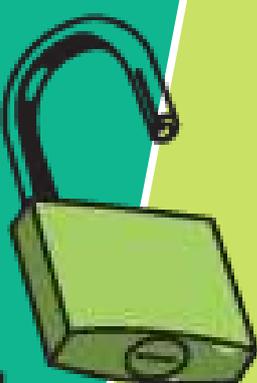


HANDBOOK

UNL  CKED
MESTIERI ALL'ARIA APERTA

A S U D

A Sud è un'Associazione nata nel 2003 che promuove campagne e attività di sensibilizzazione sui temi della giustizia ambientale e climatica, dei conflitti ambientali, dei processi partecipativi e civici di monitoraggio della qualità delle matrici ambientali, attività di empowerment comunitario e di lotta alla povertà educativa attraverso azioni di outdoor education e rigenerazione urbana, azioni di informazione su modelli economici circolari e sostenibili e su stili di vita responsabili.

Dal 2007 abbiamo aperto il **Centro di ricerca, il CDCA Centro di Documentazione sui Conflitti ambientali**, per documentare i conflitti ambientali in Italia, e nel 2019 abbiamo lanciato l' e-magazine economycircolare.com per promuovere una cultura delle produzioni e dei consumi circolari nel nostro paese. A Sud ha lanciato un portale per la formazione [training forchange.it](http://trainingforchange.it) convinti che il vero cambiamento passi per la promozione di processi educativi rivolti ai vari settori della società.

Associazione A Sud – Ecologia e Cooperazione ONLUS
Sede Legale: Via Macerata, 22/A
00176 Roma

Contatti:
tel: 06.96030260
mail: segreteria@asud.net



I testi sono liberamente tratti dalle lezioni online tenute nei mesi di Marzo e Aprile 2021 all'interno del corso UnLocked da:

Prof. Roberto Barbiero, Fisico, climatologo e divulgatore scientifico

Alessandra De Santis, responsabile scientifico economycircolare.com

Maura Peca, ricercatrice Centro Documentazione Conflitti Ambientali

Fabrizio Giacalone, educatore ambientale Palma Nana,

Cristiana Cortesi, ricercatrice A Sud, guida ambientale escursionistica ed educatrice ambientale

Isabella Abate, presidente META, guida ambientale escursionistica ed educatrice ambientale

Davide Galli, Presidente Nazionale AIGAE - Associazione Italiana Guide Ambientali Escursionistiche

Marica Di Pierri, Responsabile area comunicazione e pubbliche relazioni associazione A Sud; direttore responsabile economycircolare.com

Coordinamento editoriale:

Licia Gallo

Emanuela Colatosti

Progetto grafico:

Alessandro Bernardini

Crediti fotografici:

i crediti fotografici sono inseriti a margine delle singole immagini. Ringraziamo i fotografi che ne hanno reso possibile la pubblicazione

Ultima revisione Ottobre 2021

Introduzione	1
PARTE 1: Cambiamenti climatici: impatti, responsabilità, possibili soluzioni	3
I segnali dell'emergenza climatica.....	4
Gli impatti sugli ecosistemi e sulla biodiversità.....	7
Scenari di azione per il clima.....	10
La responsabilità climatica: i settori emissivi.....	11
Le responsabilità storiche dei paesi occidentali.....	14
La giustizia climatica.....	15
Problematiche e conseguenze del modello lineare.....	16
Storia e definizione dell'economia circolare.....	17
PARTE 2: Educazione ambientale: inquadramento teorico, metodi, strumenti di animazione e comunicazione	21
Il metodo educativo Palma Nana.....	23
Educazione non formale e outdoor education.....	24
L'educazione ambientale come sfida all'educazione delle nuove generazioni.....	25
L'interpretazione ambientale e il modello costruttivista.....	26
La sospensione del giudizio.....	28
Il mestiere della Guida Ambientale Escursionistica.....	28
Guida Ambientale Escursionistica: storia e riferimenti normativi.....	29
Cos'è la comunicazione ambientale.....	33
Introduzione alla comunicazione ambientale sui social network.....	34
PARTE 3: Territorio e sostenibilità: comunicazione, valorizzazione, pianificazione di tour turistici	36
Il progetto turistico sostenibile.....	38
La costruzione di un pacchetto turistico sostenibile.....	40
Il marketing sostenibile di Puglia Eco Travel.....	41
I conflitti ambientali: definizione e ambito teorico di riferimento.....	42
Il caso di Gela: mostrare è meglio che nascondere.....	45
Per un turismo critico.....	48
Dream in Progress: le tappe del tour.....	50
Il turismo come visione per il territorio.....	54
Il piano di comunicazione.....	55
Gli strumenti di promozione.....	56

