

Le Aree Marine Protette tra retorica e realtà.

Il turismo e la nuova identità iconica e metropolitana delle AMP italiane  
di *Marxiano Melotti\**

#### *Problemi metodologici*

Le Aree Marine Protette, il cui numero complessivo si avvia rapidamente alla trentina, con una storia in alcuni casi ormai ventennale, costituiscono una realtà che può essere considerata ormai ben consolidata all'interno delle politiche culturali e ambientali del nostro Paese. Sembra quindi non solo incomprensibile, ma allarmante la mancanza di studi sistematici sul loro impatto socio-economico e socio-culturale. Le ricerche sin qui condotte, anche quelle di buona qualità, per una molteplicità di motivi risultano di fatto parziali e, se pur riescono talvolta a fotografare l'effetto dell'Area sul territorio e sulla comunità locale, difficilmente permettono valutazioni di più ampio respiro.

Ciò si deve innanzi tutto alla mancanza di dati omogenei e di indicatori adeguati e, in secondo luogo, al tipo prevalente delle ricerche condotte, che presentano un'impostazione tendenzialmente localistica e che solo raramente sono riproposte con la periodicità necessaria a rilevare i cambiamenti e l'evoluzione delle eventuali criticità individuate. La focalizzazione su scala locale degli interessi dei ricercatori e spesso anche dei committenti pubblici e il carattere prevalentemente non sistematico delle ricerche rendono difficile ogni valutazione scientifica complessiva di carattere comparato e diacronico.

Tale difficoltà appare paradossale, dato l'alto numero di progetti finanziati tendenzialmente orientati alla valorizzazione del territorio e quindi necessariamente implicanti anche rilevazioni di carattere socio-economico o, per lo meno, semplici osservazioni di fenomeni e problematicità. In sintesi, le rilevazioni di carattere accademico hanno un'impostazione scientifica, ma non appaiono omogenee e, anche per la decrescente disponibilità di risorse, non sono riproposte con sistematicità. Per di più i gruppi di ricerca raramente condividono metodologie e risultati con altri gruppi.

D'altra parte la maggior parte degli interventi mirati proposti dalle stesse Aree o dalle amministrazioni locali, anche quando si avvalgono di consulenze professionali o accademiche, non presentano un'adeguata impostazione scientifica e portano a risultati che, per essere utilizzati, andrebbero convalidati da controlli sul territorio o addirittura da nuove ricerche. In altre parole, risulta difficile condurre ricerche sul campo in contesti in cui ogni dato pregresso per essere utilizzato dovrebbe essere nuovamente controllato o in cui si dovrebbe controllare l'effettiva consistenza, se non l'esistenza stessa, dei fenomeni assunti come esistenti. Per fare un esempio, l'interpretazione di un fenomeno turistico, così come il giudizio sull'efficacia di una politica locale, varia notevolmente in relazione con determinati eventi o pratiche, come la reale esistenza di percorsi protetti per ipovedenti o di musei sommersi.

Il riscontro dell'esistenza effettiva e della funzionalità reale di strutture e offerte è quindi condizione necessaria di ogni ricerca. In un sistema che, a un controllo incrociato dei dati o anche semplicemente casuale, si rivela inaffidabile, diventa insomma prioritaria la verifica di ogni informazione di base con un aggravio dei costi, che, in definitiva, porta a una disincentivazione delle rilevazioni o a una loro ulteriore localizzazione.

Alla difficoltà nella raccolta di dati quantitativi che siano utilizzabili per una rilevazione scientifica si aggiunge la normale difficoltà nella raccolta dei dati qualitativi, che pure risultano spesso necessari per una corretta definizione e interpretazione dei fenomeni.

Tale accostamento, in gran parte di impronta antropologica, richiede necessariamente interventi sul campo – per loro natura costosi – con interviste a testimoni privilegiati, portatori di interesse e altri attori delle realtà studiate, nonché attività di osservazione partecipata.

Il presente contesto culturale invita però a integrare questo tipo di rilevazione, di fatto di carattere tradizionale, con uno studio, sempre di tipo socio-antropologico e in gran parte qualitativo e interpretativo, delle strategie di comunicazione adottate e delle forme di rappresentazione mediatica delle AMP. In presenza di osservazioni sul campo, ciò permette da un lato di misurare il divario tra realtà e rappresentazione, offrendo elementi importanti per la valutazione delle politiche di gestione adottate, dall'altro di individuare gli elementi strategici su cui amministrazioni e comunità locali cercano di costruire l'immagine della propria AMP con effetti che incidono sulla sua percezione collettiva e quindi anche, a livello locale, sul suo rapporto col territorio.

Monitorando inoltre l'evoluzione di tali strategie comunicative e delle forme di rappresentazione mediatica, è possibile misurare o per lo meno valutare, in maniera relativamente semplice, il rapporto tra identità locale e processi culturali nazionali o globali. La scelta, per fare un esempio, della Riserva delle Egadi di presentare sull'*home page* del proprio sito web l'immagine di una giovane donna senza reggiseno che nuota sott'acqua risponde all'accettazione culturale di una generale sessualizzazione della società e del *marketing* che finisce per emarginare tanto l'identità costitutiva di un'area marina quale spazio di protezione ambientale quanto la

---

\* *Università degli Studi di Milano Bicocca e Università delle Scienze Umane Niccolò Cusano*

specificità naturale e culturale del territorio. Accanto all'immagine campeggia la scritta "Arcipelago di seduzione", che definisce e conferma la nuova identità immateriale e turistica dell'area protetta. Tuttavia il semplice fatto che questa immagine, con un processo decisionale dell'ente gestore, condiviso di fatto dalle amministrazioni locali, sia stata scelta per rappresentarne una, mostra che l'identità delle AMP risponde a nuove logiche e riflette non solo un nuovo immaginario, ma anche nuove pratiche politiche.

D'altra parte anche da questo esempio si può evincere la piena integrazione delle AMP nell'immaginario collettivo. Ciò induce a considerarle, indipendentemente dalle rispettive specificità, delle realtà non isolate e non isolabili dagli orientamenti culturali e dalle evoluzioni socio-economiche nazionali, nonché da ogni espressione delle politiche locali.

Non è insomma più possibile valutare un'AMP solo sulla base del tipo di politiche ambientali e del loro impatto socio-economico sul territorio. La tutela ambientale, con il suo effetto sulla pesca e il turismo, è solo uno dei molteplici aspetti nei quali le Aree vengono ormai coinvolte dalle scelte degli enti gestori e dalle politiche delle amministrazioni locali.

Una nuova cultura implica non solo nuove pratiche, ma anche un nuovo ruolo per l'istituzione. Tali cambiamenti a loro volta implicano non tanto nuove metodologie di analisi quanto un nuovo e diverso accostamento metodologico.

### *Il turismo e il nuovo ruolo culturale delle AMP*

Le AMP, nate essenzialmente con *mission* di tutela ambientale, studio e valorizzazione anche didattica delle risorse naturali, nel corso degli anni '90 hanno finito per cristallizzarsi in santuari della natura, rispondendo a logiche di carattere antituristico. Lo spirito del probire per proteggere, implementato dalle prime politiche ambientaliste di governo, ha finito per creare equivoci e conflitti con le comunità locali, legati soprattutto ai divieti di accesso, balneabilità, pesca e navigazione. Ciò ha suscitato inevitabili resistenze.

L'impostazione costitutivamente non turistica delle Aree ha contribuito a determinare un divario tra enti gestori, comunità locali e altri possibili fruitori del territorio. Il turismo, in particolare, è stato letto come una presenza "innaturale", estranea, inutile e di fatto dannosa. L'orientamento prevalentemente biologistico delle Aree si è riflesso anche nella composizione dei comitati di gestione e dei gruppi di ricerca.

L'attenzione agli aspetti sociologici e, in particolare di sociologia del territorio e del turismo, è piuttosto recente. Ciò però va addebitato, almeno in parte, all'impostazione scientifica degli studi di sociologia del territorio, che si sono prevalentemente interessati delle realtà urbane e delle problematiche ambientali e, se mai, soprattutto nella loro fase iniziale, dei parchi terrestri. Restava in ogni caso esclusa la sociologia del turismo, che in Italia ha cominciato a definirsi come disciplina almeno in parte autonoma proprio nel corso di quel decennio, peraltro orientandosi verso altri settori. Di fatto il contributo sociologico si è concentrato sugli aspetti di carattere economico.

Nel frattempo la relazione tra turismo e aree protette si è sviluppata seguendo paradossalmente il principio che i biologi marini chiamano "effetto-parco". Allo stesso modo in cui l'interdizione alla pesca e alla navigazione contribuisce all'incremento della popolazione ittica e finisce per richiamare sul limitare dell'area interdetta vaste comunità di pescatori, così la demarcazione di un'area protetta taglia la continuità del territorio e individua uno spazio speciale che, proprio per la sua alterità, si pone come spazio potenzialmente turistico. Secondo un principio ben studiato dall'antropologia del turismo, la barriera che definisce uno spazio altro, di carattere naturale e quindi estraneo alle logiche del consumismo e in genere dell'uso urbano, e contrapposto allo spazio della quotidianità, ma culturalizzato, consumistico e urbanizzato, genera turismo.

Da questo punto di vista l'ecologismo degli anni '80, così come il più ampio processo di secolarizzazione in atto sino alla fine del '900, è sfociato in forme di culto della natura come nuova religione o, in genere, di sacralizzazione dello spazio naturale, presente nel concetto stesso di "santuario" della natura. D'altra parte, anche in una semplice logica di tutela, è il processo stesso di musealizzazione dello spazio naturale a gettare le basi per un processo d'inattesa turisticizzazione. Da un punto di vista puramente teorico, l'operazione stessa di identificazione e di perimetrazione di un'AMP presenta una connotazione di carattere ideologico, o inizialmente percepita come tale dalle comunità locali, dal momento che interrompe la continuità di uno spazio di fatto quasi sempre antropizzato per individuare uno spazio speciale sulla base di criteri che, per quanto scientifici, appaiono astratti e sempre suscettibili di discussione.

In realtà le AMP nascono già in origine come spazi di autenticità rappresentata, che risultano speciali per effetto di una scelta ideologica o politica e non tanto per il loro effettivo contenuto. Molte AMP hanno quindi costitutivamente una natura iconica, cioè basata su un'immagine, astratta e costruita mediaticamente, di conservazione del paesaggio e del mare. Proprio tale loro iconicità risponde alle esigenze immateriali della cultura dell'ultimo decennio, che sta alla base del nuovo successo delle AMP, di carattere non più soltanto turistico, ma anche mediatico e politico.

Il turismo degli anni '80 permetteva ancora una bipartizione credibile tra pratiche di massa e pratiche di *élite*. Il turismo naturalistico rientrava appieno nelle forme del turismo elitistico, cresciuto intorno allo sviluppo di una nuova sensibilità ecologica, poi sfociata nella teorizzazione di una cultura *slow*. I parchi nazionali terrestri e l'autenticità primitivistica di alcuni contesti mediterranei ed extraeuropei costituivano lo spazio speciale per questo ecoturismo degli anni '80 e '90.

