverso la mobilità condivisa.

Al di fuori delle tematiche di mobilità, la fruizione dei servizi (in particolare in ottica *smart*) sarebbe certamente migliorata e facilitata dalla creazione di *hotspot wireless* gratuiti negli spazi pubblici per turisti e residenti.

Per concludere, iniziative di divulgazione e formazione contribuirebbero sicuramente alla diffusione della cultura e delle buone pratiche dell'economia ecologica e della condivisione.

Riferimenti bibliografici:

- **Bellaoui A** (1996) *Tourisme et développement local dans le Haut-Atlas marocain : questionnement et réponses / Tourism and local development in the Moroccan High Atlas Mountains : some questions and answers. Revue de géographie alpine* 84(4): 15–23.
- **Dredge D and Jenkins J** (2003) *Destination place identity and regional tourism policy. Tourism Geographies* 5(4): 383–407.
- **Hague C** (2005) *Place identity, participation and planning*. The RTPPI library series, London; New York: Routledge.
- **Lafferty WM** (2014) *Sustainable Communities in Europe*. Earthscan.
- **Painter J** (2012) *The politics of the neighbour. Environment and Planning D: Society and Space* 30(3): 515 – 533.