Introduzione

Questo handbook racconta di come il mondo lavorativo possa rispondere a due grandi sfide dei nostri giorni: quella dell'emergenza climatica, che richiede un taglio netto e urgente delle emissioni e un adattamento ai suoi impatti non più limitabili, e quella portata dalla pandemia da coronavirus, che ha colpito un mercato del lavoro già segnato da profonde disuguaglianze intergenerazionali, nord/sud, di genere. Entrambe incalzanti nel richiedere un ripensamento strutturale delle nostre società, possono svolgere un ruolo determinante nell'orientare i futuri modelli economici e politici del nostro paese e di conseguenza il mondo del lavoro.

Queste pagine testimoniano, innanzitutto, i segnali dell'emergenza climatica raccolti dalla comunità scientifica e i profili dei responsabili che stanno portando il nostro pianeta al collasso climatico. L'urgenza di un'azione di riduzione delle emissioni, così come auspicato dall'ultimo report dell'IPCC nell'agosto 2021, trova qui una risposta nell'economia circolare, un modello economico che incoraggia prodotti e processi di produzione virtuosi, poco impattanti, equi e ad alto valore sociale e territoriale. L'economia circolare è letta in connessione con quanto evidenziato dal report UNEP di luglio 2020,¹ in cui è determinante, per evitare la facile diffusione in futuro di altre zoonosi (ossia malattie che si trasmettono da animali all'uomo), la tutela del patrimonio naturale, degli ecosistemi e della biodiversità. In questo senso crediamo sia possibile una trasformazione dell'offerta lavorativa partendo dalla valorizzazione di mestieri e realtà locali che hanno colto la sfida della sostenibilità e che, nonostante il doloroso impatto della pandemia, hanno saputo intercettare la necessità di riconnessione con la natura e un ritorno a ritmi più lenti, a misura d'uomo, di una ricerca di bellezza nella prossimità, nella riscoperta del valore della vita all'aria aperta.

Per questi motivi, l'handbook si concentra su due settori che ricadono nell'intersezione di questi insiemi: quello dell'educazione ambientale e quello del turismo sostenibile, dedicando ampio spazio alla testimonianza di diverse esperienze attive in Sud Italia che faciliteranno la comprensione di come con la diffusione di pratiche sostenibili e circolari possiamo mettere in atto una rivoluzione culturale, politica ed economica.

I testi di questo handbook sono una rielaborazione dei contributi al corso online "UnLocked - Mestieri all'aria aperta" che dal mese di Febbraio ad Aprile 2021 ha permesso la formazione di 72 giovani under 35 provenienti da tutte le regioni del Sud Italia.

L'obiettivo del corso è stato quello di trasmettere metodologie di educazione ambientale, outdoor education, educazione non formale, didattica esperienziale e interazione con la natura. I background dei ragazzi e ragazze coinvolti nel corso, cui anche questo handbook è indirizzato, sono diversi: studenti e studentesse di scienze naturali, architettura, scienze del turismo; operatori/trici e volontari/e di ODV e APS del settore ambientale, turistico, culturale; guide escursionistiche ed educatori/trici ambientali. Successivamente al corso sono stati attivati quattro affiancamenti lavorativi retribuiti di tre mesi, in quattro diverse strutture che hanno permesso di mettere in pratica quanto appreso online.