In Italia l'apparizione tardiva delle AMP ha tuttavia permesso di avviarne il percorso in un contesto di relativa disattenzione da parte dei possibili fruitori. Del resto le prime Aree – Miramare (Trieste), Ustica (Palermo), Tremiti (Foggia) e Ciclopi (Catania) – avevano caratteristiche così eterogenee che impedivano di percepirle quali parti di un sistema. Miramare e Ciclopi si configuravano come piccole aree atte alla ricerca, situate in zone peri-urbane allora marginali nei processi turistici, mentre Ustica e Tremiti, pur essendo spazi già avviati alla turisticizzazione, erano ancora mete di flussi marginali. Lo stesso può dirsi per l'ondata successiva. Torre Guaceto (Brindisi), Capo Rizzuto (Crotone) ed Egadi (Trapani) erano inserite in più ampi sistemi turistici tradizionali, in cui la presenza di un'Area Protetta non noceva al territorio né incentivava il suo turismo. Da questo punto di vista nella vita delle aree protette il turismo non ha rappresentato una variabile significativa, da sottoporre a indagini specifiche, e gli enti gestori hanno potuto accogliere gli orientamenti prevalentemente biologistici e antituristici di amministrazioni e consulenti accademici.

Il cospicuo numero di riconoscimenti del periodo 1997-1999 segna invece un cambiamento. Le Aree, ancorché non organizzate in tal modo, iniziano a presentarsi come un potenziale sistema e, per la loro numerosità, a interagire con i processi turistici del territorio, cominciando a intercettare il turismo *slow*. In Liguria e Sardegna lo spazio speciale dell'Area, se non vi è addirittura inserito, viene a trovarsi spontaneamente contiguo ai luoghi di villeggiatura tradizionali dell'ecoturismo di *élite*, che, senza doverle andare a cercare lontano, si ritrova delle aree protette in certe sue mete tradizionali.

Il numero stesso delle nuove aree marine, con il decennio di ritardo necessario a ogni istituzione statale per metabolizzare le nuove tendenze culturali e politiche, indica l'avvenuto consolidamento dell'ambientalismo nella società italiana. La presenza di un numero considerevole di aree protette, relativamente ben distribuite sul territorio, crea i presupposti per intercettare, finalmente in anticipo, le tendenze culturali del nuovo iperturismo, ossia delle forme più sofisticate di turismo dell'autenticità e di tipo esperienziale.

Nell'ultimo decennio le AMP divengono così spazi speciali del nuovo iperturismo. Questa trasformazione, che si accompagna a un superamento non solo del turismo di massa, ma anche dell'ecoturismo tradizionale, deve diventare oggetto di studi scientifici specifici. Parallelamente, grazie al radicamento della cultura *slow*, si consolida, anche nell'impostazione politica delle grandi istituzioni culturali, l'esigenza di una valorizzazione degli aspetti immateriali del territorio. Tradizioni e feste locali, cultura del lavoro, enogastronomia diventano così gradualmente parole d'ordine per l'avvio di qualsiasi iniziativa turistica che aspiri a qualche successo. È l'Italia dei festivals che cresce all'insegna di motti come "saperi e sapori" del territorio.

Questa nuova visione culturale dell'identità locale viene intercettata dall'Unesco, che comincia a dedicare maggiore attenzione a ciò che viene definito come patrimonio immateriale dell'umanità, rinnovando il suo tradizionale orientamento storico e monumentale in materia. La Convenzione per la salvaguardia del Patrimonio Culturale Immateriale, approvata nel 2003 (a conclusione di un lungo percorso avviato già alla fine degli anni '80), è stata ratificata dall'Italia nel 2007.

Nella stessa logica il protocollo ASPIM (Area Specialmente Protetta d'Importanza Mediterranea), definito dalla Convenzione internazionale di Barcellona del 1995, ma entrato nel dibattito scientifico e politico italiano molto più recentemente, ha rinnovato l'idea tradizionale di area protetta: un'area può essere considerata "speciale", meritevole quindi anche di una protezione e di un sostegno particolari, quando sia in grado di rappresentare un'identità mediterranea. Si tratta di un'impostazione perfettamente in linea con i nuovi orientamenti culturali, tendenti, almeno nelle intenzioni, a valorizzare gli aspetti immateriali. Nell'ottica ASPIM uno spazio è meritevole di attenzione speciale non solo quando sia caratterizzato da un interessante patrimonio ambientale, rappresentativo della biodiversità mediterranea e configurabile quale ecosistema specifico del Mediterraneo, ma anche quando conservi uno specifico patrimonio paesaggistico, storico e culturale. Con questa impostazione le aree protette avrebbero inglobato in un sol colpo tanto la cultura World Heritage di tipo monumentale quanto quella di tipo "intangibile". Nella sua concreta applicazione, però, il protocollo ha accolto solo in parte l'esigenza di un superamento dell'impostazione prevalentemente biologistica delle aree protette. Sinora in Italia hanno ottenuto tale riconoscimento il Santuario dei Cetacei (nel 2001), una vasta area di mare internazionale (tra Italia, Francia e Principato di Monaco) compresa tra Liguria, Costa Azzurra, Corsica e Sardegna; Portofino (nel 2005); e infine, grazie anche a una valutazione del Consorzio Nazionale Interuniversitario per le Scienze del Mare (Conisma) cui ha preso parte chi scrive, Miramare, Plemmirio, Tavolara e Torre Guaceto (tutte nel 2008, segno del crescente interesse nazionale per queste politiche di marchi d'area).

La logica che sta alla base del protocollo ASPIM, indipendentemente dalla sua attuazione, ben riflette la trasformazione del ruolo delle AMP e la nuova diffusa esigenza di un'attenzione agli aspetti iconici e immateriali. Al di là di un possibile riconoscimento istituzionale di un'AMP come ASPIM, ogni area protetta è di fatto inserita in un processo locale di valorizzazione del territorio basato sull'ipervalutazione degli aspetti immateriali, non di rado presentati come espressione di una vera o presunta identità mediterranea.

Del resto anche i curatori del progetto MEI-Italia, ancorché non orientati a individuare il rapporto tra AMP e nuovi *trends* culturali, suggeriscono di allineare le AMP italiane alla categoria V della nuova formulazione della classificazione internazionale IUCN-WCMC (International Union for Conservation of Nature e World Conservation Monitoring Centre) proposta nel 2007 nel *workshop* di Almeria dell'IUCN. Le AMP verrebbero ridefinite come "aree per la conservazione di paesaggi culturali" con "continuità di usi tradizionali" associati

con lo sviluppo economico e, in una logica di piena accettazione delle nuove dinamiche sociali, con “la promozione del turismo e delle attività ricreative” (si veda Franzosini *et al.* 2008, p. 34).

### *Iperturismo e autenticità rappresentata*

Le AMP, per la loro stessa natura, che implica una forma di autenticità rappresentata, esprimono o possono esprimere alcune delle caratteristiche fondanti dei nuovi *trends* turistici: iconicità, esperienzialità e sensorialità. Le AMP possono quindi essere presentate come spazi speciali dove mettere in pratica le nuove forme di turismo iconico, esperienziale e sensoriale. Aree marine e riserve acquisiscono caratteristiche iperturistiche in quanto spazi iconici che riescono ad attribuire valore al territorio indipendentemente dal contenuto reale e riflettono un processo di estremizzazione dell’immaginario urbano e turistico contemporaneo, fondato su una polarizzazione tra ipertecnologia e ipernaturalità.

In quanto spazi ad alto contenuto iconico, capaci di rappresentare e intercettare il bisogno di iconicità dell’attuale società dell’immagine e del *loisir*, le AMP sono diventate strumenti di *marketing* territoriale e, paradossalmente, sempre più spesso, di *marketing* urbano.

Proprio questo loro nuovo ruolo meriterebbe maggiore attenzione e dovrebbe essere al centro della ricerca sociologica e delle rilevazioni condotte nelle AMP. Il numero consistente ormai raggiunto (26 aree riconosciute a vario titolo con più di 190.000 ettari tutelati e l’inclusione di circa il 7% delle coste, cui si possono aggiungere più di 50 aree di reperimento ed altri tipi di riserve naturali costiere) fotografa al tempo stesso l’importanza di un fenomeno che comincia a incidere in forma significativa sul territorio con implicazioni economiche importanti e che pertanto va ormai ben oltre le semplici politiche di tutela ambientale, ricerca e didattica.

Il loro alto numero ne conferma inoltre il carattere fondamentalmente iconico e il valore acquisito di spazi di autenticità rappresentata. A tutti gli effetti sono spazi unici piuttosto numerosi, che, proprio per il loro impatto territoriale, sono ormai profondamente inseriti nelle politiche locali di sviluppo turistico ed economico. D’altra parte le AMP possono esistere e moltiplicarsi solo perché attuano forme *soft* di tutela del territorio, di tipo appunto iconico, con situazioni ricorrenti di autenticità rappresentata nella tutela, in cui tutto è proibito, ma quasi nulla è controllato. Non a caso ancora pochissime AMP dispongono di regolamenti approvati che disciplinino le attività all’interno dei parchi. Ciò spiega anche l’allentamento dei conflitti con le comunità locali, in parte attribuibile alla risoluzione oggettiva della loro cause, ma più spesso riconducibile al mutato contesto economico e politico che ne induce l’accettazione del nuovo ruolo turistico da parte delle comunità locali, l’inclusione nei loro processi produttivi e l’inserimento, più o meno consapevole, in un sistema di *governance* territoriale in cui la tutela ambientale non costituisce necessariamente una priorità.

L’AMP di Capo Carbonara (Cagliari) costituisce un esempio piuttosto interessante di questo cambiamento di ruolo e prospettiva. Il sito web ufficiale dell’Area si apre con una videata completamente turistica: “Villasimius. Un mare di vacanze”. Area protetta e territorio risultano del tutto inscindibili. “Solo recentemente si è aperta a un turismo diversificato e diffuso lungo tutto l’anno, soprattutto grazie alla valorizzazione delle risorse naturali, storiche, archeologiche e folcloristiche”. Il testo prosegue decantando la ricchezza e la varietà della ricettività turistica. L’Area di fatto è presentata come un grande parco turistico con una ricca offerta orientata al consumo dell’autenticità locale, ben illustrata dalle sezioni “Cultura e Tradizioni” e “Sagre religiose”. Il sito in realtà non insiste eccessivamente sugli aspetti *slow*, evidentemente percepiti come una moda in parte già superata. Ciò che conta è il consumo del *brand* AMP in sé stesso. Ed è infatti questa la logica che impronta la pubblicità, apparsa nell’estate 2009 a pagina intera su alcuni quotidiani italiani, di un vasto complesso turistico, costruito a ridosso della spiaggia, che ha ben poco a che fare con un’area marina “protetta”: “Il vostro resort nell’Area Marina Protetta di Capo Carbonara”.

