



Titolo Tesi

Agricoltura e turismo nel progetto “Pistaaa!: La Blue way Piemontese”

Studente

Giancarlo Padovan

Relatore

Monica Gilli

Tutor Aziendale

Alberto Guggino

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI TORINO

DIPARTIMENTO DI CULTURE, POLITICA E SOCIETÀ

DIPARTIMENTO DI SCIENZE AGRARIE, FORESTALI E ALIMENTARI

**MASTER UNIVERSITARIO DI I LIVELLO
“SOSTENIBILITÀ SOCIO AMBIENTALE DELLE RETI
AGROALIMENTARI”**

ANNO ACCADEMICO 2018/2019

**Agricoltura e turismo nel progetto “Pistaaa!: La Blue way
Piemontese”**

CANDIDATO
Giancarlo Padovan

RELATORE
Monica Gilli



DIRETTORE DEL MASTER

Prof.ssa Cristiana Peano

Sommario

1. INTRODUZIONE	8
1.1. La sostenibilità e i suoi pilastri.....	8
1.2. La sostenibilità e l'agricoltura	9
1.3. L'agricoltura eco-compatibile	12
1.3.1. L'agricoltura integrata	12
1.3.2. L'agricoltura biologica	13
1.4. L'economia circolare	14
1.5. La <i>Blue Economy</i>	16
2. IL TURISMO E LA MOBILITÀ SOSTENIBILE	18
2.1. Il turismo sostenibile	18
2.2. Lo <i>slow tourism</i>	19
2.3. Il cicloturismo	22
2.4. Il turismo rurale	24
2.4.1. I benefici del turismo rurale.....	26
2.4.2. Opportunità e minacce nello sviluppo turistico	29
3. INQUADRAMENTO DEL CASO: IL PROGETTO E IL CONTESTO TERRITORIALE	33
3.1. L'associazione e i suoi progetti.....	33
3.2. Il progetto "Pistaaa: La Blueway Piemontese"	35
3.2.1. Gli stakeholders	37
3.3. Il capitale sociale del territorio: i progetti e le iniziative.....	38
3.4. L'informazione aumentata	42
3.4.1. Il Portale	43
3.4.2. L' App EasyWays	44
3.4.3. L'App di Pistaaa	45
3.5. Il Terzo Paradiso	47
4. LA RICERCA: ENGAGEMENT E RACCOLTA DATI PER IL PROGETTO "PISTAAA! LA BLUEWAY PIEMONTESE"	49
4.1. La raccolta dei dati e la metodologia	49
4.2. La creazione di un database	50
4.3. I risultati	52
5. CONCLUSIONI	55
Bibliografia	56

Premessa

La seguente tesi ha l'obiettivo di presentare un ambizioso progetto che mira a promuovere la conoscenza e la valorizzazione del territorio periferico rurale al di là della collina torinese. Il progetto in questione si chiama *"Pistaaa!: La Blue way Piemontese"* e mira a valorizzare il territorio attraverso la creazione di un tracciato ciclopedonale che si snoda tra sentieri e strade bianche, congiungendo tratti di pista già esistenti e creando, dove necessario, piccoli nuovi collegamenti. L'idea nasce su iniziativa dell'Associazione "CiòCheVale", con l'intento di incentivare il cicloturismo per stimolare lo sviluppo del territorio, coinvolgendo e sensibilizzando le istituzioni, le associazioni e gli stakeholders locali. Quest'attenzione verso la valorizzazione del territorio trova conferma anche nel fatto che nel 2016 alcuni comuni dell'area Chierese-Carmagnolese-Alto Astigiano, attraverso il Patto d'identità territoriale, si sono prefissati di rafforzare un'identità territoriale comune che fosse in grado di conservare ed esaltare le singole peculiarità ed eccellenze e di trovare una linea comune d'azione nei diversi settori d'interesse per condividere necessità, competenze e interventi. In questo contesto, il progetto *Pistaaa!* rappresenta uno strumento di unione non solo di comuni ma anche di comunità che condividono visione, obiettivi e risultati. In questo modo sarà possibile permettere un collegamento tra Moncalieri e Castelnuovo Don Bosco, passando (inizialmente) per 29 comuni. L'obiettivo è, da una parte, quello di stabilire un contatto profondo fra il visitatore della zona attraversata dalla ciclovia e la comunità che lo ospita, con la sua cultura e le sue risorse; dall'altro lato rafforzare e valorizzare un'identità territoriale comune che sappia mantenere le proprie particolarità e al tempo stesso che sappia trovare una linea comune di azione nei diversi settori d'interesse. In sostanza, costruire un'economia sul territorio attraverso la quale poter sviluppare benessere e nuove opportunità con la cooperazione di tutti gli autori coinvolti; una sorta di economia circolare che mantenga sé stessa e non porti la ricchezza creata al suo interno verso l'esterno, depauperando il territorio e le sue risorse. Conoscere i patrimoni locali del saper fare nelle comunità, l'artigianato e le altre forme di espressione artistica, partecipare alla vita di comunità come cittadini temporanei (ad esempio attraverso passeggiate enogastronomiche a tappe con degustazioni) permette di

indirizzare l'attenzione del visitatore sulla tematica del turismo responsabile e slow e quindi sulle tematiche principali del progetto. Attualmente l'obiettivo è quello di rappresentare questo itinerario come un asse principale dal quale potranno ramificarsi numerosi altri percorsi che permetteranno di raggiungere Torino e i comuni limitrofi per incentivare il cicloturismo nelle campagne di questo territorio. L'idea conclusiva è quella di creare una rete ancora più estesa che si potrà ramificare e interagire con il Parco de Po e la Collina torinese che si sono guadagnati negli ultimi anni il riconoscimento "Man and Biosphere" (MaB) UNESCO.

Questo progetto e la tesi che ne deriva si collegano molto bene alla tematica principale del master che ho frequentato in questo ultimo anno: "Sostenibilità socio ambientale delle reti agroalimentari". Stimolare il cicloturismo, o più in generale la mobilità sostenibile, e valorizzare le realtà agroalimentari locali, infatti, sono delle operazioni fondamentali per far diventare un territorio più sostenibile, sotto diversi aspetti. Questa tesi nasce, inoltre, dal tirocinio curricolare che ho svolto tra luglio e novembre presso l'associazione CiòCheVale, durante il quale ho impostato una mappatura delle aziende agroalimentari presenti sul territorio interessato dal progetto e ho svolto una serie di incontri e interviste con gli agricoltori locali per presentare il progetto Pistaaa! e raccogliere informazioni sul contesto agricolo locale. Questo lavoro ha avuto una duplice valenza: conoscere il territorio, per avere una fotografia dello scenario all'interno del quale viene promosso il progetto; e coinvolgere i diretti interessati, esponendo il progetto, dialogando e raccogliendo spunti di riflessione per contribuire nella creazione di un qualcosa che sia condiviso e condivisibile da tutti.

La tesi sarà suddivisa in una parte teorica, che fornirà al lettore alcuni concetti generali che verranno ripresi all'interno del progetto e una parte operativa, nella quale si entrerà nel merito del progetto *Pistaaa!* e delle attività svolte nel tirocinio.

Più precisamente, nel primo capitolo della tesi verrà affrontato il tema della sostenibilità nelle sue diverse declinazioni e verrà analizzato assieme al concetto di agricoltura sostenibile, passando per una rapida rassegna di alcune forme di

agricoltura sostenibile praticate oggi in Italia, fino ad affrontare concetti sempre più attuali come l'economia circolare e la *blue economy*, dai quali prende ispirazione il progetto *Pistaaa!*. Il secondo capitolo affronterà la tematica del turismo sostenibile, introducendo concetti chiave per il progetto come lo *slow tourism*, il cicloturismo e il turismo rurale. Anche in questo caso le tematiche della mobilità e del turismo verranno analizzate in modo strettamente connesso al concetto di sostenibilità. Nel terzo capitolo verrà presentata l'associazione CiòCheVale e verrà illustrato il contesto nel quale si inserisce progetto *Pistaaa!*. Il quarto capitolo, invece, affronterà nel dettaglio il progetto e le principali attività svolte durante il periodo di tirocinio, presentandone i risultati. Il quinto capitolo, infine, sarà dedicato alle considerazioni finali.

1. INTRODUZIONE

1.1. La sostenibilità e i suoi pilastri

Il concetto di sostenibilità viene espresso per la prima volta a livello internazionale nel rapporto del 1987, redatto dalla Commissione mondiale sull'ambiente e lo sviluppo, del Programma delle Nazioni Unite per l'ambiente, dal titolo *"Our Common Future"*, conosciuto anche come "Rapporto Bruntland". In particolare, in questo documento si fa riferimento al concetto di sviluppo sostenibile, definendolo come lo sviluppo che soddisfa i bisogni della generazione presente senza compromettere il soddisfacimento dei bisogni delle generazioni future (WCED, 1987). Da questa definizione è possibile intuire che ogni generazione di individui deve garantire alla generazione successiva un certo livello di capitale disponibile. Lo stock di capitale va inteso secondo tre diverse forme: il capitale umano (cioè la capacità e le competenze sviluppate dall'uomo), il capitale naturale (ovvero le risorse presenti in natura) ed il capitale sociale (relativo alle relazioni esistenti tra i diversi individui) (Pearce e Atkinson, 2002). In altri termini, per sostenibilità s'intende la capacità di un sistema di persistere nel futuro (Hansen e Jones, 1996). L'Unione Europea ha recepito tale definizione promuovendo lo sviluppo sostenibile. In particolare, declinando il concetto di sostenibilità secondo tre "pilastri": ambientale, economico e sociale (Figura 1).

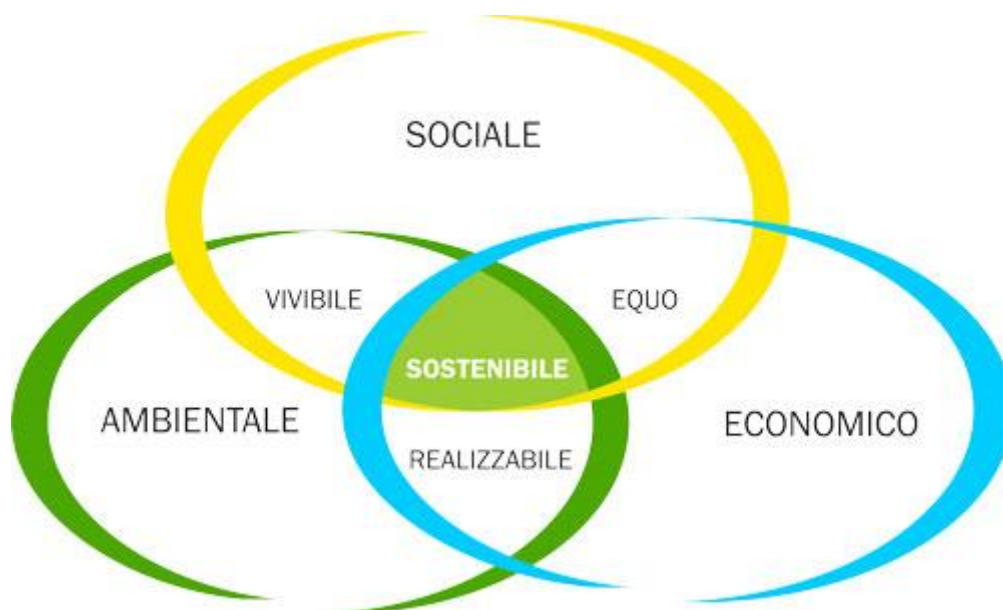


Figura 1 - I tre pilastri della sostenibilità

Da questi pilastri, quindi, sono stati definiti gli obiettivi chiave per lo sviluppo sostenibile (EC, 2006, 10117/06):

1. Protezione ambientale: salvaguardare e tutelare la capacità della terra al fine di sostenere la vita, rispettare i limiti delle risorse naturali, garantendo un certo livello di protezione, nonché di miglioramento, della qualità dell'ambiente attraverso la prevenzione e la riduzione dell'inquinamento e delle contaminazioni, promuovere una sostenibilità in termini di consumo e di produzione, affinché venga eliminata la relazione tra crescita economica e il degrado ambientale;
2. Equità sociale e coesione: promuovere una società sicura, sana, consapevole e rispettosa delle leggi e della diversità culturale;
3. Prosperità economica: promuovere un'economia ecologica, efficiente, innovativa e competitiva, provvedendo così all'occupazione e ad un adeguato standard nelle condizioni di vita.

1.2. La sostenibilità e l'agricoltura

L'agricoltura nel corso dei secoli ha plasmato notevolmente i paesaggi europei, spesso caratterizzati da un'ampia varietà di habitat e di specie il cui mantenimento dipende dal proseguimento delle attività agricole. Nell'agricoltura europea odierna, tuttavia, le politiche di settore adottate, unite al progresso tecnologico, alla maggiore influenza dei mercati internazionali e al conseguente incremento della competizione, hanno contribuito a rendere il settore agricolo sempre più intensivo, con gravi ripercussioni sull'ambiente e le sue risorse. Da un lato si è assistito all'intensificazione dell'agricoltura nelle aree maggiormente produttive, dall'altro, invece, all'aumento della marginalizzazione e dell'abbandono dei terreni agricoli nelle aree meno vocate ad elevate produzioni.

Determinate dinamiche incidono sulla sostenibilità dell'agricoltura, sia in termini di settore (l'agricoltura) che in termini di territorio (le aree rurali), con ricadute sul piano sociale, economico ed ambientale.

Riprendendo il concetto di sostenibilità e le sue tre dimensioni, si potrebbe definire l'agricoltura sostenibile come una forma di agricoltura che mantiene le

risorse naturali, includendo anche la biodiversità, gli habitat e il paesaggio, disponibili per il futuro (dimensione ambientale); che impiega le risorse disponibili in maniera efficiente e competitiva, contribuendo allo sviluppo rurale del territorio (dimensione economica); che garantisce opportunità di lavoro e di accesso ai servizi per le aziende agricole (dimensione sociale). Secondo le Nazioni Unite, con il termine agricoltura sostenibile ci si riferisce alla capacità dell'agricoltura di contribuire sul lungo periodo al benessere generale delle persone, producendo cibo, merci e servizi a sufficienza, in modo economicamente efficiente e remunerativo, socialmente responsabile e rispettoso dell'ambiente (United Nations, 2009).

Da un punto di vista più strettamente economico, l'obiettivo è aumentare la redditività agricola, e per essere considerata sostenibile un'azienda dovrebbe mirare ai seguenti obiettivi (OECD, 2008):

- riorganizzare e gestire in modo efficiente le attività in modo tale da incrementare la produttività delle risorse impiegate;
- promuovere l'impiego del capitale intellettuale;
- valorizzare le capacità e le conoscenze degli agricoltori;
- predisporre le condizioni per l'adozione di tecnologie appropriate da parte operatori agricoli;
- ridurre le esternalità negative sull'ambiente;
- gestire un processo di inserimento sociale.

Solitamente l'aumento della redditività si realizza sia attraverso l'incremento delle rese, che attraverso la riduzione dei costi di produzione. Da un punto di vista tecnico, le rese possono aumentare attraverso una corretta gestione del terreno e un'adeguata gestione delle rotazioni colturali, mentre la diminuzione dei costi produttivi può essere raggiunta ottimizzando l'uso della meccanizzazione e limitando l'uso di fertilizzanti e pesticidi.

Inoltre, un'attività agricola, per essere economicamente sostenibile, deve tenere in conto una possibile rimozione dei sussidi al settore e delle barriere

commerciali, che creano effetti negativi per la stabilità aziendale, e incoraggiare gli investimenti in nuove infrastrutture agricole (OECD, 2008).

Gli aspetti che riguardano la sostenibilità sociale, invece, comprendono il concetto di “sovranià alimentare” ovvero la riduzione del numero di persone che soffrono di denutrizione, il sostegno alle comunità rurali, la maggior attenzione verso il ruolo delle donne in agricoltura e la lotta contro lo sfruttamento del lavoro minorile (OECD, 2008). Un’agricoltura socialmente sostenibile, inoltre, dovrebbe redistribuire il valore aggiunto della produzione ai membri delle comunità locali attraverso un maggior impegno della forza lavoro disponibile (remunerata in maniera adeguata) e ricorrendo all’acquisto di fattori produttivi che siano generati dalla comunità locale stessa.