¹ "Unite human, animal and environmental health to prevent the next pandemic"

<https://www.unep.org/resources/report/preventing-future-zoonotic-disease-outbreaks-protecting-environment-animals-and>

Il progetto “UnLocked - Mestieri all’aria aperta” è stato finanziato dalla Fondazione Internazionale Terzo Pilastro e coordinato dall’associazione A Sud Ecologia e Cooperazione Onlus in partenariato con 4 realtà attive nel Sud Italia: la cooperativa Palma Nana di Palermo, il gruppo giovanile Libero Osservatorio Territoriale Sud di Palermo, la Rete di Imprese Salento4Seasons, la cooperativa Manifestazioni, Eventi, Turismo, Ambiente di Moliterno (Potenza).

Licia Gallo, coordinatrice editoriale

PARTE 1: Cambiamenti climatici: impatti, responsabilità, possibili soluzioni

Contributo al corso di formazione Unlocked del prof. Roberto Barbiero,

In questa prima parte troverai un'introduzione su quella che è riconosciuta dalla comunità scientifica come l'emergenza climatica e sui suoi impatti, in particolare sul Sud Italia. Leggerai, inoltre, delle strategie adottate dalla comunità internazionale in merito a questa emergenza, come l'apertura di un foro di discussione internazionale sul clima e le politiche di mitigazione e adattamento proposte e attuate. Scoprirai su chi insistono maggiori responsabilità per le 413,26 ppm (parti per milione) di CO₂ presenti oggi nell'atmosfera, imparando a distinguere tra responsabilità storiche e per settore emissivo dei contributi. Conoscerai uno degli strumenti a disposizione della società civile per perseguire i responsabili: le climate litigation, una pratica comune a livello globale di attivismo per la lotta in difesa e tutela dell'ambiente, del clima e dei diritti umani.

Infine, questo capitolo fornirà un'introduzione alle diverse tappe che hanno portato alla definizione dell'Economia Circolare così come è concettualizzata oggi, un'economia che, ispirandosi alla natura, non conosce scarti ma cicli alimentati da sostanze continuamente reimmesse in circolo.

I testi sono liberamente tratti dalle lezioni online tenute da Roberto Barbiero (Fisico e divulgatore scientifico, climatologo presso l'Osservatorio Trentino sul Clima), Maura Peca (dott.ssa in ingegneria ambientale e ricercatrice presso CDCA) e Alessandra De Santis (ricercatrice e formatrice per A Sud; coordinatrice dell'Atlante Italiano dell'Economia Circolare per il CDCA) nei mesi di Febbraio e Marzo 2021 all'interno del corso UnLocked.

1. I segnali dell'emergenza climatica

L'immagine in [figura 1](#) è diventata virale sui social network. Onde che si rincorrono alimentandosi l'un l'altra: è interessante come un'illustrazione schematica riesca a darci la dimensione di quel che vuol dire vivere la crisi climatica.

Perché noi abitanti della Terra siamo nel pieno di una crisi. Eppure la dimensione dell'onda che rincorre quella della crisi climatica è ancora più drammatica: la Terra rischia il collasso della biodiversità, che in alcune zone del globo è già realtà.

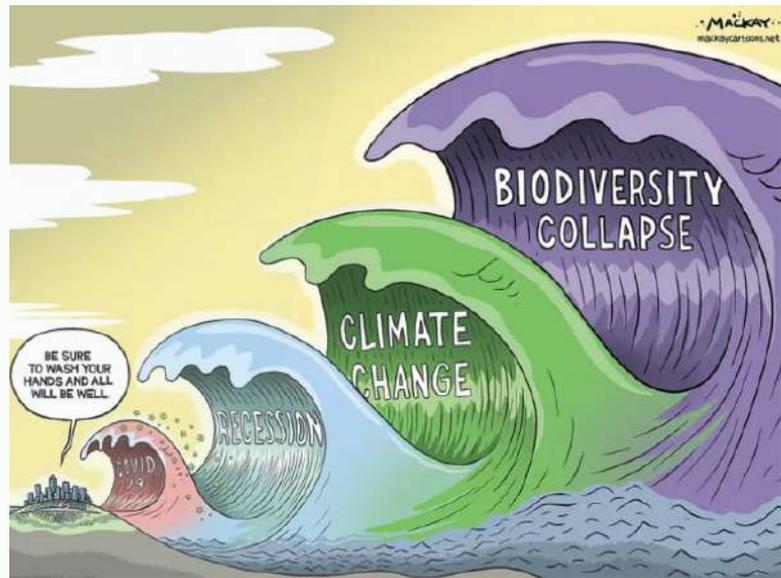


Figura 1, fonte: mackaycartoons.net

Non c'è da avere paura né da preoccuparsi, piuttosto dobbiamo occuparcene: questo è l'appello cui tutti dovremmo rispondere.