Significativo è anche il caso dell’ente gestore delle Cinque Terre, che, grazie anche al controllo di un parco terrestre, partecipa a tutti gli effetti all’amministrazione del territorio, intervenendo quindi ad ogni livello nelle politiche locali, anche di carattere urbanistico e infrastrutturale. Gli altissimi flussi turistici del Parco, dipendenti in gran parte dall’effetto attrattore del *brand* World Heritage dell’Unesco e dalla politica di valorizzazione pubblicitaria di tale marchio, sono alla base di una nuova economia locale che, dimenticate le prime forme di resistenza, si è appunto riorganizzata attorno al Parco. L’importanza economica di tali flussi, determinanti per il nuovo benessere della popolazione e la stabilità delle amministrazioni, ha spostato il baricentro dell’attenzione dell’ente gestore dalla tutela ambientale alla gestione integrata del territorio e del turismo e alle relative politiche di *marketing*, con il superamento delle tradizionali politiche di regolazione dei flussi.

Solo pochi anni fa un esperto dei meccanismi turistici quale Nicolò Costa (2005) invitava a impostare politiche turistiche sostenibili o a rivitalizzarle con vari interventi: la definizione di *master-plan* istituzionali, di carattere volontario o relativamente prescrittivo e con intervento di organismi internazionali; l’inserimento delle politiche ambientali locali nella gestione strategica del territorio e nelle nuove forme di *green marketing* utilizzate dall’imprenditoria come strumento di riposizionamento della marca; l’adozione di forme scientifiche di regolazione dei flussi con specifiche tecniche, macro e micro, di gestione degli impatti ambientali (capacità di carico ottimale; “vaso di miele”; dispersione; restrizione degli ingressi; *tickets*). Si tratta di indicazioni che ancora oggi dovrebbero orientare l’azione di amministratori e *stake-holders*, ma che nella pratica appaiono disattese o applicate in modo casuale e disorganico o con esoterico attendismo scienziato. Di fatti i *master-*

*plan* restano per lo più ottime occasioni di consulenza e, anche se disponibili, sono per lo più disattesi. L'intervento di organismi internazionali è molto labile, anche nel caso dell'Unesco. Il *green marketing*, più vicino al nuovo immaginario iconico e basato sul consumo di media e pubblicità di imprenditori e fruitori, resta invece in auge e, come vedremo, sembra incontrare l'interesse del Ministero dell'Ambiente. La regolazione dei flussi è attuata con tecniche del tutto casuali che per lo più concordano solo nella pratica del *ticket*.

Un protocollo di monitoraggio delle Aree, da tempo ipotizzato dal Ministero dell'Ambiente, dovrebbe tenere conto di tali cambiamenti e attribuire priorità alla definizione di una metodologia univoca di definizione della capacità di carico di un'Area e del suo territorio, presupposto per ogni possibile politica di gestione. Allo stesso modo, per una corretta impostazione degli interventi di medio e lungo periodo, andrebbe determinato il posizionamento dell'Area e del suo territorio nella "curva di vita turistica" della destinazione.

Il "ciclo di vita" delle località turistiche, descritto da Miossec (1977) e Butler (1980, 2004), ha certo un limite nella sua concezione lineare di sviluppo (Costa 2005), dalle implicazioni primitivistiche (il rimpianto di ideali comunità corrotte dallo sviluppo turistico) o apocalittiche (la teorizzazione dell'inevitabilità del processo descritto) (Nocifora 2003). Tuttavia resta un modello di riferimento importante, di cui AMP e comunità locali dovrebbero tener conto nell'impostare le proprie politiche di medio e lungo periodo.

Capacità di carico e curva del successo turistico, per quanto siano strumenti tradizionali degli interventi d'ispirazione sociologica e delle retoriche della sostenibilità ambientale, restano strumenti ineludibili, anche nel contesto di nuova immaterialità delle AMP.

### *Nuove strategie di marketing urbano*

Il nuovo orientamento generale delle amministrazioni locali, che tende alla turisticizzazione e all'inclusione nei processi di *marketing* di ogni risorsa territoriale, segna l'ingresso per le AMP in una difficile fase di passaggio e ristrutturazione che andrebbe adeguatamente monitorata e sostenuta da interventi di sistema. Molte AMP, nate per altri scopi, non dispongono di strumenti istituzionali per gestire il turismo; altre invece si stanno dotando di comitati per la definizione di sistemi turistici locali e di politiche integrate, che rispondono però anche a nuove logiche.

Si tratta di un sostanziale mutamento di ruolo: le AMP sono inserite o sono in fase di sistematico inserimento nelle politiche di sviluppo complessivo del territorio, di cui costituiscono uno dei molti strumenti di richiamo.

Il sopra ricordato caso del Parco delle Cinque Terre, anche se apparentemente interessa solo indirettamente l'Area marina, è estremamente significativo: il *brand* Unesco contribuisce ogni anno all'arrivo di due milioni di fruitori, fortemente stagionalizzati, che si accalcano in un irrisorio spazio costiero, consumando tanto i piccoli centri urbani quanto i minuti sentieri di collegamento. Pur in presenza di un *ticket* di accesso, non sono previste serie forme di regolazione e anzi le amministrazioni sostengono lo sviluppo tanto di nuove strutture ricettive sulla costa quanto di nuovi punti di accesso, con considerevole impatto ambientale e paesaggistico.

I territori contigui, pur caratterizzati da simili caratteristiche paesaggistiche, beneficiano solo indirettamente dei flussi delle Cinque Terre, quali località di supporto logistico, ma, per il semplice fatto di non essere inserite nel *brand*, non entrano nelle destinazioni primarie del turismo. Paradossalmente l'ecoturismo delle Cinque Terre, che per le limitate condizioni spaziali ha caratteristiche di massa, si concentra in aree sovraffollate, in cui il plusvalore iconico del territorio, pure in fase di rapido impoverimento, è fortemente presente nell'immaginario collettivo, a dispetto di aree contigue, ben conservate, ma estranee ai processi di valorizzazione iconica (Melotti 2007a, 57-60).

Benché i flussi siano soprattutto terrestri e le presenze a mare non abbiano numeri comparabili, l'area marina è necessariamente coinvolta da tale processo. La sua esistenza, indipendentemente da una reale offerta collegata, viene appositamente valorizzata con massicce forme di *merchandising* per sfruttare il valore iconico e immateriale del *brand*. Ciò conferma che è quest'ultimo – qui congiunto con quello Unesco del Parco e, almeno a livello di *merchandising*, soprattutto dell'AMP – ad attribuire iconicità, creando le premesse del successo turistico.

Da questo punto di vista risulta ancora più significativo il caso del Plemmirio, area di più recente istituzione e pertanto intrinsecamente inserita nelle nuove logiche del turismo e del *marketing* territoriale integrato. Plemmirio nasce infatti come area peri-urbana, fortemente legata alle politiche di sviluppo economico e turistico della contigua Siracusa, della quale rappresenta, assieme al *brand* Unesco fortemente voluto dall'amministrazione, l'esito principale della nuova politica dell'immaterialità, basata sulla riscoperta dei valori aggiunti, storici, archeologici o ambientali, del territorio.

In questa logica è stato avviato il progetto "Plemmirio World", che, in quanto promotore e attributore di un ulteriore *brand* locale di qualità e costruttore di una rete di *stakeholders*, attribuisce all'Area un ruolo attivo. L'intera politica dell'Area, conforme alla sua natura iconica, appare fortemente orientata al *marketing* mediatico, che a sua volta, alimentando gli aspetti iconici e immateriali, ne assicura la permanenza nell'immaginario collettivo e crea le premesse di flussi di cui diventa necessariamente beneficiaria la vicina città. "Plemmirio World" ben fotografa il nuovo ruolo delle AMP e può costituire un loro modello di intervento e di gestione compartecipata. Al tempo stesso però costituisce anche un esempio delle problematicità

connesse alle nuove forme di gestione territoriale delle Aree: l'impatto mediatico tende a costruire un'immagine del territorio che dovrebbe essere sottoposta a riscontro periodico.

È necessario introdurre indicatori che misurino la nuova importante e non sostituibile attività immateriale delle Aree e delle amministrazioni (presenza televisiva, rapporti con *film-commissions*, produzione di dvd, pubblicità diretta e indiretta, *merchandising*, evoluzione della percezione locale e non locale dell'Area e del territorio), rilevante per l'arricchimento iconico dell'intero territorio.

Allo stesso modo, però, va anche verificata la reale esistenza o persistenza di quanto comunicato e promosso. Un vecchio proverbio recita che tra il dire e il fare c'è di mezzo il mare (guarda caso!). Tale analisi richiede l'intervento di valutatori o attori terzi, preferibilmente non coinvolti nelle dinamiche locali. Nel caso di valutazioni locali, plausibilmente difficili da sostituire per ragioni economiche, sarà opportuno allargare il "tavolo" includendo una molteplicità di attori e di portatori d'interessi potenzialmente in conflitto reciproco, che possano, in forma incrociata, verificare il rapporto tra progetto, realizzazione e comunicazione.

### *Un'identità mediatica*

L'innovatività del Plemmirio, che ben risponde alle nuove esigenze mediatiche e di *marketing* della politiche turistiche (e ambientali) dei centri urbani, dipende in gran parte dall'impostazione "moderna" del suo direttore, che può contare su una lunga esperienza nel campo della comunicazione televisiva. Nella stessa logica Mario Tozzi, un noto conduttore di trasmissioni televisive dedicate all'ambiente (e ricercatore del CNR), è stato nominato presidente del Parco dell'Arcipelago Toscano.

Il processo di mediatizzazione e iconizzazione delle AMP, sempre più spesso protagoniste di documentari e servizi televisivi e presentate come luoghi magici che permettono di sfuggire al turismo di massa per vivere straordinarie esperienze turistiche, contribuisce a inserirle in una rete di interessi politici che oltrepassano l'ambito locale e il governo del territorio.

Gianfranco Fini, di cui l'opinione pubblica ormai da alcuni mesi riconosce quasi unanimemente l'intelligenza politica, è stato forse il primo politico a sfruttare, più o meno consapevolmente, la forza iconica e mediatica delle AMP. Nel 2004, assieme alla siracusana Stefania Prestigiacomo, allora ministra per le Pari Opportunità e futura ministra dell'Ambiente, si è lasciato riprendere dalle telecamere mentre si immergeva nelle acque di Capo di Murro di Porco per inaugurare l'AMP del Plemmirio. La stampa allora si dilungò, a parte l'inevitabile gossip relativo alla dolce compagnia, sulle capacità sportive del vicepremier, che aveva sostituito il salto nel cerchio di fuoco con la più sofisticata attività subacquea. Del resto già nel 2001 Fini si era immerso a beneficio della stampa nelle acque dell'Arcipelago Toscano per deporre, come ricorda il *Corriere della Sera*, "tra i fondali ancora incontaminati" dell'isola del Giglio, assieme al ministro Gianni Alemanno, una statua di Cristo, già benedetta dal Papa in occasione del "Giubileo del sub". La politicizzazione dell'evento è stata pagata dalla statua con la perdita delle braccia, recentemente amputate da un atto vandalico. Il mare e, in particolare, lo spazio dell'AMP diventano insomma scenari teatrali nei quali mettere in scena eventi speciali. Del resto già nel lontano 1996 Umberto Bossi aveva discettato dell'*homo liguris* su un vaporetto che lo conduceva nell'AMP di Portofino, dove il collega Maroni avrebbe deposto una targa ai piedi del Cristo degli Abissi, a 22 metri di profondità, per inaugurare la sezione subacquea della Lega "Estremi abissi". Nell'estate del 2008 Gianfranco Fini è stato "pescato" dai fotografi mentre si immergeva, tra l'altro protetto da un'imbarcazione dei Vigili del Fuoco, in un'area di riserva integrale presso l'isola di Giannutri, sempre nel Parco dell'Arcipelago Toscano. Lo spazio protetto – e in questo caso proibito – dell'AMP non è solo un richiamo per il turista che cerca l'autenticità della riserva integrale, ma diventa anche uno *status symbol*. L'iperturista cerca lo spazio speciale di cui il "potente" può disporre.