L’agricoltura, infine, viene considerata “eco-sostenibile”, cioè sostenibile a livello ambientale, laddove permette una gestione perpetua delle proprie risorse (evitando di comprometterle alla fonte), ricorrendo, quindi, ad una gestione integrata del terreno, contrastando desertificazione e siccità e favorendo l’adattamento del sistema agricolo al cambiamento climatico (OECD, 2008).

Le relazioni che si vanno a creare tra agricoltura ambiente sono caratterizzati da un’elevata specificità, in relazione alla natura biofisica dei processi produttivi e alla loro stretta dipendenza con le caratteristiche tipiche degli ecosistemi locali. È fondamentale, pertanto, studiare gli effetti delle diverse attività agricole sull’ambiente, ricercando una serie di informazioni dettagliate in merito all’uso dei fattori produttivi, alla gestione del suolo e alle diverse modalità di gestione agricola.

In definitiva, l’agricoltura sostenibile mira a stabilire un equilibrio tra le diverse dimensioni, ambientale, economica e sociale, per permettere un godimento di “qualità” e sul lungo periodo dei beni e dei servizi che genera.

1.3. L'agricoltura eco-compatibile

Concentrando l'attenzione sulla sostenibilità ambientale in agricoltura si può parlare anche di "agricoltura eco-compatibile". Il concetto di agricoltura eco-compatibile si riferisce, infatti, a tutte quelle pratiche agricole che sono rispettose per l'ambiente, limitando il rischio di inquinamento e di contaminazioni (Briamonte e Pergamo, 2010). Rientrano in questa tipologia di gestione agricola principalmente l'agricoltura integrata e l'agricoltura biologica. L'agricoltura integrata assomiglia molto, per certi versi, all'agricoltura industrializzata, tuttavia si distingue per il minore impatto ambientale e una maggiore sicurezza alimentare dei prodotti che genera. L'agricoltura biologica, invece, è caratterizzata da tecniche colturali più naturali e dal divieto di utilizzo di sostanze chimiche di sintesi (Bonciarelli, 2008).

1.3.1. L'agricoltura integrata

L'agricoltura integrata (figura 2) è una modalità di produzione agricola caratterizzata da un impiego ridotto e razionale di tutti i fattori della produzione in funzione di un minor impatto sull'ambiente e sulla salute dei consumatori.

I principi generali della difesa integrata sono stati stabiliti dalla direttiva (CE) 128/2009 (che istituisce un quadro per l'azione comunitaria ai fini dell'utilizzo sostenibile dei pesticidi) e sono i seguenti:

1. la lotta contro gli organismi nocivi deve essere perseguita preventivamente, attraverso opportune pratiche come: la rotazione colturale; l'impiego di cultivar resistenti o tolleranti e di sementi e di materiale di propagazione standard e certificato; il rispetto delle norme igieniche (ad esempio utilizzando macchinari e attrezzature pulite regolarmente); la protezione delle popolazioni di organismi utili (per favorire l'antagonismo naturale); l'apporto equilibrato di concimazioni e di irrigazioni; l'applicazione adeguate tecniche colturali (come ad esempio la falsa semina, la semina diretta e la lavorazione conservativa);



SISTEMA DI QUALITÀ NAZIONALE
PRODUZIONE INTEGRATA

*Figura 2 - Logo
agricoltura integrata*

2. gli organismi nocivi devono essere opportunamente monitorati con strumenti adeguati;
3. l'applicazione e l'entità degli interventi fitosanitari deve essere decisa in funzione dei risultati dei monitoraggi;
4. in caso di intervento bisogna preferire i metodi biologici e fisici a quelli chimici;
5. i prodotti fitosanitari impiegati devono essere il più possibile selettivi verso gli organismi nocivi in modo tale da ridurre gli effetti negativi sugli organismi non bersaglio, l'ambiente e la salute umana;
6. gli interventi fitosanitari devono essere mantenuti opportunamente ai minimi livelli necessari.

L'articolo 4 della direttiva, inoltre, delega ad ogni Stato membro l'adozione di un Piano d'Azione Nazionale (PAN) che definisca, le modalità, le tecniche e le misure da adottare, come la difesa integrata, per limitare l'utilizzo dei pesticidi, e quindi ridurre l'impatto sull'ambiente e la salute umana.

1.3.2. L'agricoltura biologica

L'agricoltura biologica (figura 3) viene attualmente normata a livello comunitario dal Regolamento (CE) 834/2007 dell'Unione europea, subentrato al precedente Regolamento (CEE) 2092/91, che è e sarà sostituito nel 2021 quando entrerà in vigore il nuovo Regolamento (UE) 848/2018. Gli obiettivi generali mirano all'introduzione di un sistema agricolo,



Figura 3 - Logo agricoltura biologica

caratterizzato da una gestione sostenibile, in grado di fornire prodotti di alta qualità ottenuti con processi rispettosi nei confronti dell'ambiente, il benessere animale e la salute umana. La gestione sostenibile viene rappresentata da un equilibrato mantenimento della salute del suolo, delle acque e degli organismi vegetali e animali, nel rispetto degli ecosistemi e dei cicli naturali. È necessario, quindi, favorire il mantenimento della biodiversità presente in natura, soddisfare le esigenze comportamentali degli animali allevati e utilizzare in modo razionale

e responsabile le risorse naturali disponibili. Tra i principi generali rientra, infatti, l'impegno a limitare l'impiego di fattori produttivi esterni e in particolare limitando rigorosamente l'utilizzo di sostanze sintetizzate chimicamente a casi eccezionali (Regolamento CE 834/2007). Le sostanze e i prodotti consentiti in agricoltura biologica vengono autorizzati dalla Commissione europea, secondo i criteri, riportati dall'articolo 16 del regolamento (prodotti essenziali per una produzione continuativa, prioritariamente di origine naturale). Nel regolamento, inoltre, viene imposto il divieto di utilizzare organismi geneticamente modificati (OGM).

1.4. L'economia circolare

L'economia circolare viene definita per la prima volta nel 2012 dalla Ellen MacArthur Foundation con le seguenti parole: "Termine generico per definire un'economia pensata per potersi rigenerare da sola. In un'economia circolare i flussi di materiali sono di due tipi: quelli biologici, in grado di essere reintegrati nella biosfera, e quelli tecnologici, destinati a essere rivalorizzati senza entrare nella biosfera". È possibile affermare che questo tipo di economia vada in opposizione ai valori principalmente seguiti dal sistema economico nel XX secolo. Si passa, infatti, dalla concezione di uno sviluppo di tipo lineare, basato sullo sfruttamento delle risorse fossili e minerali, ad una logica di scambio, riciclo e recupero di elementi, come avviene in natura. Concettualmente, l'economia circolare si potrebbe descrivere anche come un ripiegamento dell'economia



Figura 4- Rappresentazione grafica dell'economia circolare

capitalistica (rappresentata linearmente) su sé stessa in modo tale da permettere alla materia di scarto e ai rifiuti di rientrare nel ciclo produttivo come nuova materia prima (Figura 4) (Bompan & Brambilla, 2016).

Prima di proseguire, è bene sottolineare la differenza esistente tra economia circolare e alcuni concetti ai quali viene spesso accomunata, come Sviluppo Sostenibile, Green Economy ed Economia della Decrescita. Come già accennato, lo Sviluppo sostenibile è un modello di sviluppo che prevede uno sfruttamento delle risorse in funzione dei bisogni e del benessere delle generazioni future. La Green Economy si configura, invece, come una serie di provvedimenti a favore della riduzione dell'impatto ambientale come il riciclo dei rifiuti, la riduzione dei consumi e l'uso di energia proveniente da fonti rinnovabili. Purtroppo, talvolta quest'obiettivo viene perseguito senza considerare troppo i danni che si vanno ad arrecare ad altri settori. Ne è un chiaro esempio la riduzione dei terreni coltivati a scopo alimentare in favore di colture energetiche per la produzione di biocarburanti in alcuni paesi in via di sviluppo, che hanno dato origine a gravi crisi alimentari. Infine, l'Economia della Decrescita ha come obiettivo una riduzione delle produzioni industriali per abbattere le emissioni e i consumi, ma senza prendere in considerazione i parametri sociali e occupazionali. L'economia circolare, dal canto suo invece, vuole essere un modello ambientale, ma anche sociale e a generare profitto in modo sostenibile, per la società e l'ambiente. Lo scopo, infatti, non è unicamente una riduzione delle emissioni e degli impatti sull'ambiente, bensì un'alternativa al modello economico classico, concentrando l'attenzione sul benessere degli individui. Risulta, quindi, limitante concentrarsi unicamente sul riciclo o sulle fonti energetiche alternative se per farlo bisogna consumare altre risorse e compromettere altri settori. Tra i principi fondamentali dell'economia circolare rientrano il riutilizzo delle materie di scarto (limitando il più possibile il processamento), il superamento dell'abitudine dell'accumulo (limitando l'obsolescenza dei prodotti prima che vengano sfruttati) e limitando la dismissione prematura della materia (riparando ciò che altrimenti verrebbe buttato). Da tali principi traspare una valorizzazione della materia, considerata come risorsa di un sistema chiuso che, al termine della propria vita utile, può

essere scomposta e trasformata per dare vita a qualcosa di nuovo, ritornando nel ciclo industriale e favorendo l'occupazione (Bompan & Brambilla, 2016).

1.5. La Blue Economy

Un modello economico molto affine a quello dell'economia circolare è sicuramente rappresentato dalla *Blue Economy* o Economia blu. Questo modello di business viene divulgato per la prima volta nel 2010, con la pubblicazione del libro *"The Blue Economy: 10 years, 100 Innovations. 100 Million Jobs"* (Figura 5) dell'economista e imprenditore belga Gunter Pauli. All'interno del libro viene affrontato il complesso tema della crisi ambientale, economica e sociale degli ultimi anni e, presentando una serie di

progetti ed esperienze, vengono illustrate una serie di possibili soluzioni in grado creare un'economia rigenerativa che riduca gli impatti ambientali e al tempo stesso crei nuova occupazione (Bompan & Brambilla, 2016). Vista come un'evoluzione della Green Economy, la Blue Economy, si differenzia da quest'ultima perché non impone un maggiore investimento di risorse per salvare l'ambiente, ma si concentra sull'aumento della ricchezza con un minor impiego di capitale, creando contemporaneamente un capitale sociale. Per perseguire tale obiettivo viene presa come fonte d'ispirazione la natura, applicando modelli osservabili e riproducendoli anche nei processi industriali. Questo concetto è stato elaborato dalla biologa Janine Benyus, alla fine degli anni Novanta e prende il nome di biomimesi o bioimitazione, definibile, in altre parole, come l'imitazione delle caratteristiche delle specie viventi, per il perfezionamento di nuove tecniche di produzione e per il miglioramento di quelle esistenti. Uno dei messaggi principali che viene trasmesso dal lavoro di Pauli, dunque, è quello dell'importanza della biodiversità presente in natura, che unita alla molteplicità

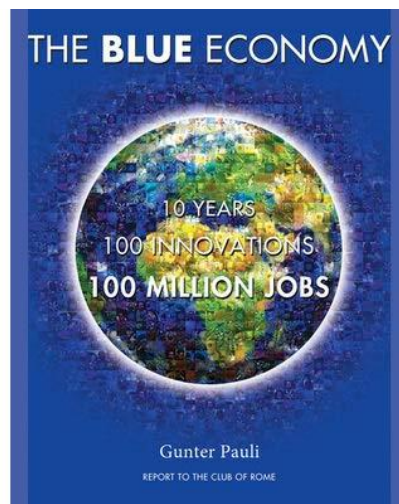


Figura 5 - Prima pubblicazione sulla Blue Economy

delle imprese e attività umane, è una garanzia per uno sviluppo sostenibile. L'autore sostiene, infatti, che traendo spunto dall'adattamento della natura ai cambiamenti e alle avversità, è possibile sviluppare soluzioni tecnologiche a basso impatto in grado di offrire nuove opportunità lavorative e sviluppo per le imprese. (Bompan & Brambilla, 2016).

2. IL TURISMO E LA MOBILITÀ SOSTENIBILE

2.1. Il turismo sostenibile

Il turismo è in grado di coinvolgere, anche pesantemente, gli ecosistemi interessati, a causa delle dimensioni dei flussi di visitatori. La notevole rilevanza economica, e le implicazioni ambientali e sociali legate alla mobilità spaziale di milioni di individui, rendono il settore del turismo un importante campo di applicazione per diverse iniziative di sviluppo sostenibile (Savoja, 2007). Nasce, quindi, il concetto di turismo sostenibile, definito per la prima volta nel 1988, l'anno dopo il famoso Rapporto Bruntland, dall'Organizzazione Mondiale del Turismo dell'ONU con le seguenti parole: *“le attività turistiche sono sostenibili quando si sviluppano in modo tale da mantenersi vitali in un'area turistica per un tempo illimitato, non alterano l'ambiente e non ostacolano o inibiscono lo sviluppo di altre attività sociali ed economiche”*. Negli anni Novanta anche il WWF, promuovendo il concetto di responsabilità e sostenibilità del turismo, fornisce una definizione di turismo sostenibile attraverso la seguente descrizione: *“un turismo capace di durare nel tempo mantenendo i suoi valori quali-quantitativi. Cioè suscettibile di far coincidere, nel breve e nel lungo periodo, le aspettative dei residenti con quelle dei turisti senza diminuire il livello qualitativo dell'esperienza turistica e senza danneggiare i valori ambientali del territorio interessato dal fenomeno”*. Il concetto di sostenibilità riferito al turismo è piuttosto recente, infatti è solo nel 1995 che si tiene il primo vertice mondiale sul tema, la *World Conference on Sustainable Tourism* a Lanzarote (Spagna), con l'approvazione della Carta del Turismo Sostenibile di Lanzarote, il primo documento programmatico per la sostenibilità nel turismo. Questo importante documento fu redatto partendo dai principi su cui si basava l'Agenda 21 di Rio de Janeiro (conferenza ONU 1992 per programmare soluzioni ai principali problemi del XXI secolo) applicati al settore del turismo (Savoja, 2007). La Carta del Turismo Sostenibile di Lanzarote ha stabilito gli obiettivi, le priorità e i mezzi necessari per favorire il turismo, dichiarando che: *“Lo sviluppo turistico si deve basare sui criteri della sostenibilità; il turismo deve assicurare un'evoluzione accettabile per quanto riguarda l'influenza delle sue attività sulle risorse naturali, sulla biodiversità e sulla capacità di assorbimento dell'impatto e dei residui prodotti; occorre prestare*

attenzione al ruolo e agli effetti ambientali dei trasporti nel turismo e individuare e sviluppare strumenti economici per ridurre l'uso di energie non rinnovabili". Sempre nel 1995, l'Organizzazione Mondiale del Turismo definisce "l'Agenda 21 per l'Industria del Turismo", una guida per lo sviluppo del turismo sostenibile proponendosi come un riferimento per tutti gli operatori del settore. Tra i principi si legge: *"I viaggi e il turismo devono contribuire affinché le persone possano condurre una vita sana e attiva, in armonia con la natura; i viaggi e il turismo devono basarsi su modalità di consumo e di produzione sostenibili; i viaggi, il turismo, la pace, lo sviluppo e la protezione dell'ambiente sono interdipendenti; la protezione dell'ambiente deve diventare un elemento costitutivo dei processi di sviluppo turistico; i problemi dello sviluppo turistico devono essere affrontati con la partecipazione dei cittadini interessati, adottando forme di pianificazione su scala locale; lo sviluppo del turismo deve riconoscere e sostenere l'identità, la cultura e gli interessi della popolazione locale"* (Galli, Notarianni, 2002). Risulta evidente, quindi, la presenza delle tre dimensioni della sostenibilità all'interno del turismo sostenibile, ma a queste se ne aggiunge un'altra, definibile come "turistica", legata alla soddisfazione che riceve il turista dalla fruizione del bene turistico (Savoja, 2007). Essa appare particolarmente significativa in quelle forme di turismo, come nel caso dello *slow tourism*, dove si verifica un coinvolgimento attivo del turista anche nelle iniziative di conservazione e tutela del bene. In questo caso, il rapporto tra il consumatore e l'oggetto del consumo, assume un nuovo significato. La soddisfazione del turista non dipende più soltanto dalla fruizione del bene (rapporto unidirezionale), ma anche dalla partecipazione attiva nella tutela del bene fruito (rapporto bidirezionale) (Savoja, 2007). Risulta opportuno, dunque, approfondire il discorso su tipologie di turismo caratterizzate da una maggior partecipazione e consapevolezza da parte delle persone, come ad esempio lo *slow tourism*.