Se confrontiamo l'immagine di un paradiso terrestre con quella di una strada metropolitana intensamente trafficata e immersa nello smog, la prima sensazione che suscita il confronto tra due ambientazioni così diverse è quella del disagio. Il motivo del disagio è ben riassunto da Mauro Van Aken, antropologo dell'università di Milano, che afferma:

«Il cambiamento climatico è il prodotto della relazione eccezionale che la società occidentale ha avuto con l'ambiente concependolo come comparto a sé, esterno all'essere umano».

Lo studioso olandese ha ben sintetizzato la relazione tra umanità e ambiente, riconoscendo nel cambiamento climatico il figlio di una relazione squilibrata, quella tra uomo e natura. L'uomo e l'ambiente non sono due entità separate e distinte: questo è uno dei più grandi problemi che concorre a complicare le possibilità di mitigazione della crisi. Agire per il clima oggi significa cercare di ricucire una lacerazione che si è compiuta per mano dell'uomo stesso.



Figura 2, i 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile.

Fonte: <https://unric.org/it/agenda-2030/>

Osservando la figura 2 vediamo una serie di obiettivi che devono essere conseguiti per scongiurare il disastro. Tutti i tasselli messi in fila non vanno considerati degli obiettivi separati l'uno dall'altro: servirà un approccio integrato e cooperazione per raggiungere tutti gli obiettivi.

Ma cosa sta succedendo in termini di emergenza climatica?

Ci sono tre aspetti da prendere in considerazione:

1. la velocità con cui il clima sta cambiando e si sta riscaldando rispetto al passato
2. il contributo che l'uomo sta dando al cambiamento del sistema climatico, cosa che non era mai avvenuta in passato
3. l'estrema vicinanza a soglie in grado di determinare cambiamenti irreversibili e catastrofici.

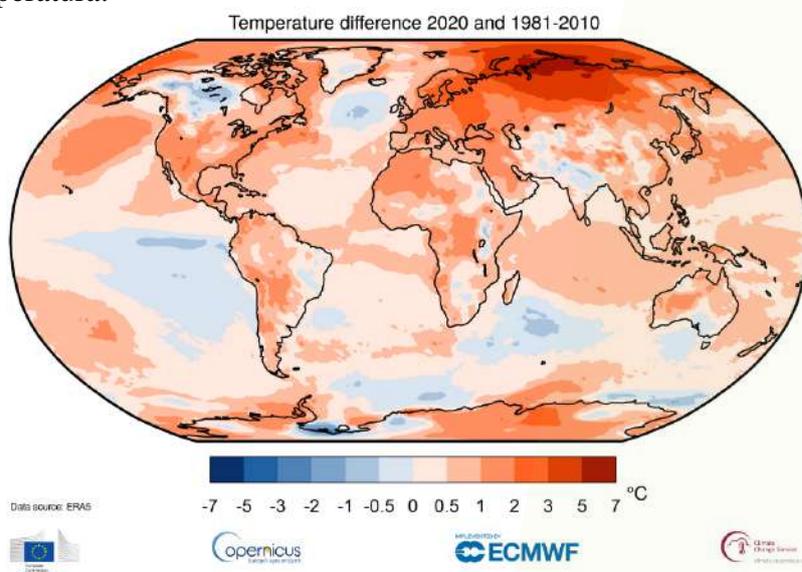
Ma quanto tempo abbiamo?

Per dirlo con Luca Mercalli, il climatologo più noto d'Italia:

«Gli appelli degli scienziati e degli esperti sembrano tuttavia non aver fatto breccia a sufficienza, mentre la crisi climatica avanza e il tempo a disposizione per prendere le necessarie misure di protezione, e cercare così di attutirne gli impatti, è prossimo a scadere»².