Più recente è la disavventura del già ricordato Mario Tozzi, presidente del Parco dell'Arcipelago Toscano e quindi responsabile della tutela dell'area marina, che nel suo libro *Viaggio in Italia* ha indicato l'isola di Montecristo, mediaticamente celebre per il romanzo di Dumas e le sue riduzioni cinematografiche e televisive e da tempo completamente interdetta al turismo, come la prima "delle 109 emozioni da provare prima che finisca il mondo". "Non potete pensare di avere visto un'isola se non siete stati almeno una volta nella vita a Montecristo". Questa enfatica dichiarazione d'amore per l'isola gli è naturalmente costate le ironie della stampa (*L'Espresso*, 30 luglio 2009). Al di là della gaffe, in sé di poco conto, possiamo riscontrare come lo spazio speciale del protetto e del proibito incida sull'immaginario collettivo e mediatico e finisca quindi per influire anche su quello turistico. Nella classifica fantaturistica di Tozzi la sua protettissima area si colloca davanti a ogni altra destinazione italiana, Roma e Venezia comprese.

### *Nuovi laboratori urbani*

La nuova attenzione delle AMP agli aspetti iconici e immateriali, che, come si è detto, non fa altro che riflettere un più ampio orientamento culturale, richiede nuove metodologie di analisi, di carattere sociologico, antropologico e comunicativo che non possono coincidere con la tradizionale (e pur ineludibile) attenzione ai temi della sostenibilità ambientale, che ha a lungo improntato la ricerca sociologica.

Le Aree tendono ormai a essere dei laboratori interessanti, capaci di promuovere, come ricordato, forme sofisticate di turismo che, proprio per il suo orientamento verso aspetti iconici, esperienziali e sensoriali, per quanto possa apparire incoerente, hanno una ricaduta sul territorio, spesso estremamente materiale.

Un'AMP può trasformarsi in uno spazio attrattore di iperturismo dell'autenticità o di turismo esperienziale enfatizzando determinati aspetti. Fra questi, la presenza di attività "innovative" o di nicchia, capaci d'integrare le molteplici esigenze polisensoriali del nuovo turismo o di ambiti specifici della società, quali percorsi subacquei di tipo archeologico o misto archeologico-naturalistico, o ancora percorsi subacquei per ipovedenti e disabili, oppure musei sommersi o musei del mare o attività, in parte più tradizionali, di valorizzazione degli aspetti d'identità e di cultura locale, come le feste patronali e le forme di devozione del mare.

La diffusione e il progressivo incremento di musei costieri (al momento poco più di 600) e, in particolare, di musei dedicati al mare (oltre 100) rappresentano il punto di contatto tra la consolidata attenzione agli aspetti storico-identitari del territorio e il nuovo interesse verso l'autenticità locale (ex-voto, tradizioni locali, storia del lavoro), ma anche, in senso più ampio, verso il mare come immaginifico contenitore esperienziale. La costruzione, il *restyling* e l'allestimento di musei del mare, con attenzione – per il momento soprattutto all'estero – per l'aspetto iconico degli edifici, rientra appieno nelle nuove politiche di *marketing* urbano. D'altra parte il numero di tali musei, come la loro diffusione su tutto il territorio italiano, comprese città interne, mostra il nuovo ruolo del mare come strumento strategico di promozione urbana. Le AMP costituiscono solo alcuni degli strumenti della nuova competizione urbana, che si serve indifferentemente di musei, edifici iconici e aree naturali protette.

In questa logica le AMP, di cui si è già rimarcato il valore iconico e di spazio di autenticità rappresentata, tendono a configurarsi come parchi tematici, in cui appunto mare, tutela dell'ambiente, didattica, attività sportive e ricreative rappresentano i temi offerti. È evidente anche in questa prospettiva che il controllo dei flussi e l'individuazione di forme di reale tutela ambientale diventano una preoccupazione minore.

Punta Campanella, Regno di Nettuno, Baia e Gaiola nel golfo di Napoli, come anche Ciclopi presso Catania e il già ricordato Plemmirio vicino a Siracusa, costituiscono di fatto distretti naturalistici specializzati di aree urbane e metropolitane. Queste sempre più necessitano di spazi dotati di forte identità specifica per rafforzare la propria immagine di centri poli-esperienziali, attrarre segmenti specifici e differenziati di turismo e, soprattutto, arricchire la propria offerta di turismo urbano.

In questa prospettiva assume un senso anche lo stato attuale di gestione di Ustica: l'elevato valore iconico di quest'Area, profondamente legata alla storia del turismo subacqueo italiano, sopravvive nonostante la perdita dell'originaria identità di tutela dell'ambiente. La possibilità stessa di un commissariamento *de facto*, per di più così lungamente protratto, mostra la disconnessione tra funzione teorica e situazione reale. Un'Area non funzionante mantiene tuttavia il proprio *brand*, che continua a esercitare forza attrattiva e può pertanto essere utilizzato dalla comunità locale, così come dalla vicina Palermo, di cui Ustica può essere considerata area peri-urbana. La scarsa efficacia del controllo dell'isola e delle sue aree di interdizione, delegato ai necessariamente limitati strumenti della Capitaneria di Porto, illustra bene l'effetto di turisticizzazione dello spazio protetto e, in questo caso, addirittura proibito. L'iconicità dell'area si rileva anche dall'inesistenza e dall'impraticabilità dei suoi percorsi archeologici subacquei, che tuttavia restano assai pubblicizzati e contribuiscono in modo determinante a configurare l'Area come spazio innovativo e poli-esperienziale.

Tale discrasia tra realtà e immagine mediatica della riserva e, cosa forse più grave, tra la realtà e la rappresentazione offerta dagli amministratori dell'isola (da noi già rilevata nel 2006, nell'ambito di un'analisi condotta per conto del Conisma e del Ministero dell'Ambiente, per cui si veda Melotti 2007c) sembra che si sia ulteriormente consolidata negli ultimi tre anni. Il percorso archeologico subacqueo, su cui l'isola aveva in gran parte costruito la propria immagine (Melotti 2007a), non risulta più praticabile, ancorché sia presentato come esistente. D'altra parte sembra che i *diving centers* locali abbiano sposato la politica *post-moderna* dell'autenticità rappresentata. Si segnalano infatti immersioni turistiche di tipo archeologico *on-demand*, per le quali vengono depositate sul fondale delle ancore presentate come antiche che, al termine dell'immersione, vengono poi "ripescate" e trasportate per l'isola su motofurgone fino al successivo reimpiego.

Proprio come le AMP fungono da strumenti di richiamo per il nuovo ecoturismo urbano ed esperienziale di massa e partecipano alle forme della nuova competizione urbana (con beneficio per l'intero territorio), così i percorsi archeologici subacquei fungono da ulteriori e sofisticati strumenti di richiamo per segmenti e tipi più specifici di turisti e da utili strumenti di differenziazione tra le diverse AMP. La presenza di un'AMP può insomma contribuire a caratterizzare un territorio, promettendo una particolare esperienza di *loisir* che si aggiunge a quelle tradizionali dei centri urbani, mentre la presenza di un percorso turistico subacqueo può contribuire a caratterizzare una specifica AMP e – non meno importante – ad attribuire al consumatore l'appagante identità di turista colto e alla moda, in cerca di sofisticate esperienze culturali. Proprio per questo motivo i percorsi archeologici subacquei e i musei sommersi sono ben pubblicizzati, indipendentemente dalla loro effettiva fruibilità e dal numero dei loro reali fruitori. Si tratta insomma di un turismo di nicchia, che serve però ad assicurare la presenza di un turismo ben più consistente e di fatto tradizionale.

Secondo questa logica non deve quindi stupire che anche il museo sommerso recentemente istituito nell'isola di Filicudi, uno dei fiori all'occhiello del nuovo ecoturismo culturale delle isole Eolie, sia iperpubblicizzato, ma risulti difficilmente fruibile per l'inadeguatezza del sistema di *diving centers* dell'isola.

Filicudi non dispone ancora di un marchio AMP, benché sia inserita tra le Aree Marine di Reperimento e sia presentata dal Ministero dell'Ambiente come AMP di prossima istituzione. Tuttavia può vantare un altro importante marchio d'area, che di fatto, per quanto concerne i flussi turistici e le politiche di sviluppo turistico, esercita effetti simili al marchio AMP. Le isole Eolie infatti dal 2000 sono iscritte nella World Heritage List dell'Unesco e, sino al recente inserimento delle Dolomiti, avvenuto nel 2009, sono state l'unico sito italiano inserito come "bene naturale", e quindi scelto per motivi ambientali e non monumentali. Come accade in quasi tutte le AMP italiane, la tutela del patrimonio ambientale non ha però costituito una priorità per il piccolo arcipelago che, per la sua politica orientata all'urbanizzazione a fini turistici, ha seriamente rischiato di essere estromessa dalla lista (una sanzione che avrebbe esercitato un importante effetto "educativo" su tutte i siti WHL italiani). D'altra parte neppure il piano di gestione delle Isole Eolie, approntato proprio per far fronte alle richieste dell'Unesco e presentato nel 2008, affronta con la debita attenzione il problema del rapporto tra politiche turistiche e tutela dell'ambiente. La gestione turistica delle isole e del loro patrimonio ambientale è di fatto priva di coordinamento e resta affidata a interventi estemporanei (fra cui, da ultimo, l'introduzione di un biglietto per la scalata al cratere dell'isola di Vulcano, cui non corrisponde però l'introduzione di servizi turistici di carattere informativo, logistico e persino medico). Le Eolie tuttavia per la loro posizione non subiscono i tentacolari effetti del nuovo *marketing* delle aree urbane e metropolitane e, come mostra il caso sopra citato, restano in balia dei più tradizionali vizi delle miopi politiche turistiche delle piccole amministrazioni locali.