2.2. Lo *slow tourism*

Lo *slow tourism*, o turismo esperienziale, rappresenta una risposta alle quotidiane esperienze di turismo omologanti, consolidate ormai dal consumismo di massa. Si contrappone, infatti, utilizzando il concetto di "lentezza", alla freneticità (e alla superficialità) che contraddistingue il turismo assimilato

tipicamente alla vita nei grandi centri urbani (Albanese, 2013). La lentezza viene ricercata come un'esperienza che si contrappone alla quotidianità e non è un caso che interessi anche altri ambiti oltre a quello turistico, come ad esempio quello gastronomico (si pensi al fenomeno "*Slow Food*"). "Lentezza", quindi, come alternativa agli stili di vita e di consumo affermati da tempo e, riferita al turismo, come un'esperienza del viaggio vissuta con un nuovo ritmo, più a contatto con la natura (Privitera, 2011). Il turismo lento si caratterizza proprio per una maggiore attenzione verso le risorse locali, suscitando nel visitatore un vero e proprio desiderio di coinvolgimento, oltre al mero consumo (Albanese, 2013). Questa tipologia di turismo rientra molto bene nell'ambito del turismo sostenibile poiché è caratterizzata da un profondo rispetto nei confronti dell'ambiente, il paesaggio, le popolazioni, le tipicità e le tradizioni locali. I luoghi visitati vengono vissuti e assaporati, e allo stesso tempo, tutelati e salvaguardati per il benessere comune. L'idea di fondo è quella di selezionare itinerari in grado di suscitare un forte legame con il territorio, permettendo di scoprire anche i luoghi meno conosciuti, attraverso esperienze nuove (Albanese, 2013). Si può affermare, quindi, che il turismo lento si distingue principalmente per due aspetti: la componente emozionale e la vicinanza con i principi della sostenibilità, che si traduce in una maggiore domanda verso un turismo "*green*". Più precisamente, lo *slow tourism* viene declinato secondo sei dimensioni (figura 6): il Tempo, la Lentezza, la Contaminazione, l'Autenticità, la Sostenibilità e l'Emozione. Il Tempo indica il peso della programmazione degli operatori turistici rivolta al miglioramento della qualità dell'offerta esperienziale e alla progettualità a livello aziendale e territoriale rivolta sul medio e lungo periodo. La Lentezza, come già accennato, è rappresentata dai ritmi non frenetici, in grado di far partecipare l'ospite a un'esperienza profonda, completa e coinvolgente. La Contaminazione rappresenta le interazioni tra la comunità ospitante e i visitatori, portatori di diverse esperienze, credenze, saperi, culture; e la capacità del sistema di offerta di creare fertili opportunità di scambio reciproco. L'Autenticità è ciò che permette esaltare le caratteristiche peculiari dei territori a discapito dei servizi e delle strutture omogenee e indifferenziate tipici del turismo di massa. La Sostenibilità, come già ribadito, è riferita al contenimento dell'impatto ambientale provocato

dall'attività turistica. L'Emozione, infine, costituisce il fulcro dello *slow tourism*, poiché rappresenta la capacità di generare esperienze uniche e momenti memorabili, che fanno ripartire l'ospite diverso da come è arrivato, segnato da un'esperienza realmente coinvolgente e gratificante (www.slow-tourism.net).

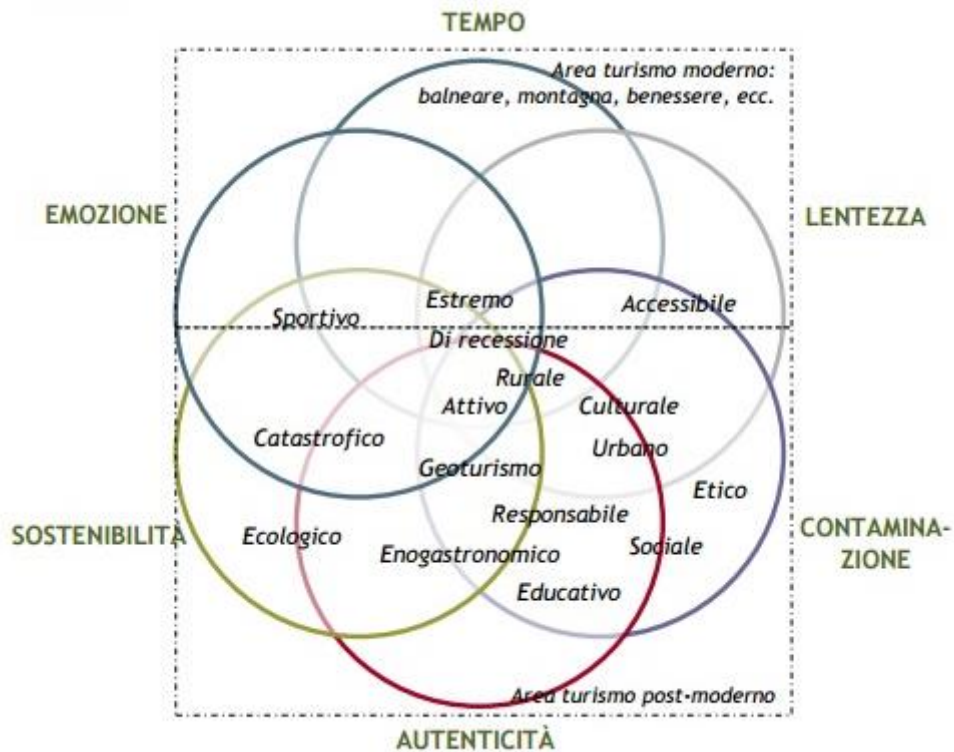


Figura 6 - Le dimensioni dello Slow tourism (fonte: www.slow-tourism.net)

Se a questa tendenza di ricerca dell'emozione e di personalizzazione dell'esperienza, si abbina l'utilizzo delle nuove tecnologie anche durante la fruizione della vacanza, è possibile ottenere un concetto di viaggio radicalmente nuovo. I turisti contemporanei, infatti, ricorrono sempre meno ai classici canali per le scelte dei viaggi come le agenzie e i *tour operator*, affidandosi sempre di più al supporto della rete telematica (Albanese, 2013). Questo aspetto, che rappresenta un'innovazione in ambito turistico, offrendo una maggiore libertà al visitatore, è presente anche all'interno del progetto Pistaaa! e verrà presentato nel paragrafo 3.4 sull'*Informazione aumentata*.

2.3. Il cicloturismo

Una forma di *slow tourism* è certamente il turismo in bicicletta o cicloturismo, che comprende viaggi itineranti o gite giornaliere, senza motivazioni agonistiche, lungo percorsi prevalentemente facili, su strade poco trafficate o riservate alle biciclette. Questa proposta turistica è una vera e propria applicazione della filosofia dello *slow tourism*, in quanto offre un coinvolgimento profondo con l'ambiente circostante, la cultura locale e la sua tradizione (Han *et al.*, 2017), ad una velocità a misura d'uomo che permette di "vivere" i percorsi, attraverso soste per visite, ristoro e ospitalità. Si tratta, dunque, di una modalità di fruizione turistica prolungata (slow), per conoscere e vivere approfonditamente il territorio, non solo per attraversarlo in maniera frettolosa. Utilizzando la bici come principale mezzo di trasporto questa tipologia di turismo risulta particolarmente sostenibile (Han *et al.*, 2017), consentendo la fruizione ed al tempo stesso di preservare l'ambiente (Privitera, 2011).

Logicamente il territorio che vuole essere proposto per il cicloturismo deve fornire un prodotto che risulti appetibile. Perché questo possa realizzarsi, sono necessari una serie di interventi:

1. è fondamentale offrire al cicloturista la possibilità di entrare in contatto e di fruire di un significativo ambiente naturale e di una cultura locale vitale caratterizzata da manufatti, prodotti, attività, eventi, manifestazioni, ecc.
2. è doverosa la presenza sul territorio di una rete di percorsi cicloturistici appositamente realizzati oppure che sfruttino la viabilità secondaria già esistente, facilitando gli spostamenti "lenti" e che tale rete sia supportata da una cartografia e da un'apposita cartellonistica.
3. è importante la presenza di una rete di imprese, pubbliche e private, in sinergia tra loro, per il successo dell'iniziativa. Dalla creazione dei percorsi alla promozione e offerta dei servizi, che coordinando l'informazione, la logistica in senso lato (dalla manutenzione e cartellonistica, alla gestione del vitto e dell'alloggio), l'organizzazione di attività di accompagnamento, ludiche, sportive, enogastronomiche, culturali, ecc. Si tratta di un'offerta

turistica che non si pone in competizione con quella tradizionale, ma al contrario, la completa, andando a qualificare l'intero prodotto turistico.

Attraverso il cicloturismo è possibile trasmettere valore sociale, culturale ed economico:

- valore sociale e culturale: il cicloturismo mira ad avvicinare le persone all'uso della bici in vacanza, trasferendo questa "buona pratica" anche per gli spostamenti quotidiani. Diventando, in questo modo, uno strumento di diffusione di comportamenti virtuosi applicabili anche all'interno della mobilità urbana.
- valore economico: valorizzando le zone attraversate, anche quelle che risultano marginali rispetto alle mete turistiche di massa, genera ricadute positive sull'economia locale (alberghi, ristoranti, agriturismi, ed & breakfast, campeggi, ecc.) e favorisce la nascita di iniziative imprenditoriali turistiche locali (Di Marcello, 2013).

Inoltre, come segmento turistico, il cicloturismo presenta alcuni interessanti aspetti positivi (Privitera, 2011):

1. Permette una destagionalizzazione del periodo turistico: il periodo più opportuno per una vacanza in bicicletta generalmente è in bassa stagione. Sarebbe impensabile percorrere decine di chilometri in bicicletta durante una giornata di piena estate. I mesi più indicati sono marzo, aprile, maggio e metà giugno e poi, settembre e metà ottobre. In questo periodo, infatti, ci sono le temperature ottimali per praticare sport all'aperto, perché il sole è forte quanto basta per godersi una giornata in bicicletta, senza affaticarsi troppo a causa del caldo.
2. Permette di aumentare gli arrivi e le presenze dei turisti stranieri. Il cicloturismo, infatti, è molto praticato fra i popoli del Nord Europa (in Italia i cicloturisti sono 2.000.000, a fronte di 9.900.000 ciclisti europei, provenienti principalmente dalla Germania). Inoltre, i ciclisti provenienti dai paesi dell'Europa settentrionale, amano particolarmente muoversi durante i periodi di mezza stagione, perché nelle loro città è ancora troppo freddo per fare viaggi in bici.

3. Esercita ricadute positive sull'economia locale e favorisce la nascita di iniziative imprenditoriali valorizzando le aree attraversate, anche quelle che risultano marginali rispetto al turismo di massa.

La realizzazione delle infrastrutture necessarie per incentivare questa forma di turismo, inoltre, se indirizzata al recupero e alla riconversione di infrastrutture esistenti (come le strade bianche) risulta quasi ad impatto zero (Di Marcello, 2013), un aspetto fondamentale per la fattibilità del progetto *“Pistaaa!: La Blue way Piemontese”*, che sarà presentato nel prossimo capitolo.

Il cicloturismo, infine, attraverso il profondo contatto con il contesto naturale e paesaggistico può caratterizzarsi anche per un forte legame con il mondo rurale, fino ad essere definito, talvolta, anche cicloturismo rurale. Risulta, quindi, opportuno, a questo punto, esaminare con attenzione anche il concetto di turismo rurale.

2.4. Il turismo rurale

Una forma di turismo strettamente connessa allo *slow tourism* è rappresentata dal turismo rurale, che può essere definito come *“forma di turismo avente come destinazione delle località fortemente caratterizzate, nella storia e nel paesaggio, dall'attività agricola, e in cui la motivazione principale è il godere della natura intesa come ambiente in cui rilassarsi e praticare attività attinenti alle tradizioni locali”* (Mauracher C., Trevisan G., 2006). Il turismo rurale comprende una vasta gamma di attività culturali e ricreative svolte nelle aree rurali e legate, ad esempio, all'ambiente, all'enogastronomia, alle tradizioni e alla vita attiva all'aria aperta (Belletti G. e Berti G., 2011). Il turismo rurale si caratterizza per alcune particolarità: il valore evocativo trasmesso dalla componente paesaggistica, come risposta al desiderio di evasione dalla città; l'autenticità dell'esperienza turistica garantita dalla tradizione locale; l'offerta integrata nel contesto rurale, dove i servizi diventano un punto di collegamento tra il territorio ed il visitatore (Mauracher C., Trevisan G., 2006). Le forme di fruizione turistica del territorio risultano molto diversificate per via del fatto che le aree rurali non costituiscono

più un ambito geografico omogeneo, rispetto al passato, come dimostrato dall'ampia varietà di attività che rientrano nel turismo rurale, spaziando dalla pratica di attività sportive all'aperto, alla degustazione di tipicità locali e alla partecipazione a visite o eventi (Belletti G. e Berti G., 2011). Il turismo rurale, per questa ragione, risulta composto da diversi segmenti, differenziati in base alle loro specifiche caratteristiche o attività, ma che risultano accomunati dal fatto che la cultura rurale costituisce un'importante componente dell'offerta:

- agriturismo: tipologia di turismo rurale caratterizzata da una stretta connessione tra l'attività turistica e l'attività agricola (Belletti G., 2010);
- turismo *green*: insieme di attività svolte a stretto contatto con la natura, dove il paesaggio, la fauna e la flora rappresentano l'interesse principale; il turista può visitare il territorio in modo passivo limitandosi ad ammirare il paesaggio oppure svolgere attività sportive e ricreative all'aria aperta (Irshad H., 2010);
- turismo culturale: turismo concentrato sulle tradizioni, le produzioni artigianali, i beni culturali (opere artistiche, monumenti e luoghi di interesse storico), le manifestazioni e gli eventi culturali locali (Ferrari F., 2009);
- turismo enogastronomico: forma di turismo contraddistinta dalla degustazione di prodotti tipici nel contesto e nel luogo in cui vengono prodotti (Belletti G., 2010);
- turismo educativo: tipologia di fruizione del territorio dove l'esperienza turistica assume un valore didattico e il cui obiettivo è l'avvicinamento dei turisti (specialmente i più giovani) alle tradizioni locali, promuovendo un turismo responsabile.

Occorre precisare inoltre, che tutte queste denominazioni non possono essere usate direttamente come sinonimi del termine turismo rurale in quanto indicano particolari segmenti che, tuttavia, non sempre sono ricompresi interamente in esso, in quanto alcune di queste tipologie di turismo possono essere praticate anche in aree non rurali (Belletti G., 2010).