Il turismo archeologico subacqueo compare invece come pubblicizzata risorsa turistica all'ultima moda nell'area metropolitana di Napoli, che da tempo persegue una politica turistica organicamente orientata alla valorizzazione del patrimonio storico. L'AMP di Baia e Gaiola, che è al tempo stesso un'area di interesse ambientale e un parco archeologico, offre percorsi archeologici subacquei cui l'amministrazione napoletana sta cercando di assicurare un particolare rilievo nel quadro della sua offerta turistica e dei suoi eventi promozionali, come il "Maggio dei monumenti". Se i percorsi subacquei di Baia scontano l'effetto fantasma di quelli di Ustica e Filicudi, in quanto di fatto risultano scarsamente fruibili per l'inefficienza dei *diving centers* locali, i resti sottomarini della Gaiola, grazie a forme di associazionismo, sono invece da quest'anno ben valorizzati e inseriti in percorsi didattici e ricreativi con *snorkel* e barca con fondo trasparente in grado di coinvolgere categorie più ampie dei soli subacquei. Anche Gaiola sconta però i problemi di un sistema turistico regionale velleitario, che, pur cercando di valorizzare le proprie risorse con iniziative innovative, dal biglietto integrato musei-trasporti al "Maggio dei monumenti", cade su piccoli, ma fondamentali dettagli, come la corretta indicazione su siti e *brochures* di indirizzi, orari di apertura e numeri di telefono.

#### *Antropizzate realtà protette*

Il recente riconoscimento dell'AMP Regno di Nettuno a Ischia nel Golfo di Napoli, che poteva già vantare la storica presenza di Punta Campanella e l'innovativa offerta multi-esperienziale dei parchi naturalistico-archeologici di Baia e Gaiola, conferma l'attenzione dei centri urbani verso la costituzione di aree metropolitane che includano distretti di *loisir* tematico fondato sulla forza iconico-esperienziale del mare e del suo ambiente.

La scelta stessa di istituire una nuova AMP in un contesto iperantropizzato e iperturisticizzato, e per di più già dotato di due AMP, è indicativa della spasmodica tendenza delle amministrazioni locali ad arricchire il proprio territorio con marchi d'area, ma mostra anche come i flussi turistici siano ormai in grado di orientare le politiche ambientali e di dirottarle su scelte solo in apparenza ambientalistiche. La tutela del territorio si configura come uno strumento di *marketing* turistico in grado di richiamare eco-consumatori. L'AMP non serve più per tutelare l'ambiente o per difendere una specifica porzione di territorio dalla pressione turistica del contesto, ma al contrario viene utilizzata per incrementare il numero di fruitori del sistema turistico nella quale è inserita. La mancanza di una politica di rete tra le tre AMP del Golfo di Napoli conferma indirettamente che l'istituzione dell'AMP di Ischia non era orientata alla regolazione dei flussi attraverso una politica di redistribuzione delle pressioni turistiche, ma aveva tutt'altra funzione.

Le parole con cui il presidente della nuova AMP ha presentato su YouTube la propria creatura mostrano con chiarezza una logica *loisir-oriented*: "L'ampiezza dell'area e la qualità degli habitat ha consentito di non imporre regole particolarmente restrittive esaltando così l'offerta turistica. In quasi tutta l'Area sono consentite balneazione, visite guidate, diportismo nautico, *snorkelling*, immersioni, pescaturismo e pesca sportiva". Inutile dire che l'Area non è particolarmente ampia, come del resto è il caso di tutte le nuove aree marine peri-urbane, e che proprio l'asserita qualità degli habitat avrebbe dovuto suggerire una politica di maggior controllo.

Del resto il nome stesso scelto per la nuova AMP, il "Regno di Nettuno", indica una rottura con la tradizionale (e noiosa) onomastica ispirata a criteri geografico-territoriali (Area Marina Protetta di Capo Rizzuto, Area Marina Protetta del Sinis – Isola Mal di Ventre ecc.) e fa piuttosto riferimento a una logica turistico-ricreativa, in linea con il gusto immaginifico, di tipo immateriale, iconico e mitico, del turismo più recente. Il riferimento a Nettuno, antico dio del mare, non ha infatti una precisa ragione storica e non si riferisce, come nel caso dell'AMP dell'Isola dei Ciclopi, a qualche evento mitico collegato al territorio, ma ha una pura logica evocativa, tesa a collegare l'esperienza turistica e naturalistica tanto al mondo del passato e della cultura

“alta” della tradizione classica quanto alle ricorrenti tensioni *new-age* di riscoperta del mito, tipiche della cultura contemporanea.

In questo contesto non appare improbabile l’istituzione di una quarta AMP nella medesima area, la già da tempo ventilata AMP di Capri, che, con le consorelle, completerebbe il processo di “ambientalizzazione” del Golfo di Napoli. Inoltre, poiché la vicina AMP di Punta Campanella se ne è fatta sfuggire l’opportunità, possiamo ipotizzare che la nuova AMP si dia un nome in qualche modo riconducibile alle Sirene, antiche abitanti di quelle acque secondo il mito antico e sensuali *testimonial* dell’area, secondo l’imperante gusto sessuofilo della cultura italiana contemporanea. Il nuovo turismo di massa ricerca, come abbiamo più volte ricordato, esperienze dal sapore immateriale che possano dare una parvenza culturale alle esperienze di *loisir* e di consumo.

La densità di AMP, più che confermare il radicamento di politiche ambientaliste, fotografa un aspetto importante della nuova identità urbana e riflette un processo di antropizzazione e urbanizzazione delle coste che richiederebbe maggiore attenzione. I parchi insomma non aumentano necessariamente per un incremento delle politiche di studio e di tutela, ma per la trasformazione dell’ambiente e del paesaggio urbano, che si estende sulle coste sino a sfiorare o a inglobare spazi naturali che, urbanizzati, assumono una nuova identità di parco tematico. È pertanto opportuno, almeno per alcune AMP, individuare indicatori di questa trasformazione che possano individuare, misurare e monitorare il nuovo rapporto che si sta instaurando con le aree urbane e metropolitane: tipologia, composizione ed esigenze del nuovo turismo, che sempre più spesso proviene non da luoghi lontani, ma dalle aree contigue. La crisi economica globale, che esercita i suoi effetti tanto sul turismo internazionale quanto sulla mobilità nazionale, potrebbe incrementare questa tendenza – già evidente nel recente sviluppo del turismo urbano – che è opportuno valutare.

### *Prospettive post-ambientaliste*

Il Ministero dell’Ambiente sembra essersi reso conto della necessità di rivedere i propri interventi sulle AMP e di proporre o sostenere iniziative che colmino il *gap* tra la realtà della pratica turistica e delle politiche territoriali, da un lato, e la retorica ambientalista delle tradizionali direttive di governo e dell’accostamento scientifico alla problematica della sostenibilità, dall’altro. Nel 2009 il Ministero ha varato due significativi progetti. Ha innanzi tutto costituito una commissione (l’Italia è il paese delle commissioni) incaricata di valutare la possibilità di estendere le zone interne alle AMP in cui siano consentite le immersioni. L’iniziativa riconosce di fatto la subacquea come un’attività a basso impatto ambientale, che, adeguatamente regolamentata, offre un buon livello di sostenibilità ambientale e un buon modello di sviluppo turistico. Tuttavia, come hanno fatto notare molti ambientalisti, si tratta anche di un superamento della tradizionale impostazione ambientalista improntata alla logica dei divieti e spesso a uno spirito antituristico. La commissione tra l’altro sembra abbia preso in considerazione l’apertura alle immersioni di santuari proibiti come Pianosa e Montecristo. Il sogno di Tozzi diventerebbe insomma realtà. Proprio il dibattito sollevato da questa ipotesi di apertura rivela quanto questo nuovo orientamento del Ministero, pragmatico, ma inevitabilmente pericoloso, abbia anche una ragione profondamente politica. Il riconoscimento ufficiale del superamento dell’ambientalismo duro e puro degli scorsi decenni e il nuovo atteggiamento di accettazione dei processi di turisticizzazione delle aree protette vanno incontro alle esigenze delle comunità locali, spesso in conflitto con i divieti (pur spesso meramente simbolici) imposti dalle AMP. Proprio grazie a questo nuovo orientamento le amministrazioni dell’area del Parco dell’Arcipelago Toscano potranno presto trovare un accordo e sostenere quindi con gioia o almeno con interesse l’istituzione di un’AMP nel loro territorio.

Nel luglio del 2009 il Ministero ha presentato, ancorché in forma non ancora dettagliata, un secondo importante intervento: un accordo di programma quadro con Confcommercio, Confturismo e Federturismo di Confindustria “per l’istituzione di un marchio di sostenibilità per la valorizzazione delle AMP”. Il Ministero intende introdurre un nuovo marchio che dovrebbe misurare, apparentemente in modo comparativo, il grado di sostenibilità raggiunto nelle varie AMP. L’intervento in realtà non è molto innovativo: i bollini verdi che indicano la sostenibilità ambientale di un certo prodotto o di una certa iniziativa esistono già da vari anni e hanno costituito la prima risposta del mercato alle esigenze *slow* e di autenticità sempre più presenti nelle pratiche di consumo, anche turistico, dell’ultimo decennio. L’efficacia turistica del *green marketing* è da tempo oggetto di studi scientifici (Costa 2005). L’esperienza d’altra parte insegna che tali bollini sono spesso ignorati dalla gran parte dei consumatori, anche perché sono non di rado assegnati con logiche clientelari. Il Ministero sarà davvero in grado di misurare e comparare la sostenibilità delle diverse Aree? Di certo non con i dati attualmente disponibili che, per le ragioni sopra ricordate, sono di fatto inattendibili. Allo stesso modo è difficilmente ipotizzabile che Confcommercio, Confturismo e Federturismo contribuiscano alle necessarie rilevazioni in modo obiettivo. Il marchio dei marchi appare insomma piuttosto velleitario.

Il fatto che il Ministero segua con attenzione le iniziative dell’AMP del Plemmirio, tanto per il dinamismo di questa realtà quanto per il legame della ministra con la città di Siracusa, lascia supporre che l’accordo di programma possa essere implementato con l’esportare a tutte le AMP italiane di che abbiamo chiamato “modello Plemmirio”. Con il programma “Plemmirio World”, l’AMP siracusana, particolarmente attenta al rapporto tra politiche urbane e sviluppo turistico, si proponeva di assegnare un bollino verde alle aziende e alle iniziative che accettavano di “fare sistema” con l’AMP. Si trattava di un’efficace applicazione di *green*

*marketing* e di politiche di rete che riconosceva alle AMP un nuovo e più attivo ruolo nelle dinamiche socio-economiche del territorio. A qualche anno dall'introduzione del programma "Plemmirio World" e in vista di una sua eventuale implementazione a livello nazionale, sarebbe però utile poter disporre di qualche dato per misurarne la reale efficacia. È stato davvero applicato e, nel caso con quali risultati, oppure può essere considerata una delle tante iniziative mediatiche che confermano l'iconicità delle AMP italiane? Ciò che invece sicuramente funziona ed è ormai prassi di vari enti gestori è l'utilizzo commerciale diretto del *brand* naturalistico di cui viene sfruttata la forza iconica quale attributore autorevole di autenticità. Ovviamente si tratta quasi sempre di forme di autenticità relativa: i prodotti "tipici" marchiati AMP raramente provengono dal territorio.

Tra i possibili effetti dell'introduzione di un nuovo marchio che misuri in forma comparata la sostenibilità ambientale delle politiche delle varie AMP possiamo ipotizzare il potenziamento sovraregionale del marchio d'area, orientato a presentare le AMP come una grande risorsa di rete in grado di garantire autenticità, sul modello dei "presidi" *slow food*. L'impostazione è quindi interessante e, almeno sulla carta, costituisce una buona risposta ai problemi del rapporto tra mercato, turismo e ambiente. Il marchio, spiega la nota ufficiale del Ministero, valuterà la "gestione sostenibile delle acque, l'efficienza energetica, l'utilizzo di fonti energetiche rinnovabili, l'utilizzo di sistemi per la riduzione dell'inquinamento atmosferico e acustico, la gestione sostenibile dei rifiuti e il ricorso a sistemi di mobilità sostenibile" e contribuirà alla "valorizzazione dei prodotti tipici e locali e dell'offerta turistica rivolta in modo privilegiato alle categorie sensibili e svantaggiate". Indipendentemente dall'effettiva applicazione di queste forme di valutazione, ciò che importa è l'accettazione della centralità del turismo nella fruizione dell'ambiente e il riconoscimento delle AMP come distretti turistici specializzati ben inseriti nelle dinamiche del *marketing* territoriale.

#### *Indicatori sociali e naturali per lo studio delle AMP*

Qualche utile suggerimento per lo studio della gestione delle aree marine protette si trova in un recente manuale pubblicato sotto l'egida dell'Unione internazionale per la conservazione della natura (si veda Pomeroy *et al.* 2007). Questo libro si segnala non solo per la sua chiarezza concettuale e metodologica, tipica della cultura anglosassone, ma anche per la sua semplicità d'uso. Le indicazioni offerte per l'individuazione di indicatori adeguati sia agli obiettivi proposti, sia alle risorse disponibili sono opportune. L'attenzione all'effettiva capacità di raccolta e di codificazione dei dati e di utilizzo degli strumenti di valutazione è improntata a un sano realismo. Allo stesso modo la riflessione preliminare sul diverso effetto dell'impiego di valutatori esterni o interni, nella sua apparente ovvietà, è di grande importanza. Revisioni da parte di entità paritetiche, forme di valutazioni indipendenti dei risultati e compartecipazione nei processi decisionali e di valutazione dei portatori di interesse interni ed esterni costituiscono punti di riferimento per ogni tipo di analisi e di intervento che si voglia condurre in un'AMP, che richiede forme di *multi-level governance* rispondenti alle nuove e più complesse esigenze di governo del territorio.

Il manuale nasce da un'esperienza di studio internazionale nella quale è stata impegnata Miramare. Ciò ne fa uno strumento importante, utilmente applicabile nelle diverse AMP italiane, tanto più che il progetto MEI-Italia ha adattato il manuale alla situazione italiana, intervenendo su alcuni indicatori (relativi a sicurezza alimentare e sussistenza) più adatti ai Paesi in via di sviluppo che ai Paesi sviluppati, cui da tempo appartiene anche l'Italia. L'attenzione è quindi stata spostata sulla qualità della vita e, soprattutto, sulla valorizzazione degli eventuali prodotti tipici.

Questo punto, che segnala un'attenzione ai temi della post-modernità, si ricollega meglio all'impostazione *slow* dell'ecoturismo e ai *trends* culturali italiani. L'adattamento del manuale potrebbe però essere ulteriormente proseguito orientando maggiormente gli indicatori su altre caratteristiche "post-moderne": la reinvenzione, la riscoperta e la turisticizzazione della tradizione e della tipicità e il grado di consapevolezza e di accettazione di tali processi.

Gli indicatori proposti nel manuale sono stati sperimentati sul campo nell'ambito del progetto MEI-Italia. Va tuttavia osservato che le AMP inserite nella sperimentazione (Tor Paterno, Torre Guaceto, Ciclopi e Sinis) erano state scelte più per le loro caratteristiche geografiche e naturalistiche che non per quelle socio-economiche e culturali.

Da questo punto di vista si può nuovamente rilevare la tendenza, di carattere istituzionale e d'impronta biologistica, a considerare gli aspetti socio-economici come fattori di interesse marginale. Si tratta di un orientamento ormai da tempo stigmatizzato dalla letteratura dedicata alle AMP (si veda, in particolare, Badalamenti 2000).

Sarebbe opportuno sperimentare tali indicatori in contesti socio-culturali differenti, per poi adattarli e calibrarli. Ogni indagine dovrebbe pertanto tenere conto di una serie di diversità di base, differenziando gli indicatori e quindi l'impostazione delle stesse ricerche. Bisognerebbe, per lo meno, tener conto delle diversità esistenti tra AMP in aree naturali isolate e AMP in aree peri-urbane e in aree di interesse metropolitano. Un'ulteriore differenziazione dovrebbe tener conto dei macrocontesti socio-economici, definiti con riferimento, ad esempio, al maggiore o minore benessere e alla maggiore o minore infiltrazione della malavita organizzata o, in una differente prospettiva, delle macro-aree di intervento individuate dall'UE.

Va peraltro osservato che in Italia i cambiamenti del tessuto socio-economico e di tipo culturale, ancorché improntati a una relativa omogeneizzazione, sono stati piuttosto rapidi negli ultimi anni. L'UE ha in parte tenuto conto di tali cambiamenti e ha modificato la lista delle regioni suscettibili di finanziamenti speciali. Tale trasformazione non è stata ancora metabolizzata dalla letteratura relativa alle AMP, che continua a essere improntata a impostazioni di carattere "primitivistico", che configurano la presenza delle AMP sul territorio come una forma di controllo, se non addirittura di prevaricazione, delle comunità locali, che naturalmente vi resistono. La post-modernità non è insomma ancora arrivata agli indicatori.

Il cambiamento d'altra parte è talmente recente che lo stesso saggio di Badalamenti, benché pubblicato nel 2000, fotografa una situazione già superata. Tuttavia si tratta di un contributo importante, che permette di stabilire un'utile relazione tra lo sviluppo delle AMP, il contesto socio-economico e il turismo. Viene infatti rilevato che le AMP europee sono state istituite in aree economicamente depresse e che la maggior parte di quelle italiane, censite al momento della ricerca, erano localizzate nell'Italia meridionale o nelle zone più depresse del Paese.

Tale concentrazione può essere ricondotta a una precisa logica *colonial* e *post-colonial*, storicamente legata allo sviluppo del turismo. Le aree depresse e meno industrializzate, quando non siano sconvolte da processi di disordinata e tumultuosa modernizzazione, con forme di abusivismo e depauperamento estetico e qualitativo del territorio, garantiscono un contesto ambientale maggiormente conservato, atto quindi tanto alla ricerca scientifica quanto, e soprattutto, al turismo. In una prospettiva storica il turismo si può configurare come un flusso di individui da aree ricche ad aree povere, nelle quali si ricerca appunto, come avveniva nei secoli passati con il Grand Tour in Italia e come ancora avviene con il turismo di massa occidentale nei Paesi in via di sviluppo, una tipicità e un primitivismo ormai venuti meno nei contesti più sviluppati.

Il manuale dell'Unione internazionale per la conservazione della natura, che intende rivolgersi anche alle numerose AMP dei Paesi in via di sviluppo, tiene conto, ancorché in forma insufficiente, di alcuni aspetti di tali sperequazioni tra fruitori del territorio e comunità locali. Nel contesto italiano naturalmente il divario, sia nei confronti dei Paesi più sviluppati, sia tra le regioni più ricche e le regioni più povere, si è notevolmente attenuato (ed è plausibile che l'attuale crisi economica, pur aggravando la forbice sociale nel Paese, non abbia a modificare in modo consistente lo scenario). Gli indicatori "terzomondisti" possono quindi essere tranquillamente scartati.

Tuttavia, in un'analisi del territorio e delle sue politiche, sarebbe inappropriato non tenere conto delle differenze socio-economiche e culturali delle diverse parti del Paese. Un indice di infiltrazione mafiosa nel territorio, per fare un esempio, permetterebbe di meglio valutare l'efficacia di determinati interventi o di spiegarne invece l'inefficienza o, ancora, d'individuare modalità specifiche per i successivi interventi. Ciò appare tanto più importante quanto più aumenta l'attenzione agli aspetti immateriali delle politiche per il territorio, parallelamente ai crescenti interessi immateriali dei nuovi fruitori. Consulenze di *marketing* e interventi pubblicitari costituiscono strumenti basilari nella costruzione delle nuove politiche territoriali, ma, allettanti come sono per il loro valore budgetario, rappresentano anche strumenti estremamente fragili e di difficile controllo.

Vi sono insomma differenze socio-economiche che possono incidere sulle politiche territoriali, ma vi è anche un processo di omologazione culturale che tende a uniformando valori e costumi. Le AMP sono di fatto ormai inserite in contesti di forte sviluppo economico e sono intimamente legate alle trasformazioni dell'intero Paese. La popolazione locale non si differenzia molto da quella urbana e, soprattutto, dai fruitori del loro ambiente, italiani e stranieri, di cui condividono spesso valori e pratiche, anche di tipo turistico.

Non a caso le AMP coinvolte nella ricerca MEI, dovendo individuare degli scopi della loro attività tra quelli proposti dal manuale, hanno ignorato quelli relativi alla qualità alimentare e alla qualità della vita, che evidentemente non risultano prioritari nel contesto italiano di relativo benessere, anche se gli indicatori specifici erano già stati rivisti dai responsabili della ricerca proprio per adattarli a tale contesto. Le AMP hanno invece segnalato quelli maggiormente connessi a un contesto immateriale e post-moderno: valore estetico, valore di esistenza, naturalità, opportunità ricreative e valore culturale, oltre che, naturalmente, consapevolezza ambientale. Allo stesso modo, tra i possibili indicatori socioeconomici, le AMP hanno ignorato quelli più tradizionali, come la disponibilità di pescato, lo sfruttamento delle risorse locali, la salute pubblica, le fonti di reddito, la sua distribuzione, le attività della comunità e il numero e il tipo di mercati.

Il primitivismo agisce ormai pressoché esclusivamente come precisa strategia turistica di re-invenzione della tradizione e di rappresentazione dell'autenticità. Nella ricerca MEI il Sinis, ad esempio, si propone di esaltare la *wilderness* del proprio territorio e l'"ospitalità tipica" della Sardegna. Paradossalmente, però, proprio l'intensità del processo di re-invenzione della tradizione e di riscoperta dell'identità locale, cui le AMP partecipano come strumento strategico delle amministrazioni locali, può segnalare uno sviluppo recente del territorio e costituire una traccia per individuare la persistenza di conflitti non risolti. Non di rado infatti è proprio quella parte della comunità portatrice di interessi non facilmente conciliabili con il turismo e l'ambientalismo – e quindi meno incline se non addirittura ostile alla presenza delle aree protette – che finisce per costituire la risorsa "primitiva" e "tradizionale" su cui viene costituita l'immagine turistica del territorio.