L'offerta compresa nel turismo rurale è caratterizzata da una combinazione di attori e risorse locali che possono rappresentare genericamente o specificamente

il patrimonio locale, attraverso l'esercizio di attività produttive e commerciali di uno o più servizi turistici e ricreativi" (Belletti G., 2010). Essa è contraddistinta da una serie di componenti:

- le strutture ricettive (alberghi, B&B, campeggi), pararicettive (ristoranti e trattorie) e complementari (centri di informazione turistica, agenzie, strutture attività sportive o culturali e negozi);
- le attività turistiche, che possono includere cultura e attività didattiche, sport, enogastronomia, benessere, visite naturalistiche o ad aziende;
- gli eventi, che comprendono, ad esempio, mostre, fiere, rievocazioni, festival ed esibizioni;
- le attrazioni, che includono i luoghi storici, culturali, naturalistici e rurali, e i prodotti tipici;
- le infrastrutture, come elementi di supporto che permettono i movimenti turistici (Belletti G. e Berti G., 2011).

2.4.1. I benefici del turismo rurale

Le dinamiche di mercato e le evoluzioni delle politiche agricole, talvolta, possono ridurre la competitività di alcune aree rurali. Da qui emerge la necessità diversificare le proprie attività economiche (Belletti G. e Berti G., 2011). In questi casi, aree rurali non più competitive, hanno trovato una nuova fonte di guadagno, riadattando le proprie risorse, ad esempio nel turismo, attraverso una valorizzazione del paesaggio e delle proprie campagne (Cawley M., 2009). Per queste aree che, solitamente sono escluse dai grandi flussi turistici, la possibilità di offrire un turismo rurale di qualità rappresenta, appunto, un'interessante opportunità di sviluppo, considerando i numerosi benefici che può apportare sotto vari punti di vista (Coldiretti, 2003):

1. Mantenimento dei posti di lavoro e dei servizi

Il turismo rurale può stimolare un mantenimento dei posti di lavoro esistenti, ad esempio, nel settore dei trasporti, della vendita al dettaglio, dell'ospitalità e dell'assistenza medica e può rappresentare una fonte di guadagno aggiuntivo

per gli agricoltori. Numerose attività già esistenti, inoltre, possono offrire servizi di informazione turistica, aumentando, in questo modo, sia il numero dei clienti che i propri guadagni (Irshad H., 2010).

2. Creazione di posti di lavoro

Attraverso il turismo rurale è possibile generare la creazione di nuovi posti di lavoro in diversi ambiti come, ad esempio, nell'ospitalità, nella ristorazione e nei trasporti, permettendo, inoltre, di smorzare l'esodo agricolo (Irshad H., 2010).

3. Nuove opportunità di business

Il turismo consente, oltre alla generazione di nuove professionalità, la diffusione di nuovi modelli imprenditoriali e di gestione aziendale, specialmente per le aziende agricole (Coldiretti, 2003). Può comportare, inoltre, benefici anche alle attività strettamente coinvolte nel settore del turismo, stimolando la crescita dei servizi complementari (Irshad H., 2010).

4. Opportunità per i giovani

L'importante fabbisogno di lavoro derivante dal turismo rurale potrebbe garantire un coinvolgimento della popolazione locale, specialmente delle fasce giovanili (Belletti G. & Berti G., 2011), essendo il turismo spesso promosso come un'attività che ben si adatta all'entusiasmo dei giovani: le prospettive di carriera, infatti, possono essere rafforzate anche dalle opportunità formative e di coinvolgimento all'interno della gestione di attività turistiche (Irshad H., 2010).

5. Rivitalizzazione dell'orgoglio di comunità e di tutela della cultura e del patrimonio rurale

Attraverso lo stimolo della popolazione locale a conformarsi con una "sana" immagine di comunità rurale, il turismo può incrementare il senso di appartenenza ad una comunità, rafforzando, in questo modo, i legami e la solidarietà tra le persone (Irshad H., 2010). Tale meccanismo incide positivamente sul recupero e sulla valorizzazione delle tradizioni e delle risorse artistiche e culturali del territorio, considerate come rappresentazione dell'identità della comunità (Zanovello P. et al., 2013).

6. Mantenimento e sviluppo del commercio e dell'artigianato locale

Considerando che per i turisti, solitamente, alle spese di alloggio si aggiungono anche ulteriori acquisti, il turismo rurale può portare benefici anche all'artigianato locale, considerato un importante elemento del patrimonio locale (Irshad H., 2010).

7. Tutela del paesaggio e del patrimonio ambientale

L'ambiente e il paesaggio sono fondamentali per l'attrattività di una località, influenzando notevolmente la qualità dell'esperienza turistica. A tal proposito, la loro tutela è di vitale importanza per il turismo rurale e può essere promossa sia dalle entrate derivanti dall'attività turistica che dalle azioni politiche delle autorità preposte al turismo (Irshad H., 2010).

8. Tutela e riutilizzo delle costruzioni storiche

Il turismo rurale può comportare diversi benefici sull'ambiente interessato da costruzioni storiche. Diverse proprietà hanno istituito, infatti, l'ingresso a pagamento per consentire la conservazione della struttura e delle aree verdi circostanti. Inoltre, un riadattamento in maniera creativa a fini turistici può permettere il riutilizzo di molti edifici abbandonati come, ad esempio, chiese, castelli e stazioni ferroviarie, trasformandoli in vere e proprie attrazioni (Irshad H., 2010).

9. Miglioramento della qualità della vita

Gli interventi che puntano a rendere un'area più attrattiva a fini turistici, come ad esempio la creazione di infrastrutture, generano un vantaggio anche per i residenti e portano un miglioramento generale della qualità della vita. Tale beneficio può avvenire anche grazie all'aumento del potere economico della stessa popolazione, incidendo positivamente sull'economia locale (Zanovello P. et al., 2013).

10. Maggiore apertura culturale

Il turismo rurale, favorendo un contatto tra culture diverse, può generare una maggiore apertura culturale nella popolazione locale (Zanovello P. et al., 2013).

Affinché ciò avvenga, tuttavia, è importante che lo sviluppo del turismo sia sostenibile anche a livello sociale, senza provocare un degrado della qualità della vita per la popolazione ospitante, in quanto questo potrebbe generare un'ostilità dei residenti nei confronti dei turisti (Coldiretti, 2003).

Dunque, si può affermare che, apportando benefici non solo a livello economico, ma anche di tutela ambientale, culturale e di qualità della vita della popolazione locale, il turismo rurale può ricoprire un ruolo importante nello sviluppo delle aree interessate, attivando un circolo virtuoso di valorizzazione sia delle risorse che delle attività locali (Zanovello P. et al., 2013).

2.4.2. Opportunità e minacce nello sviluppo turistico

Nonostante l'apporto di numerosi benefici alle aree interessate, lo sviluppo del turismo può presentare anche una serie di rischi ed aspetti negativi, mettendo in evidenza l'importanza di un'attenta pianificazione dell'offerta turistica:

1. Sopravalutazione del turismo e del processo di sviluppo locale

Questa forma di sopravalutazione può comportare un eccesso delle capacità di accoglienza, degrado ambientale e una perdita dell'elemento umano nell'esperienza turistica. Può essere causa, quindi, di una diminuzione della redditività economica e dell'autenticità dell'offerta locale.

2. Sviluppo slegato dalle caratteristiche territoriali locali

Molte volte lo sviluppo turistico delle aree rurali viene orientato principalmente alla ricerca di rapidi profitti e alla soddisfazione dei desideri del turista, senza considerare a sufficienza l'impatto di questo processo sulla qualità della vita dei residenti (Zanovello P. et al., 2013). Una tale forma di sviluppo turistico risulta essere condizionata più dal consumo che dalle dinamiche interne, comportando, quindi, una banalizzazione del territorio, attraverso l'omologazione delle caratteristiche locali in modelli non appartenenti al loro contesto, influenzando negativamente sulla qualità dell'offerta turistica (Belletti G. e Berti G., 2011).

3. Mancanza di istituzioni, infrastrutture e figure professionali appropriate

Un problema che ha interessato diverse aree rurali è rappresentato dalla mancanza di istituzioni locali e di figure professionali adatte alla tutela ambientale e alla pianificazione territoriale. Il quadro peggiora ulteriormente quando si aggiunge anche formazione professionale, organizzazione e infrastrutture non adeguate a garantire la qualità dell'offerta turistica (Coldiretti, 2003), oltre alla mancanza di una pianificazione attenta.

4. Mancanza di una promozione adeguata

L'assenza di un'adeguata promozione e della creazione di un *brand name* territoriale adeguato ha impedito l'acquisizione di una determinata identità a molte aree rurali compromettendone lo sviluppo come mete turistiche (Coldiretti, 2003).

5. "Frammentazione" del territorio

Un ostacolo al corretto sviluppo del turismo è rappresentato anche dalla "frammentazione" del territorio, che può essere di tipo (Ara A. et al., 2011):

- istituzionale: mancanza della connessione tra il pubblico e il privato;
- settoriale: disconnessione tra le varie attività economiche causata da una logica settoriale chiusa, che impedisce la nascita di reti tra i vari attori con un'ottica territoriale;
- degli operatori e degli interventi sul territorio: assenza di integrazione tra i vari *stakeholder* causata da disaccordi su programmi e strategie;
- dell'offerta: insufficiente valorizzazione dei prodotti e presenza di numerose offerte sul territorio, anche difformi tra loro, che impediscono una omogenea e corretta proposta della ricchezza e delle peculiarità del territorio.

Tutti questi aspetti negativi rappresentano dei fattori di instabilità all'interno di un modello di sviluppo rurale basato sul turismo e possono essere possibili cause di fallimento anche nelle aree con risorse naturali e culturali di alta quantità.

Per generare realmente dei reali benefici nelle aree rurali attraverso il turismo è necessario che avvenga un processo di sviluppo intersettoriale, endogeno,

integrato, sostenibile e di qualità, basato sulla presenza di una serie di condizioni basilari:

- integrazione a livello territoriale dei vari settori economici, a favore di una forma di pianificazione e programmazione che integri conoscenze e competenze diverse per giungere ad una comune modalità operativa (Coldiretti, 2003);
- collaborazione tra gli enti pubblici e gli attori pubblici e privati del territorio nella definizione dell'offerta (Zanovello P. et al., 2013);
- diversificazione e integrazione dell'offerta e per rispondere ai vari bisogni del turista e ampliare l'offerta dei servizi e dei prodotti locali, favorendo un maggiore richiamo turistico (Zanovello P. et al., 2013);
- legame tra la sostenibilità e la competitività turistica (Zanovello P. et al., 2013), attraverso la promozione di un uso sostenibile delle risorse rurali che le valorizzi in maniera adeguata (Coldiretti, 2003);
- governance territoriale dove il territorio viene concepito come soggetto e progetto collettivo emergente da una visione condivisa e costruito dalla definizione di un'agenda strategica collettiva (Ara A. et al., 2011), permettendo la partecipazione della comunità locale sia alle scelte strategiche che ai benefici generati dall'attività turistica (Belletti G., 2010);
- presenza di una rete che colleghi l'insieme dei diversi attori presenti sul territorio e che permetta loro di ricercare, ottenere e condividere risorse, sviluppare visioni collettive ed essere coinvolti in azioni cooperative per il reciproco beneficio (Ara A. et al., 2011);
- attenzione alla qualità dell'offerta, in quanto un elevato livello qualitativo dei prodotti e dei servizi incide significativamente sul ruolo del turismo per lo sviluppo territoriale;
- comunicazione coerente all'interno della valorizzazione territoriale che descriva correttamente le caratteristiche dell'identità territoriale (Zanovello P. et al., 2013);
- monitoraggio continuo degli impatti del turismo sul territorio e identificazione delle soglie di capacità di carico (Zanovello P. et al., 2013).

Tutte queste condizioni costituiscono delle componenti essenziali per la determinazione di un sistema turistico locale in grado di dare origine ad una competitività a livello di distretti turistici (Lanfranchi M., 2008).

L'importanza dell'integrazione nello sviluppo turistico rurale è confermata anche dal concetto di "turismo rurale integrato", che sostiene un modello di sviluppo alternativo basato sulla sostenibilità e su un approccio di tipo *bottom-up*. Nello specifico, il turismo rurale integrato si distingue per (Cawley M. e Gillmor D.A., 2008): la promozione di una sostenibilità multidimensionale, il coinvolgimento della popolazione locale, la complementarietà con altri settori e la creazione di reti tra stakeholder.

In definitiva, per il successo di un progetto di turismo rurale, risulta fondamentale la capacità di promuovere dei meccanismi di concertazione a livello locale che consentano di aggregare gli attori locali coinvolti nelle attività turistiche intorno a progetti condivisi per costruire una coerenza dell'offerta territoriale e di sostenere percorsi intersettoriali rivolti al mantenimento e potenziamento delle risorse rurali (Belletti, 2010).

3. INQUADRAMENTO DEL CASO: IL PROGETTO E IL CONTESTO TERRITORIALE

In questo capitolo si fornirà al lettore una presentazione dell'associazione CiòCheVale, del progetto *“Pistaaa! La Blueway Piemontese”* e del contesto territoriale all'interno del quale si colloca.

3.1. L'associazione e i suoi progetti



Figura 7 - Logo dell'associazione CiòCheVale

CiòCheVale (Figura 7) è un'associazione culturale di promozione sociale, nata nel marzo 2016, con sede in via Marconi n.15 a Chieri (TO). Il suo scopo è quello di favorire e sostenere la dignità dell'individuo e la salvaguardia dell'ambiente, attraverso (www.ciochevale.it):

1. l'attuazione di iniziative che favoriscano il benessere e la salute delle persone e il miglioramento delle condizioni di vita e di lavoro;
2. la promozione di eventi culturali, con un'ottica di educazione permanente, reciprocità e riscoperta, per stimolare la crescita civile e umana di ogni individuo;
3. il sostegno di iniziative che favoriscano l'aggregazione sociale, lo sviluppo economico, del lavoro e della ricerca finalizzata ad ogni forma di innovazione, di autoproduzione alimentare ed energetica, con particolare attenzione alla riduzione degli sprechi;
4. la promozione di iniziative per sensibilizzare alla tutela dell'ambiente e dell'ecosistema, con particolare attenzione alla valorizzazione di stili di vita sostenibili, e alla promozione dei territori e delle comunità locali, all'ecoturismo, e alla realizzazione di filiere di cibo “sano” con un'agricoltura che rispetti l'uomo e l'ambiente.

L'associazione CiòCheVale promuove e partecipa a diversi eventi, progetti e iniziative inerenti alla sostenibilità in tutte le sue sfaccettature, l'innovazione, la cultura e la tradizione, attraverso il prezioso lavoro dei propri volontari, che al momento sono circa un centinaio. Collabora con la Fondazione Pistoletto in favore della diffusione e sensibilizzazione del simbolo del Terzo Paradiso di Michelangelo Pistoletto per stimolare l'innovazione sociale attraverso l'arte. L'associazione collabora, inoltre, con la rivista "Picchioverde" finalizzata alla valorizzazione e alla salvaguardia del patrimonio paesaggistico, attraverso la narrazione del territorio compreso tra la Collina Chierese, il Pianalto di Poirino ed il basso Monferrato.

Tra i principali progetti dell'associazione è possibile citare:

"L'Accademia del Dialogo", un luogo d'incontro tra persone che vivono esperienze diverse, dove la cultura del dialogo è al centro e aperta all'incontro e al confronto in un'ottica di reciprocità. Si rivolge a tutti coloro che credono alla necessità di percorrere nuove strategie di sostenibilità ambientale, garantire equità alle generazioni future e solidarietà a favore di chi ne ha bisogno. L'Accademia del Dialogo si articola in diverse sezioni di incontri in cui i numerosi esperti raccontano il loro percorso per favorire la conoscenza di pratiche e modelli sostenibili legati all'innovazione, all'arte e alle dinamiche di accesso al cibo;

"Cibo Comunità Salute", un progetto che prevede la creazione di un network virtuoso per il benessere del territorio in collaborazione con il Politecnico di Torino, che sarà patrocinato dal Comune di Chieri e Comune di Cambiano;

"CiòCheVale Pausa caffè", un progetto che organizza dei laboratori serali per condividere, divulgare le buone pratiche legate alla sostenibilità ambientale e al benessere delle persone. La missione è quella di promuovere e diffondere tra amici, conoscenti e cittadini interessati, comportamenti quotidiani che, se applicati correttamente, permettono di perseguire piccoli e grandi obiettivi nel rispetto dell'ambiente. In ogni appuntamento vengono presenti degli ospiti che avvieranno il tema della serata raccontando la loro esperienza e stimolando la partecipazione dei presenti;

“Andiamo incontro al Futuro”, un progetto che introduce varie tematiche legate alla sostenibilità agli alunni delle scuole superiori;

“Pistaaa! La Blueway Piemontese”, un importante progetto che, attraverso la bicicletta e il turismo sostenibile, vuole creare i presupposti per la nascita di una comunità solidale e che possa valorizzare il territorio.

3.2. Il progetto *“Pistaaa: La Blueway Piemontese”*

Questo progetto nasce nel marzo 2016 per incentivare il cicloturismo e valorizzare l'economia locale della zona al di là della collina torinese. Il progetto prevede, infatti, la realizzazione di un tracciato ciclopedonale che si appoggia principalmente sui sentieri e le strade bianche, congiungendo tratti di pista ciclabile già esistenti (Figura 8) e creando, laddove necessario, nuovi piccoli collegamenti. L'intento è quello di creare una ciclovía di ampie dimensioni, che metta in contatto diversi comuni e diverse realtà, generando ricadute positive sul territorio interessato, come un miglioramento degli stili e di qualità della vita, con effetti favorevoli per l'imprenditoria locale. Al momento il progetto coinvolge direttamente ventinove comuni che hanno aderito patrocinando l'iniziativa, e sono (Figura 8): Albugnano, Andezeno, Aramengo, Baldissero, Buttigliera, Cambiano, Capriglio, Castelnuovo, Cerreto, Chieri, Marentino, Mombello, Moncalieri, Moncucco, Montaldo, Moriondo, Pecetto, Pino d'Asti, Pino Torinese, Poirino, Pralormo, Riva, Santena, Sciolze, Trofarello e Villastellone. Occorre precisare che il progetto *Pistaaa!* viene sviluppato col fine di considerare questo itinerario come un asse principale dal quale, in futuro, potranno ramificarsi numerosi altri percorsi che permetteranno di raggiungere Torino e i comuni limitrofi, e di incentivare il cicloturismo nelle campagne di questo territorio. Per una fase successiva del progetto, di estensione del tracciato, infatti, si considerano già altri undici comuni potenzialmente aderenti (Figura 8): Berzano S. Pietro, Carignano, Casalborgone, Cellarengo, Cinzano, Lauriano, Montafia, Passerano, Piea, Rivalba, S. Paolo Solbrito. La realizzazione di questo progetto, inoltre, risulta essere coerente con il riconoscimento del Parco Po e Collina Torinese come Riserva della Biosfera MaB UNESCO, per la valorizzazione delle

bellezze ambientali e artistiche, favorendo la biodiversità. Un ulteriore elemento caratteristico del progetto, inoltre, sarà rappresentato dall’*informazione aumentata*”, fruibile direttamente sul tracciato (tramite smartphone e geolocalizzazione), caratterizzata dalla semplicità d’utilizzo, per ottenere facilmente informazioni sull’offerta enogastronomica, turistica e culturale del territorio. Attraverso questo servizio saranno segnalate anche le aree destinate a parcheggi ed altri servizi, come postazioni di bikesharing tradizionale ed elettrico, aree sosta camper e le possibilità di scambio con treni per i futuri fruitori della ciclovvia.

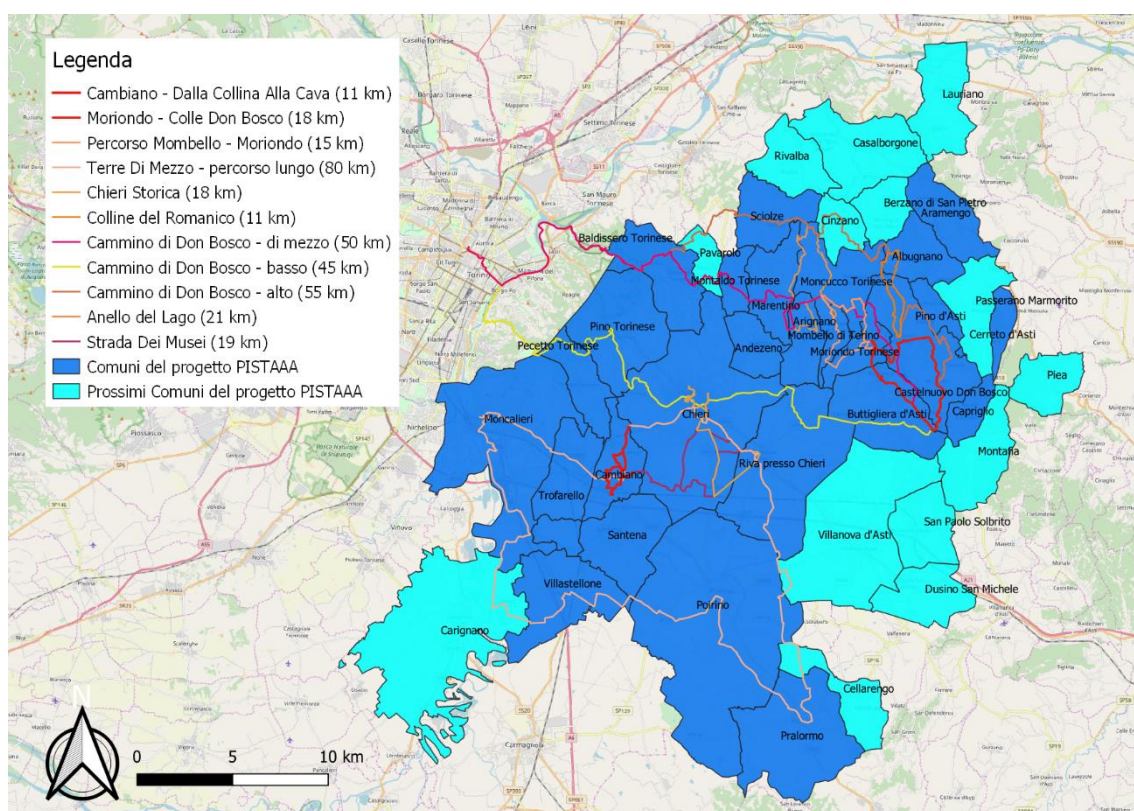


Figura 8 - Progetto Pistaata: comuni e percorsi

L'attività è in fase di realizzazione operativa grazie alla sistemazione delle prime tratte che permetteranno di collegare alcuni Comuni tra loro: Moriondo con Buttigliera d'Asti (finanziate dal Comune di Moriondo), Mombello con Moriondo, Moncucco e Arigliano (cofinanziate dal Progetto Pascal del Ministero dell'Ambiente) a cui si aggiungono altri tratti nel Comune di Cambiano (finanziate dal Comune di Cambiano). Inoltre, è in fase di approvazione dalla Regione

Piemonte la richiesta relativa al bando "Percorsi ciclabili sicuri" per collegare i Comuni di Moncalieri, Trofarello, Cambiano, Chieri, Santena e Poirino.

La scelta di puntare sull'utilizzo della bicicletta rappresenta per il progetto, al di là delle finalità sportive e ludiche che questa può assumere, anche un'importante risposta, nel contesto odierno, al crescente degrado ambientale. Attraverso la creazione di un tale tracciato ciclabile è, infatti, possibile congiungere e ramificare i percorsi sull'intero territorio metropolitano. L'idea finale è quella di riuscire a delineare una rete molto più ampia, ramificata sull'intero territorio metropolitano, in accordo con quanto previsto attraverso le azioni sviluppate nell'ambito MaB Unesco per il Parco del Po e la collina di Torino, e a quanto FIAB ha rilevato evidenziando che il percorso principale proposto corrisponde alla via Francigena tracciata da Bicalia, con la possibilità di congiungersi con le future ciclovie VenTo e del Monviso.

La speranza è che, attraverso un lavoro di questo tipo, si possa favorire il miglioramento della qualità dell'ambiente, della vita e della salute delle persone, portando nuove opportunità sul territorio, come la crescita sostenibile delle economie locali e il loro coinvolgimento nella creazione un percorso di sensibilizzazione. Un tale coinvolgimento potrebbe portare le economie locali allo sviluppo di un processo di realizzazione della cosiddetta *Blue Economy* e alla valorizzazione del patrimonio ambientale, artistico, culturale, artigianale, rurale ed enogastronomico locale.

3.2.1. Gli stakeholders

Il progetto "*Pistaaa: La Blueway Piemontese*" è stato ideato e viene promosso dall'associazione CiòCheVale, e attualmente prevede il sostegno e la collaborazione di diversi soggetti, appartenenti a diverse categorie. Il progetto, al momento, ha ricevuto il patrocinio della Regione Piemonte e di ventinove comuni del territorio (Albugnano, Andezeno, Aramengo, Baldissero, Buttigliera, Cambiano, Capriglio, Castelnuovo, Cerreto, Chieri, Marentino, Mombello, Moncalieri, Moncucco, Montaldo, Moriondo, Pecetto, Pino d'Asti, Pino Torinese, Poirino, Pralormo, Riva, Santena, Sciolze, Trofarello, Villastellone, Dusino San

Michele, Pavarolo, Villanova). Le associazioni che collaborano sono “FIAB-Muoviti Chieri”, “il Tuo Parco”, “InCollina”, il Gruppo Alpini di Pecetto e la Pro Loco di Buttigliera d’Asti; sono presenti, inoltre, tra le associazioni di categoria, attraverso manifestazioni d’interesse, anche Coldiretti e CIA. Le fondazioni coinvolte sono la Compagnia di San Paolo, la Fondazione Pistoletto e la Fondazione LINKS. Nel progetto sono coinvolti anche alcuni enti di formazione e di istruzione come ENGIM, Cattedra UNESCO e Università degli studi di Torino, per l’attivazione di tirocini curricolari per gli studenti presso l’associazione CiòCheVale. Fra i media partner, infine, sono presenti Il Picchio Verde, Italia Che Cambia e Greenews.info. I soggetti, invece, che attualmente non sono all’interno del progetto, ma che si prevede possano entrare in futuro sono il Gruppo di Azione Locale del Basso Monferrato Astigiano e i Comuni di Berzano S. Pietro, Carignano, Casalborgone, Cellarengo, Cinzano, Lauriano, Montafia, Passerano, Piea, Rivalba, S. Paolo Solbrito. Occorre citare, infine, proprio coloro che s’intende valorizzare attraverso questo progetto, ovvero le aziende agricole, gli agriturismi, i ristoranti, le attività di accoglienza, gli artigiani e gli artisti locali: alcuni di questi già collaborano al progetto e partecipano attivamente alle attività dell’associazione, mentre molti altri lo faranno in futuro. Diventa, quindi, fondamentale un accurato lavoro di engagement, per coinvolgere coloro che ancora non conoscono questo progetto, questo tema varrà ripreso nel prossimo capitolo.

È importante sottolineare che l’anima di questo progetto sta nella partecipazione di tutti coloro che hanno una visione comune nei confronti dei medesimi principi, quindi, l’elenco degli stakeholder futuri sarà in continua evoluzione.

3.3. Il capitale sociale del territorio: i progetti e le iniziative

Nel territorio in questione sono già state intraprese alcune iniziative che vanno nella stessa direzione del progetto *Pistaaa!*, ossia lo sviluppo rurale e turistico. Innanzitutto, è importante citare il Patto d’identità territoriale, stipulato nel 2016 tra i Comuni appartenenti alla zona omogenea 11 “Chierese-Carmagnolese” della Città Metropolitana di Torino, i Comuni appartenenti alle Unioni dei Comuni

“Comunità collinare Alto Astigiano”, “Lago e Collina” e altri Comuni limitrofi interessati. Attraverso questo patto i comuni aderenti si pongono l'obiettivo generale di assicurare una migliore governance ai territori della zona sud della Città Metropolitana di Torino e del territorio collinare dell'Alto Astigiano definendo insieme politiche di coesione e progettualità di area vasta. Il patto viene proposto come uno strumento per condividere bisogni, interventi, competenze e opportunità. Questo Patto mira a: stimolare uno sviluppo sociale, culturale ed economico del territorio; rafforzare il senso di identità di territorio, valorizzando le singole peculiarità ed eccellenze che lo contraddistinguono; e incrementare le possibilità di intercettare finanziamenti regionali, nazionali ed europei. Per raggiungere tali obiettivi le parti interessate si impegnano a: condividere la conoscenza del territorio attraverso i dati già a disposizione dei singoli enti e realizzando analisi aggregate del contesto socioeconomico dell'area vasta; e condividere strumenti e buone pratiche sulle tematiche oggetto del Patto. Gli ambiti d'azione individuati sono svariati e riguardano ad esempio: lo sviluppo economico sostenibile; il welfare (politiche sociali, educative, del lavoro e formazione); la cultura, il turismo e beni culturali; la mobilità; l'ambiente, il paesaggio, la difesa del suolo, la pianificazione territoriale; la sicurezza e il controllo del territorio e l'innovazione tecnologica. Inoltre, alcuni ambiti specifici di interesse individuati riguardano: la blue economy, gli eventi e la comunicazione, le politiche abitative, la valorizzazione dei processi e dei prodotti agroalimentari naturali e di qualità. Un'altra iniziativa di questo tipo da segnalare è rappresentata dal Patto dei territori, stipulato nel 2015 dai comuni di Chieri, Moncalieri, Carmagnola e Santena e aperto all'adesione di tutte le realtà comunali interessate nell'area della Collina, del Pianalto e della Pianura del Po, a cavallo tra la Città Metropolitana di Torino e la provincia di Asti.

Un'iniziativa molto affine al progetto *Pistaaa!* è rappresentata da “Strade di Colori e Sapori”, un progetto nato nel 2006 con l'obiettivo di valorizzare e promuovere il territorio collinare della zona sud di Torino e la sua naturale estensione nella pianura. Il progetto è sostenuto dalla Città Metropolitana di Torino, dall'ATL Turismo Torino e Provincia, dall'Ente di Gestione delle Aree Protette del Po e della Collina Torinese e dai Comuni di Andezeno, Baldissero, Chieri, Cinzano,

Marentino, Montaldo, Pavarolo, Pecetto, Pino Torinese, Pralormo, Riva presso Chieri, Santena, Sciolze. La proposta è quella di favorire lo sviluppo di una cultura dell'accoglienza che possa consentire a visitatori e turisti di scoprire le bellezze e le tradizioni di questi luoghi. "Strade di colori e sapori" viene proposto per chi è interessato a praticare forme di turismo dolce e attento all'ambiente, valorizzando musei, parchi, aziende agricole e vitivinicole, cascate didattiche, percorsi ciclabili e sentieri per l'escursionismo.

Un altro interessante progetto di promozione turistica e culturale è "Rete Romanica" dell'associazione InCollina, un progetto che punta a creare una rete tra le numerose chiese romaniche del territorio. I comuni aderenti all'iniziativa sono undici (Albugnano, Andezeno, Brusasco, Cavagnolo, Cortazzone, Castelnuovo Don Bosco, Marentino, Mombello di Torino, Montafia, Montiglio e Tonengo) ma rimane aperto a tutte le amministrazioni e i soggetti che vorranno prendere parte all'iniziativa.

È opportuno citare poi, nell'ambito della mobilità sostenibile, "Percorsi ciclabili sicuri", un importante bando della Regione Piemonte, pubblicato nel 2017, che ha finanziato con 10.000.000 € una serie di interventi per favorire la messa in sicurezza della categoria dei ciclisti sulla rete stradale urbana ed extraurbana.