Gli indicatori socioeconomici proposti dalla versione italiana del manuale citato, essenzialmente orientati a una piena integrazione di tutti i portatori di interesse e delle comunità locali, appaiono equilibrati e applicabili (pp. 147-148). In particolare gli indicatori connessi al valore d'uso nella sua articolazione di valore d'opzione (potenziale utilizzo diretto e indiretto di un sistema naturale) e al valore di non uso nelle sue articolazioni di valore di esistenza (l'importanza di sapere che la risorsa esiste in determinate articolazioni), d'opzione (l'importanza di potere utilizzare la risorsa in futuro) e lascito (l'importanza di garantire che la risorsa sia a disposizione delle generazioni future) possono configurarsi come base per una valutazione del valore iconico delle aree. Si tratta però di indicatori di utilizzo meno semplice, come del resto mostra la stessa indagine MEI, nella quale solo in pochi casi risultano correttamente utilizzati dalle AMP coinvolte dal progetto.

Allo stesso modo il manuale sottolinea la necessità di monitoraggi periodiche e omogenei per un'analisi di tipo scientifico e per l'individuazione di qualsiasi *trend*. A loro volta i curatori del progetto MEI individuano giustamente in protocolli internazionali del tipo ASPIM e EMAS gli strumenti più adatti a questo monitoraggio standardizzato e periodico, nonché a forme di controllo continuo da parte di enti esterni accreditati.

La base documentaria richiesta da ASPIM e EMAS dovrebbe essere obbligatoria per ogni AMP, indipendentemente da possibili certificazioni.

In una tabella il manuale mostra come il rapporto tra indicatori socioeconomici, scopi e obiettivi comuni costituisca un riferimento chiaro su cui costruire e valutare l'utilità di nuovi indicatori (p. 151).

Il manuale mette in luce la difficoltà di separare l'impatto dell'AMP da quelli di altri cambiamenti (p. 181), riconoscendo in tal modo il profondo processo di integrazione delle aree protette nel territorio. Tuttavia, essendo stato concepito in vista di un'applicazione globale, non è orientato a definire il processo di inurbamento e la tendenziale tematizzazione di numerose AMP italiane.

L'indicatore relativo al numero e al tipo di mercati, che comprende le caratteristiche di sfruttamento e di commercializzazione dei principali prodotti, potrebbe essere utilmente ampliato ai nuovi prodotti "immateriali" delle AMP: uso del brand, *merchandising* e altre forme di consumo commerciale dei valori di non uso.

Allo stesso modo gli indicatori relativi alla conoscenza della cultura naturalistica dei portatori di interesse e alla diffusione di conoscenze formali nella comunità, pensati essenzialmente per misurare il radicamento dell'AMP nel suo contesto, incrementare l'interesse locale alla conoscenza dell'Area e favorire l'accettazione della sua attività scientifica, potrebbero essere variamente ampliati per includere la misurazione della conoscenza del patrimonio intangibile e misurare l'effetto della comunicazione mediatica e pubblicitaria tanto tra gli appartenenti alla comunità locale e i fruitori diretti dell'Area quanto tra gli utenti delle forme di comunicazione.

Il rapporto del progetto MEI-Italia, che si configura come una valutazione dell'efficacia di gestione di alcune AMP che utilizza l'adattamento italiano del manuale citato, dimostra l'utilità dell'impiego di tale testo e degli indicatori che propone. Le tabelle riassuntive che accompagnano la relazione su ogni AMP possono costituire un utile strumento di lavoro per orientare successivi interventi.

### *Difficoltà e limiti delle ricerche*

Le analisi condotte, limitate agli scopi istituzionali delle AMP, non riescono a cogliere del tutto il reale stato delle Aree e il loro effettivo rapporto con il territorio. Il nuovo ruolo strategico delle AMP quale strumento di *marketing* urbano e territoriale è in gran parte estraneo agli scopi istituzionali e alla maggior parte degli interventi operati direttamente dagli enti gestori. Anche in questo caso si riesce a misurare la modernità, ma la post-modernità resta fuori.

Il rapporto MEI-Italia mostra indirettamente anche alcune difficoltà oggettive delle rilevazioni comparative su vasta scala. La segmentazione del gruppo di ricerca in aree di interesse territoriale e le differenti impostazioni dei rappresentanti delle AMP portano inevitabilmente a disparità qualitative e quantitative nei risultati, che, pur individuando punti di forza e di debolezza, linee guida e criticità, non offrono un quadro unitario pienamente comparabile. Naturalmente le stesse omissioni costituiscono utili indicatori che possono segnalare ambiti di intervento e necessità di ricerca.

L'indagine relativa a Torre Guaceto, ad esempio, mette in luce alcuni dei problemi più concreti dell'Area (parcheggi abusivi e rifiuti), che mostrano tutta la residua materialità della cultura post-moderna. Mancano, però, benché l'Area ne abbia da tempo avviato uno specifico studio, dati socioeconomici generali che mostrino, al di là della pesca, le linee di tendenza delle politiche di sviluppo turistico e territoriale.

La sezione relativa a Ciclopi si segnala per la qualità dell'indagine socio-economica, che, per metodologia e completezza, potrebbe costituire un modello di rilevamento. Tuttavia al quadro complessivo, che mette in luce la provenienza essenzialmente locale dei fruitori e si sofferma sul Comune cui l'Area appartiene, sfugge l'implicito ruolo metropolitano dell'area e il tipo di rapporto che l'AMP intrattiene con Catania. Sfuggono anche il rapporto dell'Area con le politiche turistiche della Provincia, nelle quali pur occupa un ruolo di un certo rilievo, e certi suoi aspetti innovativi, come il sostegno dato all'avvio di cooperative giovanili.

L'inclusione in alcune sezioni di sintesi di documenti talvolta riferibili a materiali divulgativi variamente pubblicati, pur non danneggiando la qualità del rapporto, mostra un'altra criticità delle ricerche di questo tipo. La difficoltà di coinvolgere appieno i soggetti interessati e di responsabilizzarli può indurre a utilizzare, in

manca di rilevazioni condotte direttamente dai loro curatori, dati non affidabili e risposte retoriche o istituzionali alle domande poste. Ciò avviene soprattutto per quanto concerne i problemi di *governance*, dato che gli operatori nelle loro compilazioni tendono a descrivere sistemi ideali, rispondenti a ogni possibile *best practice* di partecipazione democratica, e non la situazione reale.

D'altra parte gli indicatori proposti in tema di *governance* e di efficacia gestionale privilegiano una dimensione locale o territoriale, non includendo (peraltro senza necessariamente escludere) rilevazioni relative alle forme di *multi-level governance* e all'efficacia del lavoro di rete, in associazione con altre AMP e altre realtà territoriali e istituzionali, anche di livello nazionale e internazionale (musei, sovrintendenze, scuole, parchi ecc.). Scuole e parchi compaiono ovviamente nelle sezioni dedicate alla didattica e alla promozione di attività di ricerca o di valorizzazione, senza che ne venga peraltro valutato il valore di rete.

Per quanto riguarda i criteri di presentazione dei risultati ottenuti e delle indagini condotte può essere assunta a modello la sezione della ricerca MEI relativa a Miramare, che, anche con un'indagine socioeconomica ridotta, presenta in modo metodologicamente esemplare la propria attività sfruttando appieno gli strumenti messi a disposizione dell'indagine pilota. Per ogni obiettivo strategico sono infatti tratte delle conclusioni, improntate a un modello di gestione adattiva, in cui vengono espressi giudizi in rapporto con l'indicatore, tratte indicazioni operative per il piano di gestione e definite le forme di comunicazione. Va tuttavia osservato che tale rigore metodologico risponde a una precisa e consolidata linea di condotta dell'Area, un'ASPIM riconosciuta che figura tra i curatori del manuale che ha orientato la ricerca MEI. Il protocollo ASPIM conferma la sua validità come strumento di responsabilizzazione nella gestione e, soprattutto, di chiarificazione metodologica per gli enti gestori sulle azioni da eseguire.

Allo stesso modo, per la medesima ragione, la logica alla base del progetto MEI-Italia conferma la propria utilità ed efficacia come strumento di autovalutazione delle Aree e di raccolta sistematica dei dati di base necessari non solo a svolgere una ricerca scientifica, ma soprattutto ad avviare un processo di gestione effettivamente autonoma e responsabile.

#### *Il piano di gestione di Tavolara*

Un lavoro importante, che può fungere da modello per l'impostazione di protocolli di gestione e di ricerca, è l'ampio studio realizzato dall'AMP Tavolara, nell'ambito del Programma Operativo Regionale Sardegna 2000-2006, per la realizzazione del proprio piano di gestione. Il quadro di riferimento socioeconomico (2006), avviato nella consapevolezza della mancanza di una metodologia di riferimento e della difficoltà di definire indicatori in grado di misurare variabili di "elevata eterogeneità e numerosità", risulta davvero approfondito. L'elevato numero di interviste a fruitori, testimoni e *stakeholders* (ancorché svolte, com'è specificato, senza dati sull'universo di riferimento) dà consistenza scientifica allo studio e costituisce un'importante base documentale, utile non solo per il piano di gestione dell'area interessata, ma anche come termine di paragone per ricerche in altre aree.

Non viene però impostata un'indagine comparativa che, attraverso il confronto, con altri contesti altrettanto fortemente antropizzati e investiti dal turismo, permetta da un lato d'individuare le specificità e dall'altro di programmare interventi mirati. Ciò stupisce proprio per la riconosciuta esperienza di rete di Tavolara, che, come viene ricordato anche nella relazione, condivide alcune attività con l'area delle Cinque Terre.

Il materiale raccolto per la ricerca resta tuttavia di grande utilità per ogni AMP. Al fine di calibrare i metodi di rilevamento e verificare l'effettiva possibilità di usare comparativamente i dati, si potrebbero, ad esempio, utilmente incrociare i dati relativi al turismo raccolti a Tavolara con quelli, ugualmente approfonditi, anche se ispirati a una diversa logica, raccolti nell'area Ciclopi nell'ambito della ricerca MEI.

Tra i pregi della ricerca condotta a Tavolara va senza dubbio sottolineato l'inquadramento della struttura demografica e, in particolare, l'attenzione riservata ai giovani residenti e operanti nel territorio. L'analisi del rapporto tra nuove culture giovanili, precariato e stagionalità del lavoro offre elementi interessanti per mettere a fuoco il disagio giovanile e individuare possibili azioni, ma anche per comprendere in modo concreto le trasformazioni culturali e sociali che, modificando territorio e comunità locali, sono alla base di un diverso ruolo delle AMP.