Sempre nell'ambito della mobilità sostenibile è possibile citare il progetto di mobilità sostenibile "P.A.S.C.A.L." (Percorsi pArtecipati Scuola-Casa-Lavoro), coordinato dalla Città metropolitana che ha ottenuto un finanziamento di oltre due milioni di euro a cui partecipano ad oggi 16 Comuni (Almese, Avigliana, Beinasco, Borgofranco d'Ivrea, Caprie, Carmagnola, Chieri, Chivasso, Ivrea, Mombello di Torino, Moncalieri, Pecetto, Pinerolo, Pino Torinese, Piossasco, Pralormo), coinvolgendo, quindi, un ampio territorio, dal capoluogo ai principali comuni della prima e seconda cintura, caratterizzati da una forte mobilità da e verso Torino e le principali zone industriali e commerciali. Il progetto si concentra principalmente su: la realizzazione di programmi di formazione, educazione, e progettazione partecipata; la formazione di *mobility manager* scolastici e aziendali, programmi educativi in almeno 40 scuole e disseminazione sul territorio delle esperienze pilota dei Piani di mobilità scolastica sostenibile; la realizzazione, da parte di tutti

i soggetti attuatori, di servizi e/o infrastrutture di mobilità collettiva e/o condivisa, come la messa in sicurezza di percorsi pedonali; e la realizzazione di piste o percorsi ciclabili e l'estensione del bike sharing e sperimentazione delle biciclette a pedalata assistita in diversi Comuni.

Un altro interessante esempio da citare è il progetto “Lumat”, un progetto europeo di cui è partner Città Metropolitana di Torino, in cui si propone di migliorare la gestione ambientale delle aree urbane funzionali per renderle luoghi più vivibili. Il progetto, in particolare, propone di definire e migliorare l'integrazione della gestione delle aree ambientali all'interno delle grandi aree urbane in trasformazione, attraverso l'attento utilizzo e valorizzazione del suolo e dei servizi ecologici ad esso associati.

Infine, nell'ambito agroalimentare, è possibile citare il progetto “Atlante del cibo” della Città Metropolitana di Torino, che analizza, mappa e comunica il sistema del cibo di Torino Metropolitana. Raccoglie e sistematizza i dati e le informazioni disponibili e li restituisce nella forma di un repertorio di rappresentazioni, infografiche, video, testi, mappe, ricerche, articoli, per metterli a disposizione del territorio e renderli funzionali alla progettazione e alla gestione del sistema del cibo di Torino e Provincia. Il cibo viene affrontato con un approccio trasversale e di sistema, flessibile alle molteplici dimensioni spaziali e tematiche attraverso cui si relaziona con la città e il territorio. L'obiettivo è quello di fornire uno strumento per riflettere e agire sul sistema territoriale del cibo, accrescendone il livello di consapevolezza attraverso la produzione di nuova conoscenza, aggregando quella esistente e proponendosi come strumento di sostegno alle decisioni e alle azioni. L'Atlante del Cibo si propone come un utile strumento per chi interviene nella sua regolamentazione e valorizzazione, chi indaga la sostenibilità dei sistemi territoriali del cibo, per gli attori del sistema per creare nuove relazioni, o chi semplicemente è curioso di conoscere meglio il sistema del cibo torinese. Si propone, inoltre come uno strumento di progetto partecipativo e inclusivo d'indagine, a sostegno delle future politiche del cibo di questo territorio.

3.4. L'informazione aumentata

L'Informazione Aumentata rientra nella categoria delle applicazioni di "Realtà aumentata" che rappresenta le tecnologie che permettono di unire i dati multimediali provenienti da un supporto informatico con delle nozioni recepite dal mondo reale, in modo tale da ottenere una rappresentazione della realtà che viene integrata, o "aumentata", con apporti digitali; con lo scopo di arricchire la percezione sensoriale dell'utilizzatore. Si utilizza la realtà aumentata, ad esempio quando si inquadra una strada con la fotocamera di uno smartphone e sull'immagine appaiono digitalmente in automatico i nomi delle vie. Il principale vantaggio della Informazione Aumentata è quello di rendere esplicito l'implicito, fornendo informazioni implicitamente associate a un oggetto (come, appunto, il nome di una strada) mediante semplici interazioni dell'utente con il dispositivo, che devono essere il più naturali possibile. Fare una foto o inquadrare un oggetto con il proprio smartphone, infatti, è oramai un gesto comune e un'abitudine consolidata. Attraverso l'implementazione della tecnologia di riconoscimento delle immagini su tutti gli smartphone, sarebbe possibile dare vita a contenuti aggiuntivi guidati dalle immagini inquadrare dall'utente sulle paline informative posizionate lungo un percorso turistico, coadiuvati dai dati di Georeferenziazione provenienti dal GPS (Sandrone, 2019). Questa tecnologia permette di:

- Dare un maggior impatto visivo a ciò che si intende segnalare;
- Rendere più mnemonico il messaggio che si vuole trasmettere;
- Promuovere prodotti e marchi grazie all'interazione con il consumatore;
- Attirare l'attenzione su aziende e prodotti mediante presentazioni multimediali.

Per offrire il servizio di realtà aumentata all'interno del progetto *Pistaaa!* si farà affidamento ad alcuni strumenti software come il Portale, l'App EasyWays e l'App di *Pistaaa!*, che verranno illustrati nei prossimi paragrafi.

3.4.1. Il Portale

Il Portale è la componente principale che unisce diverse piattaforme al suo interno, permettendo all'utente una facile ricerca, permettendo quindi una semplice usabilità. I servizi implementati nel portale consentiranno al fruitore di:

- Consultare mappe territoriali interattive che indicano le strade, i punti d'interesse, i tracciati delle piste, i servizi turistici e cicloturistici dedicati, i parcheggi, le stazioni ferroviarie e le fermate dei pullman.
- Approfondire la conoscenza del patrimonio culturale della zona prescelta come, ad esempio, le biblioteche, i musei, i parchi, i beni architettonici, ecc.
- Consultare una mappa che, in base al periodo selezionato potrà offrire una visione degli eventi organizzati nella zona (Figura 9). Viene, inoltre, data all'utente la possibilità di filtrare i risultati in base alle tipologie di evento preferite.
- Visualizzare i tre principali eventi presenti nei dintorni.
- Visualizzare gli itinerari aggiornati presenti all'interno del *GeoRouter* (sistema di localizzazione dei punti d'interesse).
- Visualizzare i servizi offerti come, ad esempio, le strutture ristorative, ricettive e il noleggio bici.

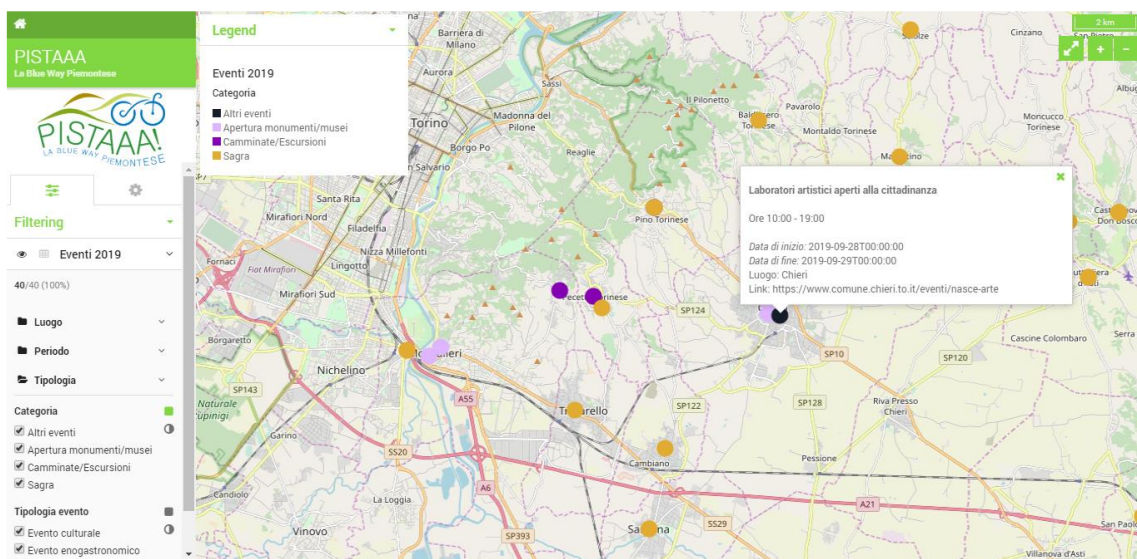


Figura 9 - Visualizzazione eventi

Attraverso questo strumento, sviluppato con la collaborazione della fondazione Links, gli utenti possono, quindi, scegliere di visualizzare gli eventi per tipologia, periodo e luogo. È possibile, inoltre, per ogni evento, leggere una descrizione con le principali informazioni. Il portale fornisce agli utenti anche la possibilità di caricare le foto inerenti alle loro esperienze di viaggio sui percorsi di *Pistaaa!*, per condividere la propria esperienza e al tempo stesso aggiungere informazioni utili per altri viaggiatori (Sandrone, 2019).

3.4.2. L' App EasyWays

Easy Ways è un'App per dispositivi mobili che riunisce al proprio interno tutti i percorsi dei siti che utilizzano il *GeoRouter*, come ad esempio la Via Francigena e il Cammino di Santiago. Gli itinerari vengono scelti da un gruppo di esperti dopo aver verificato che siano percorribili, dotati di strutture di accoglienza e possibilmente di segnavia. L'App offre un inserimento continuo di nuovi itinerari e offre la possibilità orientamento anche lungo i percorsi privi di segnaletica. La mappa interattiva, infatti, attraverso il GPS del dispositivo, permette di visualizzare la propria posizione sul percorso, funzionando anche senza connessione internet dopo aver caricato le mappe sul proprio dispositivo. In caso di distrazione un allarme avvisa l'utilizzatore che si sta allontanando dal percorso, e permette di segnalare eventuali problemi lungo il percorso comunicando la posizione GPS. Grazie a EasyWays è possibile localizzare i servizi utili per i viaggiatori ed effettuare prenotazioni tramite Booking.com nelle strutture di accoglienza presenti nel territorio. Sono disponibili sull'applicazione anche le schede descrittive dei punti d'interesse e delle strutture di accoglienza, con un testo descrittivo, delle immagini e i pulsanti che permettono all'utente di visualizzare il sito web, contattare telefonicamente la struttura, o raggiungerla attraverso la funzione "GoTo", che attiva la navigazione GPS dello smartphone, permettendo di raggiungere anche i punti che si trovano fuori dal tracciato dell'itinerario. Nella sezione "Reti locali", inoltre, è possibile approfondire la conoscenza di territori "slow friendly": si tratta, infatti, di una sezione gestita da enti di promozione turistica e albergatori in modo da promuovere la loro immagine e offrire ai loro ospiti una App con tutti i percorsi presenti nella loro zona. Apprendo

la rete locale di *Pistaaa!*, sarà possibile visualizzare dal dispositivo i vari itinerari caricati online (Figura 10). Per ogni percorso vengono riportate immagini, informazioni descrittive e dati tecnici come i punti d'interesse presenti nei dintorni, la lunghezza e il profilo altimetrico.

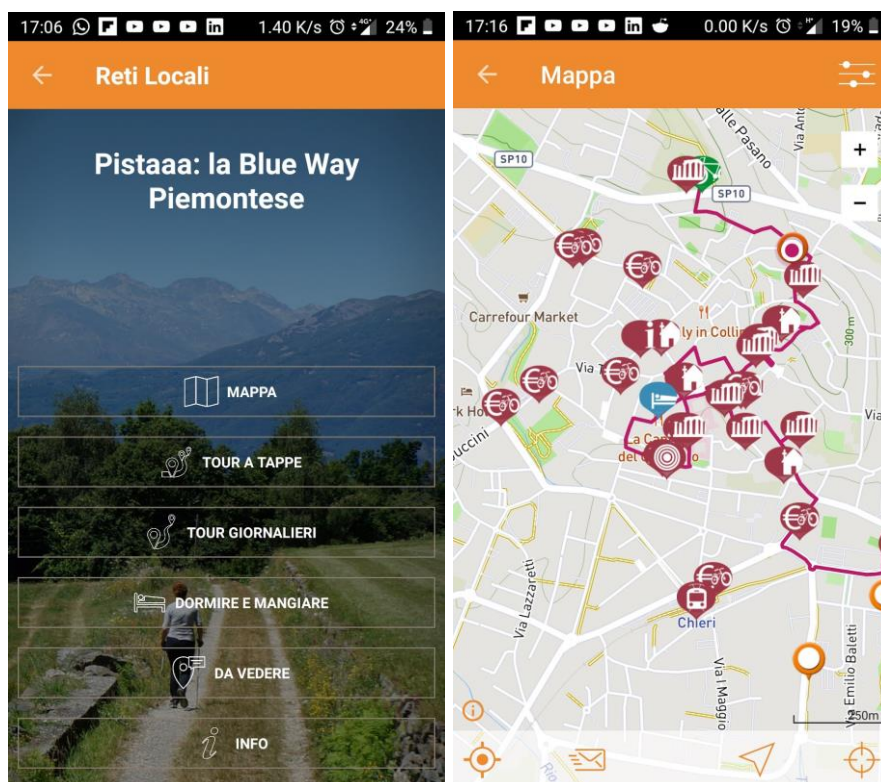


Figura 10 - Schermate dell'applicazione EasyWays

3.4.3. L'App di *Pistaaa!*

Lo scopo dell'applicazione per smartphone di *Pistaaa!* è quello di offrire agli utenti uno strumento moderno e coinvolgente che sia di ausilio alla fruizione del territorio circostante. Diventa, inoltre, un importante strumento per offrire una comunicazione del territorio di *Pistaaa!* continuativa a cittadini e turisti, anche al di fuori della ciclovia, attraverso la pubblicazione di aggiornamenti, come avvisi su nuovi tracciati in arrivo, eventi, manifestazioni e iniziative locali. L'applicazione attualmente è in fase di prototipo e sarà disponibile prossimamente attraverso i canali delle App per dispositivi mobile (store e market). Ciò che distingue l'App di *Pistaaa!* è il suo funzionamento: effettua un riconoscimento automatizzato, attraverso la fotocamera dello smartphone, degli appositi cartelli presenti lungo

la ciclovia ed è così in grado di stabilire in quale parte del percorso l'utente si trova, o davanti a quale soggetto si è fermato. Una volta riconosciuta l'immagine, come risposta l'App fornisce al visitatore le informazioni sottoforma di immagini, approfondimenti testuali, video o audio. In questo modo viene fornita una visita guidata, che il visitatore può seguire a sua discrezione utilizzando esclusivamente il proprio smartphone, senza necessità di ulteriori interazioni. In sostanza, i vantaggi di quest'applicazione consistono nella mobilità stessa del dispositivo: l'utente ha, infatti, sempre con sé la guida alla visita contenente le informazioni che vengono fornite sul posto, in prossimità dei soggetti caratteristici coinvolti (Sandrone, 2019). Tale processo viene illustrato in Figura 11. I Cartelli segnaletici specifici per l'informazione aumentata sono riconoscibili dal simbolo del Terzo Paradiso del maestro Michelangelo Pistoletto e sono realizzati da artisti locali raffiguranti elementi caratteristici del paese in questione (Figura 12).

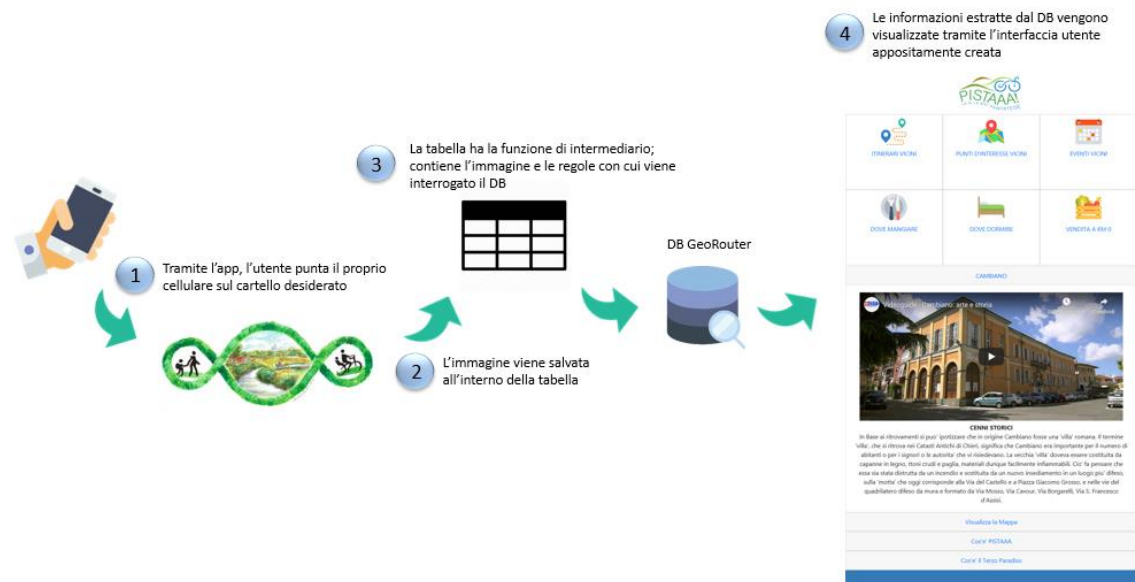


Figura 11 - Processo elaborazione immagine tramite informazione aumentata e visualizzazione delle informazioni (Sandrone, 2019)



Figura 12 - Esempio di un segnale sul percorso Pistaaa!

3.5. Il Terzo Paradiso

La scelta di inserire delle opere artistiche nella segnaletica della ciclovia denota il fatto che il progetto *Pistaaa!* e l'associazione *CiòCheVale* non si limitano a una valorizzazione delle attività prettamente economiche, ma anche di quelle artistiche, dando, appunto, visibilità agli artisti locali. L'immagine scelta come simbolo dell'intero progetto è, infatti, il Terzo Paradiso di Michelangelo Pistoletto, contraddistinto da una riconfigurazione del segno matematico d'infinito. In questo simbolo, tra i due cerchi contigui, che rappresentano idealmente i due poli opposti della natura e dell'artificio, viene inserito un terzo cerchio centrale, a simboleggiare il grembo generativo di una nuova umanità in cui l'uomo e la tecnologia si completano, in perfetto equilibrio e al servizio dell'ambiente (Figura 13).

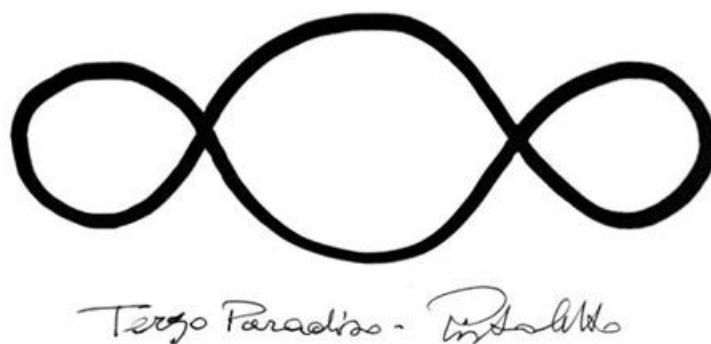


Figura 13 - Terzo Paradiso di Michelangelo Pistoletto

Nel progetto *Pistaaa!*, dunque, il Terzo Paradiso viene rappresentato attraverso la possibilità di fruire di natura e di tecnologia, in bicicletta e senza impattare sull'ambiente (Figura 14).



Figura 14 - Simbolo del progetto Pistaaa!: La Blue way Piemontese

4. LA RICERCA: ENGAGEMENT E RACCOLTA DATI PER IL PROGETTO “PISTAAA! LA BLUEWAY PIEMONTESE”

Il tirocinio presso l'associazione CiòCheVale è stato svolto con l'obiettivo di presentare il progetto “*Pistaaa! La Blueway Piemontese*” ai potenziali soggetti coinvolti in futuro e, al tempo stesso, raccogliere una serie di informazioni utili per conoscere il contesto locale, da inserire in un database che andrà, successivamente, ad aggiornare il Portale e l'App di *Pistaaa!*.

I soggetti che si intende coinvolgere sono i gestori delle attività agricole, di ristorazione e di accoglienza che, rappresentando l'offerta presente a livello locale, saranno poi segnalati ai fruitori del territorio di *Pistaaa!* attraverso gli strumenti di informazione aumentata.

4.1. La raccolta dei dati e la metodologia

Come descritto in precedenza, nella presentazione di “*Pistaaa!: La Blueway Piemontese*”, una peculiarità del progetto sarà l'introduzione dell'informazione aumentata per offrire un maggiore contatto fra il territorio e i propri fruitori. Basterà, infatti, essere dotati di uno smartphone e puntare con la fotocamera l'apposita cartellonistica presente lungo la ciclovia per ricevere immediatamente tutte le informazioni inerenti ai punti d'interesse presenti nei dintorni. Grazie a questo sistema, ad esempio, si potrà sapere se nei paraggi sono presenti agricoltori che fanno la vendita diretta dei propri prodotti, se ci sono ristoranti o agriturismi dove poter assaporare la cucina tipica locale oppure dove trovare il B&B più vicino per trascorrere la notte. Per poter fornire certe informazioni diventa, quindi, necessario un importante lavoro di raccolta dei dati e di mappatura delle realtà presenti sul territorio. Grazie ai dati pubblicati dalla Direzione Agricoltura della Regione Piemonte, sul database dell'Anagrafe Agricola Unica sulle aziende agricole è possibile osservare il numero complessivo delle aziende agricole presenti nei ventinove comuni attualmente aderenti al progetto “*Pistaaa!: La Blueway Piemontese*” e fra questi, il numero delle aziende certificate in agricoltura biologica. Il totale delle aziende agricole ammonta a 3428, in cui rientrano attualmente 86 aziende biologiche. Tuttavia,

occorre precisare che attraverso questo progetto si vuole promuovere specialmente coloro che ne condividono la visione e ne rispettano i principi, come ad esempio la sensibilità verso la sostenibilità ambientale. Pertanto, almeno in questo primo momento, la raccolta delle informazioni e il contatto con i soggetti sono stati svolti in maniera qualitativa e non quantitativa, ovvero andando a ricercare, principalmente attraverso il passaparola, i soggetti più propensi a lavorare in una direzione comune e condivisa. Nello specifico, in questa ricerca ci si è concentrati soprattutto sulle aziende agricole. Tra i soggetti contattati rientrano persone che fanno già parte della rete di conoscenze dell'associazione CiòCheVale e persone che sono state segnalate dai sindaci e gli assessori delle amministrazioni coinvolte al progetto. Per ogni azienda, dopo un primo contatto telefonico, si è tenuto un incontro, durante il quale è stato presentato il progetto e svolta un'intervista per raccogliere alcune informazioni generali sull'azienda e sui servizi offerti, in modo tale da poterli condividere in futuro con i fruitori del territorio attraverso gli strumenti di informazione aumentata. Al termine di ogni intervista, inoltre, è stato chiesto ad ogni soggetto se avesse da segnalare qualche contatto "amico" e potenzialmente interessato a conoscere l'iniziativa e a farsi intervistare. Questa domanda si è dimostrata molto utile per poter avviare una strategia di ricerca in modo autopoietico, permettendo un continuo contatto con soggetti ideologicamente simili e potenzialmente interessati a collaborare.

4.2. La creazione di un database

Per ordinare le informazioni raccolte è stato fondamentale creare un database all'interno del quale inserire i dati sulle diverse aziende contattate. Come software di riferimento è stato utilizzato Microsoft Excel, grazie al quale è stato possibile impostare una tabella da compilare dopo ogni intervista. Oltre alle informazioni generali come la denominazione dell'azienda, l'indirizzo e i contatti (recapito telefonico, indirizzo e-mail, sito internet e canali social), per ogni azienda viene riportato il tipo di attività che svolge, un elenco dei prodotti e l'eventuale possesso di certificazioni sul metodo produttivo (Figura 15). In merito ai prodotti, inoltre, durante le interviste, è stata ricercata l'eventuale presenza di prodotti tipici, come

i “Presidi SlowFood” o i “Prodotti Tipici del Paniere della Provincia di Torino”, che possano contraddistinguere l’azienda per il forte legame con il territorio, come ad esempio, nel caso delle aziende di Capriglio, si riporta l’eventuale produzione del peperone di Capriglio, noto Presidio SlowFood. Per quanto riguarda, invece, le certificazioni sulla produzione, è stata posta particolare attenzione all’eventuale presenza della certificazione biologica o SQNPI per l’agricoltura integrata. Questo dato, a livello generale, può fornire un’informazione sulla sensibilità degli agricoltori verso l’agricoltura eco-compatibile, quindi sostenibile a livello ambientale.

azienda	contatti					indirizzo	comune	attività	prodotti	certificazioni
	persona di riferimento	telefono	e-mail	sito web	social					
CA' MARIUCCIA SOCIETA' SEMPLICE AGRICOLA	Andera Pirolo	3482280	info@cazwww.camz	Facebc	LOCALITA'	' ALBUGNAN		multifunzi	vino, noccio	biologico
AZIENDA AGRICOLA I SOFFIONI DI CHIAIS FEDERICO	Federico Chiais	3E+09	info@is	www.isoffi	Facebc	VIA PRINCI	BUTTIGLIEF	orticoltur	ortofrutta,	biologico
AZIENDA AGRICOLA CASCINA CAMPORA DI NOVARA	Paolo Novara	3477699	novara@	www.casci	Facebc	VIA CASTEL	CAPRIGLIO	multifunzi	frutta, verd	biologico
CASCINA PIOLA DI FIRPO RAFFAELLA	Raffaella Firpo	0141997	cascina@	http://www.casci		VIA FONTA	CAPRIGLIO	orticoltur	confetture,	biologico
SOCIETA' AGRICOLA COOPERATIVA AGRICOPECECTT	Elena Comollo	0111982	info@a	http://ww	facebo	STRADA SA	PECETTO T	frutticultu	frutta, verd	biologico
CA' DEL PRETE DI LUCA FERRERO	Luca Ferrero	3338950	info@vi	https://ww	facebo	VIA MAEST	PINO D'ASTI	viticultura	vino (Freisa	biologico
NK SOCIETA' COOPERATIVA AGRICOLA	Klaas Nils	3493109	info@nl	http://ww	Facebc	VIA DEL TU	PINO TORI	aromatic	miele ed erl	biologico
PIOVANO GIUSEPPE (Ortobio)	Piovano Giuseppe	3393288	info@oi	https://or	facebo	VIA MADOL	TROFARELL	orticoltur	frutta(frago	biologico
Fattoria Il Pozzo di Mimma Lovisolo	Mimma Lovisolo	3E+09		www.fatto	facebo	via serra	61 BUTTIGLIEF	Allevament	frutta, verd	no
Az. Agr. Capre E Cavoli Di Pompilio Gianpaolo	Gianpaolo	3473608	capreec	www.capri	facebo	VIA SAN GI	CAPRIGLIO	Allevamer	latte di capi	in conversione
Ostenga Organics	Riccardo Assi	3354867	info@o	www.ostei	facebo	Via Giordai	CHIERI	cerealcolt	farina di me	no
Cantina Sperimentale Bonafous	Gaetano Pio Liscio	3272251	cantina.sperimentale@uni			Via Provinc	CHIERI	viticultura	vino	no
BAM Birificio Agricolo Moncalieri	Nicola Laguzzi	3E+09	radiciamoncalieri@			Strada Cast	MONCALIE	multifunzi	birra artigia	in conversione
Agriturismo Cascina di Maggio	Mario Casalegno					Frazione B	MONCUCC	orticoltur	frutta, verd	no
Molino Serra	Giuseppe Serra	0119874	info@m	www.molinoserra		Via Poglian	MONCUCC	Lavorazio	farine di gre	no
Societa' Agricola Cerealinova Piemonte Societa' Ser	Francesco Burzio, Luigi	4E+09		www.briur	Facebc	VIA TORIN	PRALORMC	cerealcolt	malto d'orz	no
Ristorante un punto macrobiotico	Bavelli Marco	0119427	upmchieri@gmail.		facebo	via andezei	CHIERI	Ristorazione	e venditi:	no
Agriturismo Frutti Rossi	CRISTIAN, Marinella	3391873	info@a	www.agrit	facebo	vicolo sant	TROFARELL	orticoltur	ortaggi (prc	SQNPI
FLORICOLTURA PIOVANO LUIGI	Franca Piovano	3331689	297	no	no	via Borgare	CAMBIANC	floricoltur	piante da aj	no
VIVAIO PAOLA SCALERO	Paola Scalero	3408573	3837	no	no	via Malmoi	CAMBIANC	floricoltur	Fiori recisi	no
ENRICO PIOVANO	Enrico Piovano	3E+09		no	instagi	via Alcide	CAMBIANC	orticoltur	ortaggi (por	SQNPI
Agriturismo del Florario	Alessandro Pinassa	3E+09	prenota	www.flora	Facebc	Strada dell	CHIERI	orticoltur	ortaggi, frut	ex biologico
Piero Casalegno	Piero casalegno	3496406	pierocasalegno@libero.it			via Tetti Ch	Arignano	cerealcolt	orzo e farro	biologico
Il buon fiore	Andrea Spagnoli	4E+09	andrea.	www.germoglio.o		via Bogino	Chieri	orticoltur	germogli ali	no
Cascina Sant'Andrea	Angelo Turco	3478740	cascinasantandrea@gmail			Frazione B	CASTELNUO	viticultura	vino con po	no
cascina Martini	Stella	3457058	lacascin	www.lacas	Facebc	Via Malmo	CAMBIANC	multifunzi	frutta e veri	no
Cascina Tamburnin	Valeria Gaidano	3392766	info@ta	www.tam	Facebc	Frazione B	CASTELNUO	viticultura	Freisa d'ast	in conversione
Azienda Agricola Molino Giovanni	Giovanni e figlie	3290874	agro.orc	www.azier	Facebc	VICOLO SA	TROFARELL	orticoltur	ortofrutta +	no
Cascina Barosca	Marco Zena	3664656	cascina@	www.casci	facebo	Frazione M	CASTELNUO	orticoltur	nocchiole, fr	no
Molino della Torre	Claudia	3E+09	info@m	www.muli	facebo	Via Mulino	Riva press	accoglienza		no
Barbrin	Dino Barrera	3473842	newruraldesign@gmail.co			via Boschig	CAPRIGLIO	orticoltur	Peperoni di no	
Azienda Agricola Davide Boniforti	Davide Boniforti	3336024	apicoltu	www.apicc	facebb	via Mont C	PINO TORI	Apicoltura	Miele e zaff	no
Agrimacelleria Ferrero Emilio	Emilio Ferrero	3488563	663			VIA PRINCI	BUTTIGLIEF	Allevamer	carne di boi	no
Azienda agricola la cascinetta	Dino Raviola	0141937	info@a	www.agric	facebo	Borgo Bian	Villanova d	cerealcolt	farine, pane	no

Figura 15 - Database: informazioni generali e produzioni

Oltre ai prodotti, una notevole attenzione è stata rivolta anche nei confronti dei servizi offerti (Figura 16). Per ogni azienda agricola viene riportato se offre il servizio di vendita diretta e se partecipa ai mercati degli agricoltori come “Campagnamica”. Nel caso degli agriturismi si riporta anche il servizio di pernottamento e di ristorazione. È stata anche ricercata l’offerta dei servizi di fattoria didattica, corsi formativi e degustazioni, un’informazione interessante che può definire orientativamente la tipologia di clientela. Inoltre, sotto la voce “altro”

vengono riportati anche tutti quei servizi che non sono stati citati in precedenza come, ad esempio, se si organizzano visite guidate in azienda, eventi, campeggi, esposizioni o consegne a domicilio. Vengono riportati, poi, gli orari di apertura e nelle “note” le peculiarità, o in generale, in breve cenno sulla storia dell’azienda. Tutte queste informazioni risultano molto utili per fornire un quadro completo sull’offerta enogastronomica e turistica presente sul territorio di *Pistaaa!*. Infine, nel database si riporta la data della visita o dell’ultimo contatto con l’azienda per indicare quanto siano aggiornate le informazioni presenti.