I curatori, che si mostrano particolarmente attenti alle trasformazioni culturali del territorio, pongono in evidenza gli effetti locali della globalizzazione e cercano di capire se questi comportino anche una sensibilità per i valori "post-moderni", quali sarebbero a loro avviso "lo sviluppo sostenibile, eco-compatibile e razionale". È tuttavia probabile che tale sensibilità appartenga a una fase della nostra storia culturale sviluppatasi nel corso dell'ultimo ventennio del secolo scorso e ormai in gran parte conclusa: la fase dell'ambientalismo, delle retoriche della sostenibilità e, dal punto di vista dei fruitori, dell'eco-turismo e dello *slow-tourism*. Tuttavia, richiamandosi al ruolo educativo che un'AMP è chiamata a svolgere, soprattutto su temi come la sostenibilità, i curatori prospettano per l'AMP un ruolo centrale all'interno della comunità, quale guida verso i predetti valori (p. 6) e quale strumento necessario alle amministrazioni locali per garantire un "futuro economico, sociale e culturale prospero".

L'aspetto interessante è che uno degli scopi teoricamente istituzionali dell'AMP – l'educazione ambientale – sia presentato come base per l'individuazione di un nuovo ruolo, sintetizzato dalla suggestiva immagine del "timoniere" della comunità. La post-modernità appare insomma non tanto nel sistema dei valori, che di fatto

sono piuttosto tradizionali, ma nel ruolo che l'AMP può svolgere nel territorio, quale istituzione di riferimento cui, più della scuola e dell'amministrazione pubblica, si lega il futuro della comunità. Tale fiducia, a tratti eccessiva, nell'autorità morale dell'AMP, finisce per rivelare un aspetto retorico (e inutilmente auto-elogiativo in un'analisi di carattere sociologico) nel riferimento a una cultura "saggia" di cui Tavolara sarebbe portatrice, in contrapposizione ai valori correnti della società (p. 31).

Il lavoro rileva l'elevata antropizzazione dell'Area e si orienta correttamente al riconoscimento dell'importanza degli interessi turistici. Si evince però un imbarazzo di fondo, che può essere utile mettere in rilievo perché plausibilmente condiviso da operatori di altre Aree. Il turismo viene riconosciuto come attore primario e la ricerca ne rileva l'insostituibilità, al punto che sembra persino mirare a ridefinire sulla sua base il ruolo e gli obiettivi dell'Area. Prevale però un'impostazione conservatrice, in cui il turismo, interpretato in una superata logica dicotomica che contrappone massa ed *élite*, torna a configurarsi come un elemento negativo. L'analisi finisce così per tendere retoricamente verso canali più tradizionali, con richiami pur opportuni alle ragioni della sostenibilità e della conservazione ambientale. Ciò stride, però, con lo stato di effettiva tutela del territorio. Nel caso del Parco delle Cinque Terre (con cui, come si è detto, Tavolara opera in rete) non si rilevano infatti particolari interventi di regolazione dei flussi turistici. Il numero di imbarcazioni a Tavolara è di fatto incontrollato, come il numero dei visitatori sui sentieri costieri delle Cinque Terre.

Tale imbarazzo sembra riflettere un'immagine in parte sfocata dei cambiamenti socio-culturali più recenti, legata a un'idea erronea del post-moderno. In tal senso è significativa la similitudine richiamata dai curatori: un fondale ricco di biodiversità costituirebbe una risorsa preziosa per l'intera comunità, così come il profumo Chanel n. 5 o la scarpa Nike, che si differenzerebbero dalla "massa" dei profumi e delle scarpe perché "unici" (p. 71). In realtà si tratta di prodotti seriali di massa, presentati come speciali e supportati da un *brand* forte che ne definisce l'iconicità. L'elemento che attrae non è l'oggetto in sé, ma il *brand*, ossia la sua proiezione iconica e immateriale costruita con un'operazione di *marketing*, che lo inserisce nell'immaginario collettivo e nel suo sistema valoriale. La biodiversità del fondale rappresenta naturalmente una risorsa, ma non ha di per sé la forza iconica dei due prodotti citati. Per diventare un attrattore di turismo deve acquisire iconicità ed essere sostenuta da un'operazione di *marketing* o da un *brand* che, per l'appunto, può essere costituito da un'AMP. Questa è post-modernità.

Da questo punto di vista appare davvero importante disporre di un indicatore d'iconicità che, misurando il rapporto tra rappresentazione, percezione e realtà, possa correttamente collocare territorio e fruitori nelle complesse dinamiche socio-culturali della contemporaneità.

#### *Riferimenti bibliografici*

Angelini A., a cura di, *Mediterraneo. Città, culture, ambiente, governance, migranti*, Franco Angeli, Milano 2007.

Angelini A., a cura di, *Piano gestione Unesco Isole Eolie*, Palermo 2008.

Augustoni A., Giuntarelli P., Veraldi R., a cura di, *Sociologia dello spazio, dell'ambiente e del territorio*, Franco Angeli, Milano 2007.

Badalamenti P., Ramos A.A., Voultziadou E., Sánchez Lizaso J.L., D'Anna G., Pipitone C., Mas J., Ruiz Fernandez J.A., Whitmarsh D., Raggio S., *Cultural and socio-economic impacts of Mediterranean marine protected areas*, in "Environmental Conservation" 27 (2), 2000, pp. 110-125.

Beato F., *Parchi e società: turismo sostenibile e sistemi locali*, Liguori, Napoli 2000.

Becker N., Chores Y., *Economic Aspects of Marine Protected Areas*, UNEP, RAC/SPA, Tunis 2006.

Boyd S., *National Parks: Wilderness and Culture*, in Lew A.A., Hall M.C., Williams A.M., a cura di, *A Companion to Tourism*, Blackwell, London, 2004, pp. 473-483.

Butler R.W., *The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for Management Resources*, in "Canadian Geographer", 24, 1, 1980, pp. 5-12.

Butler R.W., *Sustainable Tourism: a State of Art*, in "Tourism Geographies", 1, 1999, pp. 7-25.

Butler R.W. e Boyd, S.W., *Tourism and National Parks: Issues and Implications*, Wiley, Chichester, 2002.

Butler R.W., *The Tourism Area Life Cycle in the Twenty-First Century*, in Lew A.A., Hall M.C., Williams A.M., a cura di, *A Companion to Tourism*, Blackwell, London, 2004, pp. 159-170.

Cardella C., *L'Area Marina Protetta di Ustica tra consenso e conflitto*, in Angelini 2007, pp. 261-278.

Cattaneo Vietti R., Tunesi L., *Le aree marine protette in Italia. Problemi e prospettive*, Aracne, Roma 2007.

Comitato per le 5 Terre e Associazione Osservatorio Europeo sulle Cinque Terre, a cura di, *Cinque Terre. La questione del Villaggio Europa – Spiaggione di Corniglia*, (dossier), s.l., 2008.

Consorzio di gestione Area Marina Protetta Tavolara Punta Coda Cavallo, a cura di, *Piano di gestione, volume B, Quadro di riferimento socioeconomico*, Area Marina Protetta Tavolara Punta Coda Cavallo, Ministero dell'Ambiente, delle Tutela del Territorio e del Mare, s.l., 2006.

Costa N., *I professionisti dello sviluppo turistico locale. I sistemi turistici locali come opportunità di lavoro*, Hoepli, Milano 2005.

- Costa N., *La città ospitale. Come avviare un sistema turistico locale di successo*, Bruno Mondadori, Milano 2008.
- Ejarque J., *La destinazione turistica di successo*, Hoepli, Milano 2003.
- Emerton L., *Covering the Economic Costs of Marine Protected Areas: Extending the Concept of Financial Diversity and Sustainability*, Background Papers for Vth World Parks Congress, Durban, South Africa, 2003.
- Farulla M.A., *I vantaggi della riserva marina dell'isola di Ustica*, in Angelini 2007, pp. 159-170.
- Financing Protected Areas Task Force of the World Commission on Protected Areas of IUCN, in collaboration with the Economics Unit of IUCN, *Financing Protected Areas. Guidelines for Protected Area Managers*, IUCN, Gland, CH - Cambridge, UK, 2000.
- Franzosini C., Tempesta M., Spoto M., a cura di, *Valutazione dell'efficacia di gestione delle Aree Marine Protette italiane. Isola dei Ciclopi, Miramare, Penisola del Sinis, Secche di Tor Paterno, Torre Guaceto*, Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, WWF, Federparchi, Edizioni Università di Trieste, Trieste 2008.
- Marra E., a cura di, *La nuova competizione urbana*, Guerini, Milano 2008.
- Martinotti G., *Metropoli*, Il Mulino, Bologna 1993.
- Melotti M., *Mediterraneo tra miti e turismo. Per una sociologia del turismo archeologico*, Cuem, Milano 2007.
- Melotti M., *Il turismo archeologico subacqueo in Italia: opportunità e rischi*, in "Annali Italiani del Turismo internazionale" 1, 2007.
- Melotti M., con A. Carrabetta, *Analisi socio-economica delle AMP italiane*, in rapporto Conisma per la ricerca ASPIM, per il Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, Consorzio Interuniversitario per le Scienze del Mare, Roma 2007.
- Melotti M., *Turismo archeologico. Dalle piramidi alle veneri di plastica*, Bruno Mondadori, Milano 2008.
- Melotti M., con R. Cattaneo Vietti e P. Guidetti, *Protocollo d'analisi della struttura e della dinamica delle variabili socio-culturali e socio-economiche delle Aree Marine Protette Italiane*, in rapporto Conisma per il Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare, Consorzio Interuniversitario per le Scienze del Mare, Roma 2008.
- Miossec J.M., *Un modèle de l'espace touristique*, in "L'espace géographique", 6, 1, pp. 41-48, 1977.
- Montanari A., *Turismo urbano*, Bruno Mondadori, Milano 2008.
- Nocifora E., a cura di, *Turismo culturale e promozione della sostenibilità ambientale*, Maggioli, Sant'Arcangelo di Romagna 2004.
- Nocifora E., *Turismo, ambiente e risorse territoriali*, in Pieroni O., Romita T., a cura di, *Viaggiare, conoscere e rispettare l'ambiente. Verso il turismo sostenibile*, Soveria Mannelli, Rubbettino, 2003, pp. 50-68.
- Orams M., *Marine Tourism. Development, Impacts and Management*, Routledge, London - New York, 2001.
- Pomeroy R.S., Parks J.E. e Watson L.M., a cura di, *Come sta andando la tua area marina protetta? Manuale di indicatori sociali e naturali per la valutazione dell'efficacia gestionale delle aree marine protette*, Edizioni Università di Trieste, Trieste, 2007 (adattamento di *How is your MPA doing? A Guidebook for Natural and Social Indicators for Evaluating Marine Protected Area Management Effectiveness*, International Union for the Conservation of Nature, Gland, CH - Cambridge, UK, 2004).
- Socio-economic Impact Assessment Toolkit. A guide to assessing the socio-economic impacts of Marine Protected Areas in Australia*, Australian Government, Department of the Environment and Heritage, 2005.
- Rossin T., *L'Area Marina Protetta Capo Rizzuto. Modello di gestione strategica per lo sviluppo eco-compatibile del territorio*, Area Marina Protetta Capo Rizzuto, Crotone 2004.
- Tozzi M., *Viaggio in Italia. 100 + 9 emozioni da provare una volta prima che finisca il mondo*, De Agostini, Novara 2009.