azienda	Servizi offerti								orari	note	data visita
	vendita diretta	mercati contadini	pernottar	ristorazio	fattoria didattica	corsi formativi	degustazioni	altro			
CA' MARIUCCIA SOCIETA' SEMPLICE AGRICOLA	si	?	si	si	si	si	si	agripizzeria	ristorante: venerdì a c	10/07/2019	
AZIENDA AGRICOLA I SOFFIONI DI CHIAIS F	si	si	in futuro	in futuro	no	in futuro	in futuro	predisposizi	aperto 2 giorni azienda	06/11/2019	
AZIENDA AGRICOLA CASCINA CAMPORA D	si	si	si	si	si	no	no	agricampeg	Sempre apert Azienda	29/11/2019	
CASCINA PIOLA DI FIRPO RAFFAELLA	si	si	si	si	no	no	no	wwwofing; t	su prenotazic Azienda	26/11/2019	
SOCIETA' AGRICOLA COOPERATIVA AGRICOLA	si	?	no	no	no	no	no	laboratorio	merc-sab: 9-12.30 / 1	20/07/2019	
CA' DEL PRETE DI LUCA FERRERO	si	previo appuntamento	no	no	no	no	no	su appuntamento		06/11/2019	
NK SOCIETA' COOPERATIVA AGRICOLA	si	fiere	no	no	no	no	no	open days (	ufficio: mer-g titolare	30/11/2019	
PIOVANO GIUSEPPE (Ortobio)	si	si	no	no	no	in futuro	no	consegna a	punto vendit; prod.tip	27/11/2019	
Fattoria Il Pozzo di Mimma Lovisolo	no	no	si	no	si	si	no	percorsi for	su appuntam Allevam	11/11/2019	
Az. Agr. Capre E Cavoli Di Pompilio Gianpa	si	si	no	no	no	no	si	disponibili	z aperti 7su7 d azienda	21/11/2019	
Ostenga Organics	si	no	no	no	no	si	no	visite guida	su appuntam azienda	02/12/2019	
Cantina Sperimentale Bonafous	si		no	no	no	no	no			20/07/2019	
BAM Birrificio Agricolo Moncalieri	si	su ordinazione	gruppo d'acquisto	in futuro	in futuro	si	si	woofing, int	su appuntam clienti d	15/11/2019	
Agriturismo Cascina di Maggio	si		no	si	no	no	no			18/11/2019	
Molino Serra	si	no	no	no	no	no	no	visite guida	lun-sab 8-12/ mulino i	20/11/2019	
Societa' Agricola CerealInnova Piemonte S	si	no	no	in futuro	no	no	si	giornate po	un giorno a si storico i	20/11/2019	
Ristorante un punto macrobiotico	si	no	no	si	no	si	si	circolo culti	mer-sab:8,30 Ristoran	29/11/2019	
Agriturismo Frutti Rossi	si	si	si	solo colaz	no	no	no	interesse ac	accoglienza 7 incontra	14/11/2019	
FLORICOLTURA PIOVANO LUIGI	si		no	no	no	no	no	composizio	lun-sab 8,30- (CONTA'	05/11/2019	
VIVAIO PAOLA SCALERO	in futuro	si	no	no	no	no	no	mercato di C	(CONTA' 06/11/2019		
ENRICO PIOVANO	no	si	no	no	no	no	no	consegna a	mercato di C (CONTA'	13/11/2019	
Agriturismo del Florario	si	no	si	si	no	no	no	fino a 170 c	ristorante ap titolare	13/11/2019	
Piero Casalegno	si	macelleria a Cas	no	no	no	no	no	macelleria:	8 Agricolt	21/11/2019	
Il buon fiore	no	no	no	no	no	no	no			15/11/2019	
Cascina Sant'Andrea	si	no	no	no	no	si	si	disponibili	su appuntam disponit	15/11/2019	
cascina Martini	negozio	si	no	no	si	no	no	negozio mar-	azienda	20/11/2019	
Cascina Tamburnin	si	no	si	no	no	no	si	noleggio bic	su appuntam Azienda	20/11/2019	
Azienda Agricola Molino Giovanni	in futuro	si	no	no	in futuro	no	no	interessati	z negozio Torin azienda	22/11/2019	
Cascina Barosca	si	si	si	si	no	no	no	primo punti	accoglienza: t azienda	25/11/2019	
Molino della Torre	no	no	si	no	no	si	si	volontà di	d tutti i giorni, B&B da	25/11/2019	
Barbrin	si	no	no	no	no	no	no	aperti a visi	su appuntam azienda	26/11/2019	
Azienda Agricola Davide Boniforti	no	si	si	no	no	no	no	su appuntam	azienda	26/11/2019	
Agrimacelleria Ferrero Emilio	si	no	no	no	no	no	no	mer-sab: 8,3(	Agrimac	29/11/2019	
Azienda agricola la cascinetta	si	no	no	no	si	si	no	yoga in casc	ven-sab 8-12, Azienda	29/11/2019	

Figura 16 - Database: servizi

4.3. I risultati

Durante questo tirocinio sono state effettuate complessivamente 34 interviste, 32 delle quali a titolari di aziende agricole, una ad un gestore di un ristorante (Un punto macrobiotico) e una al gestore di un Bed & Breackfast (Mulino della Torre) (Tabella 1).

Tabella 1 – Riepilogo sulle aziende coinvolte

Azienda	Comune	Attività*	Biologico	SQNPI	Specializzazione
1. Cà Mariuccia	Albugnano	P A R F	X		Multifunzionale
2. AgricoopePecetto	Pecetto T.se	P	X		Frutticoltura
3. Centro Bonafous	Chieri	P			Viticoltura
4. Luigi Piovano	Cambiano	P			Orticoltura
5. Paola Scalero	Cambiano	P			Floricoltura
6. Cà del prete	Pino d'asti	P	X		Viticoltura
7. Federico Chiaia	Buttiglieria d'Asti	P	X		Orticoltura
8. Mimma Lovisolò	Buttiglieria d'Asti	F			Allevamento
9. Briunà	Pralormo	P			Cerealicoltura
10. Enrico Piovano	Cambiano	P		X	Orticoltura
11. Florario	Chieri	P A R			Orticoltura
12. Agrit. Frutti rossi	Trofarello	P R		X	Orticoltura
13. Andrea Spagnoli	Chieri	P			Orticoltura
14. BAM	Moncalieri	P	In conversione		Multifunzionale
15. Angelo Turco	Moriondo T.se	P			Viticoltura
16. Cascina Di Maggio	Moncucco T.se	P A R			Orticoltura
17. Cascina Martini	Cambiano	P F			Multifunzionale
18. Molino Serra	Moncucco T.se	P			Trasformazione
19. Tenuta Tamburnin	Castelnuovo D.B.	P A	In conversione		Viticoltura
20. Piero Casalegno	Arignano	P	X		Cerealicoltura
21. Capre e cavoli	Capriglio	P	In conversione		Allevamento
22. Molino Giovanni	Trofarello	P			Orticoltura
23. Cascina Barosca	Castelnuovo D.B.	P A R			Orticoltura
24. Mulino della Torre	Riva presso Chieri	A			Accoglienza
25. Dino Barrera	Capriglio	P			Orticoltura
26. Cascina Piola	Capriglio	P A R	X		Orticoltura
27. Orto Bio	Trofarello	P	X		Orticoltura
28. Davide Boniforti	Pino Torinese	P A			Apicoltura
29. Emilio Ferrero	Buttiglieria d'Asti	P			Allevamento
30. Cascina Campora	Buttiglieria d'Asti	P A R F	X		Multifunzionale
31. La cascinetta	Villanova d'Asti	P F			Cerealicoltura
32. Un punto macrobiotico	Chieri	R			Ristorazione
33. Officinalidellacollina	Pino T.se	P	X		Erbe officinali
34. Ostenga organics	Chieri	P			Cerealicoltura

*P: produttore; A: accoglienza; R: ristorazione; F: fattoria didattica

Esaminando le 32 aziende agricole visitate 9 sono certificate per l'agricoltura biologica, 3 si stanno convertendo al biologico e 2 sono certificate SQNPI per l'agricoltura integrata. Per quanto riguarda l'orientamento produttivo, invece: 11 aziende sono specializzate nell'orticoltura, 4 aziende sono specializzate nella viticoltura, 4 aziende sono specializzate nella cerealicoltura, 3 sono aziende multifunzionali (fanno sia agricoltura che allevamento), 3 aziende sono specializzate nell'allevamento, 2 aziende sono specializzate nella floricoltura, un'azienda è specializzata nella frutticoltura e nella trasformazione alimentare, una è specializzata nella trasformazione di cereali (mulino), un'azienda produce erbe aromatiche e un'azienda è specializzata nell'apicoltura.

Considerando i principali servizi offerti (oltre alla produzione) 5 aziende hanno la fattoria didattica, 6 aziende fanno accoglienza e ristorazione, un'azienda fa solo ristorazione e un'azienda fa solo accoglienza.

Ovviamente, questi numeri sono troppo ridotti per avere una rilevanza statistica e rappresentare il territorio, tuttavia possono essere utili per avere una prima idea generale sulla natura delle aziende presenti vicino al percorso della ciclovia.

Il risultato più interessante, però, è rappresentato certamente dalla risposta positiva delle aziende alla presentazione del progetto. Tutte le persone incontrate, infatti, hanno dimostrato interesse verso la tematica e hanno dichiarato di voler partecipare nello sviluppo del progetto. Alcuni titolari, ad esempio, hanno affermato di essere disposti ad inserire nella propria cascina degli spazi dedicati ai ciclisti, come una ciclofficina o dei punti di ricarica per le bici elettriche; alcuni agricoltori che ancora non fanno ancora vendita diretta in azienda, hanno deciso di iniziare a farla; altri ancora, invece, hanno dato la loro disponibilità nell'organizzare visite guidate in azienda o nel fare aperture straordinarie nei finesettimana.

5. CONCLUSIONI

Attraverso il tirocinio svolto presso l'associazione CiòCheVale sul progetto *“Pistaaa! La Blue way Piemontese”* è stato possibile osservare da vicino le dinamiche che interessano un processo di valorizzazione di territorio e di comunità attraverso il turismo sostenibile. Le principali attività hanno riguardato un primo contatto con i soggetti che potenzialmente saranno il simbolo del progetto, rappresentando, ciascuno “nel proprio piccolo”, l'offerta del territorio.

Il lavoro svolto può rappresentare l'impostazione di un modello operativo che dovrà essere mantenuto attivo e portato avanti. Il database che è stato creato sarà, infatti, uno strumento che andrà ampliato e aggiornato per fornire un'immagine sempre più nitida dell'offerta, le attività, i prodotti, i servizi e le attrazioni del territorio preso in esame. Allo stesso modo, anche il lavoro di comunicazione del progetto dovrà essere portato avanti per far sentire la presenza dell'associazione e favorire l'avvicinamento con tutti i soggetti potenzialmente interessati all'iniziativa. Particolare attenzione viene rivolta, infatti, alla creazione di una rete locale che possa mettere in contatto i diversi operatori del territorio dove, ad esempio, le attività di ristorazione si riforniscono principalmente dalle aziende agricole più vicine, per mantenere il flusso di ricchezza nel medesimo territorio, valorizzandone al tempo stesso l'identità.

Per avere questo risultato sarà fondamentale che si stimoli un sentimento di fiducia fra tutti i soggetti che operano nel territorio, in modo tale da generare un sentimento di orgoglio di comunità che possa innescare un processo di crescita collettiva.

Bibliografia

Albanese V, SLOW TOURISM E NUOVI MEDIA: NUOVE TENDENZE PER IL SETTORE TURISTICO, «BOLLETTINO DELLA SOCIETÀ GEOGRAFICA ITALIANA», (2013), VI, pp. 489 – 503

Ara A., Berti G., Brunori G. (2011), La governance del turismo rurale. Strategie per la valorizzazione degli itinerari tematici in Liguria, Sardegna, Toscana e Corsica, Quaderni Sismondi Collana Online, Numero 11

Belletti G. (2010), Ruralità e turismo, in Brunori G., “Politica di sviluppo rurale coesione territoriale”, Agriregionieuropa, Anno 6, Numero 20

Belletti G., Berti G. (2011), Turismo, ruralità e sostenibilità attraverso l'analisi delle configurazioni turistiche, in Pacciani A. (a cura di), “Aree rurali e configurazioni turistiche. Differenziazione e sentieri di sviluppo in Toscana”, Milano, Franco Angeli Edizioni

Bompan E. e Brambilla I. N. (2016). Che cos'è l'economia circolare. Milano: Ambiente

Bonciarelli F., U. Bonciarelli, (2008), Agronomia, Edagricole Scolastico.

Briamonte L., Pergamo R. (2010), I metodi di produzione sostenibile nel sistema agroalimentare. Istituto nazionale di economia agraria

Cawley M., Gillmor D.A. (2008), Integrated Rural Tourism: Concepts and Practice, in Annals of Tourism Research, Volume 35, Numero 2, Oxford, Elsevier Ltd.

Coldiretti (2003), Turismo, Territorio e Scuola, in Progetto di Educazione alla Campagna Amica: Guida operativa 2003-2004, Quaderno 5.

Di Marcello R., La bicicletta come strumento per il turismo sostenibile. Il caso della Ciclovia Venezia-Lecce, in La Torre M.A. (a cura di), Dal turismo sostenibile alla responsabilità sociale d'impresa, Napoli, Università degli Studi Suor Orsola Benincasa, 2013, pp. 459-476.

DIRETTIVA 2009/128/CE DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 21 ottobre 2009 che istituisce un quadro per l'azione comunitaria ai fini dell'utilizzo sostenibile dei pesticidi

E. Sandrone (2019), Sviluppo del portale e dell'interfaccia grafica per l'informazione aumentata relativi al progetto PISTAAA - La Blue Way Piemontese. Università Degli Studi Di Torino

European Council (EC), (2006): Renewed eu sustainable development strategy, Council of the European Union Brussels, 9 June (2006) 10117/06

Galli P., Notarianni M., La sfida dell'ecoturismo, Novara, De Agostini, (2002).

Han H, Meng B, Kim W. (2017) *Emerging bicycle tourism and the theory of planned behavior*. Journal of Sustainable Tourism. 25(2):292–309

Hansen J. W., Jones J. W., (1996): A system Framework for Characterizing Farm Sustainability, Agricultural System,51.

Irshad H. (2010), Rural Tourism - An Overview, Government of Alberta - Department of Agriculture and Rural Development - Rural Development Division

Lanfranchi M. (a cura di) (2008), Agroalimentare e turismo. Fattori aggreganti dell'identità rurale, Messina, EDAS

Mauracher C., Trevisan G. (2006), Il ruolo del paesaggio agrario nell'offerta turistica del Veneto, in Marangon F. (a cura di), "Gli interventi paesaggistico ambientali nelle politiche regionali di sviluppo rurale", Milano, Franco Angeli Edizioni

OECD (2008), OECD Contribution to the United Nations Commission on Sustainable Development, towards sustainable agriculture.

Pearce D., Atkinson G., (2002): The concept of sustainable development: an evaluation of its usefulness ten years after Brundtland, CSERGE Working Paper PA 98-02

PRIVITERA D., I parchi e il cicloturismo integrazione strategia per lo sviluppo locale, "Agribusiness Paesaggio & Ambiente" , 2011, XIV (3)

Savoja L., "Turismo sostenibile e stakeholder model", in Notizie di Politeia, XXIII, n.85-86, 2007, pp. 344-356.

United Nations, 2009, The contribution of sustainable agriculture and land management to sustainable development, in Sustainable Development Innovation Brief, Issue 7.

WCED (World Commission on Environment and Development), (1987): Our Common Future, Oxford University Press, Oxford, and United Nations, New York.

Zanovello P., Avanzo D., Moro V., Pirredda S., Ruzza R. (2013), Valorizzazione del patrimonio rurale e sviluppo sostenibile dei territori dei Colli Euganei e della Bassa Padovana. Relazione finale, Università di Padova