Abbiamo poco tempo a disposizione per prendere misure adeguate. L'anno che ci lasciamo alle spalle è stato il più caldo registrato per l'Europa; a livello globale forse è il secondo a pari merito col 2016.

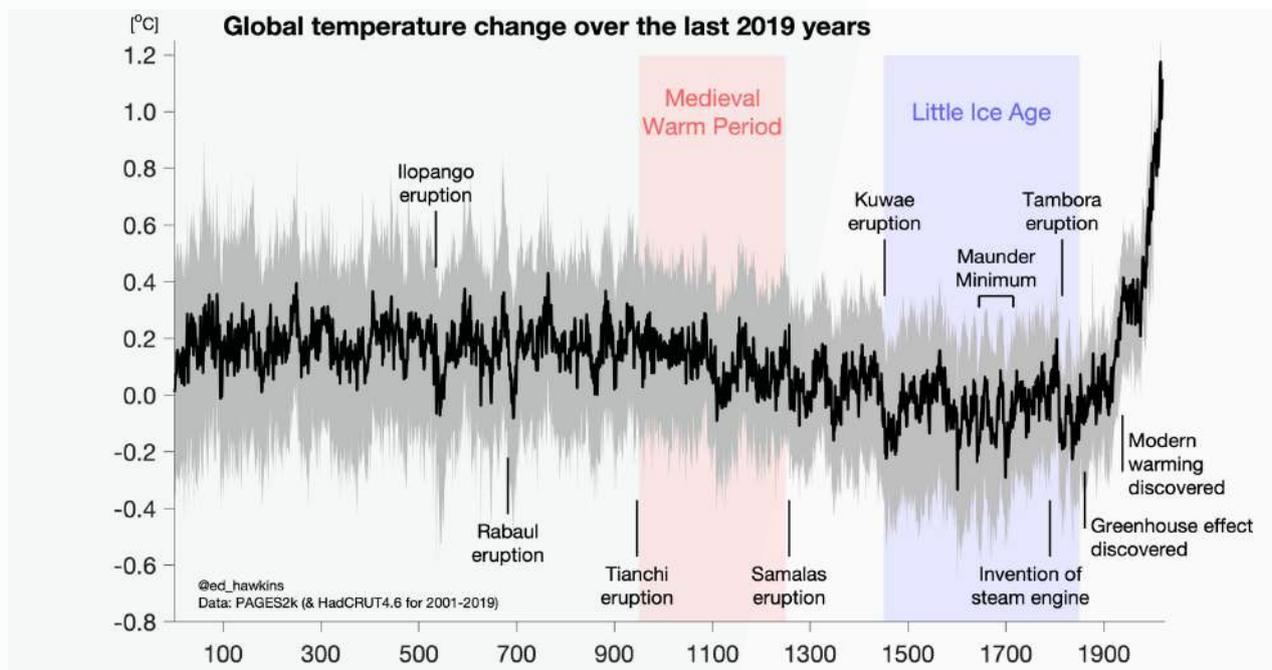
L'immagine in fig. 3 è elaborata dal grande laboratorio di misure che è il progetto Copernicus dei dati satellitari dell'Unione Europea. La mappa rappresenta la differenza di temperatura del 2020 con una media di inserimento rispetto al trentennio 1981-2010. I colori rosso e arancione segnalano un innalzamento della temperatura. Le tonalità dal bianco al blu registrano temperature più basse rispetto alla media. L'analisi complessiva, però, ha registrato un innalzamento delle temperature:



Prof. Roberto Barbiero
slide 8: "Last four years have been the warmest on record – and CO2 continues to rise", Climate Copernicus, Gennaio 2019 (<https://climate.copernicus.eu/latest-four-years-have-been-warmest-record-and-co2-continues-rise>)

basti tener conto dei valori estremi delle regioni dell'emisfero nord, dove in Siberia hanno segnato +5°.

Per capire a fondo l'anomalia dovremo guardare l'immagine successiva (figura 4).



Professor Roberto Barbiero. Slide 9: fig. 4 Hawkins, Ed (January 30, 2020). "2019 years". climate-lab-book.ac.uk. Archived from the original on February 2, 2020 Book

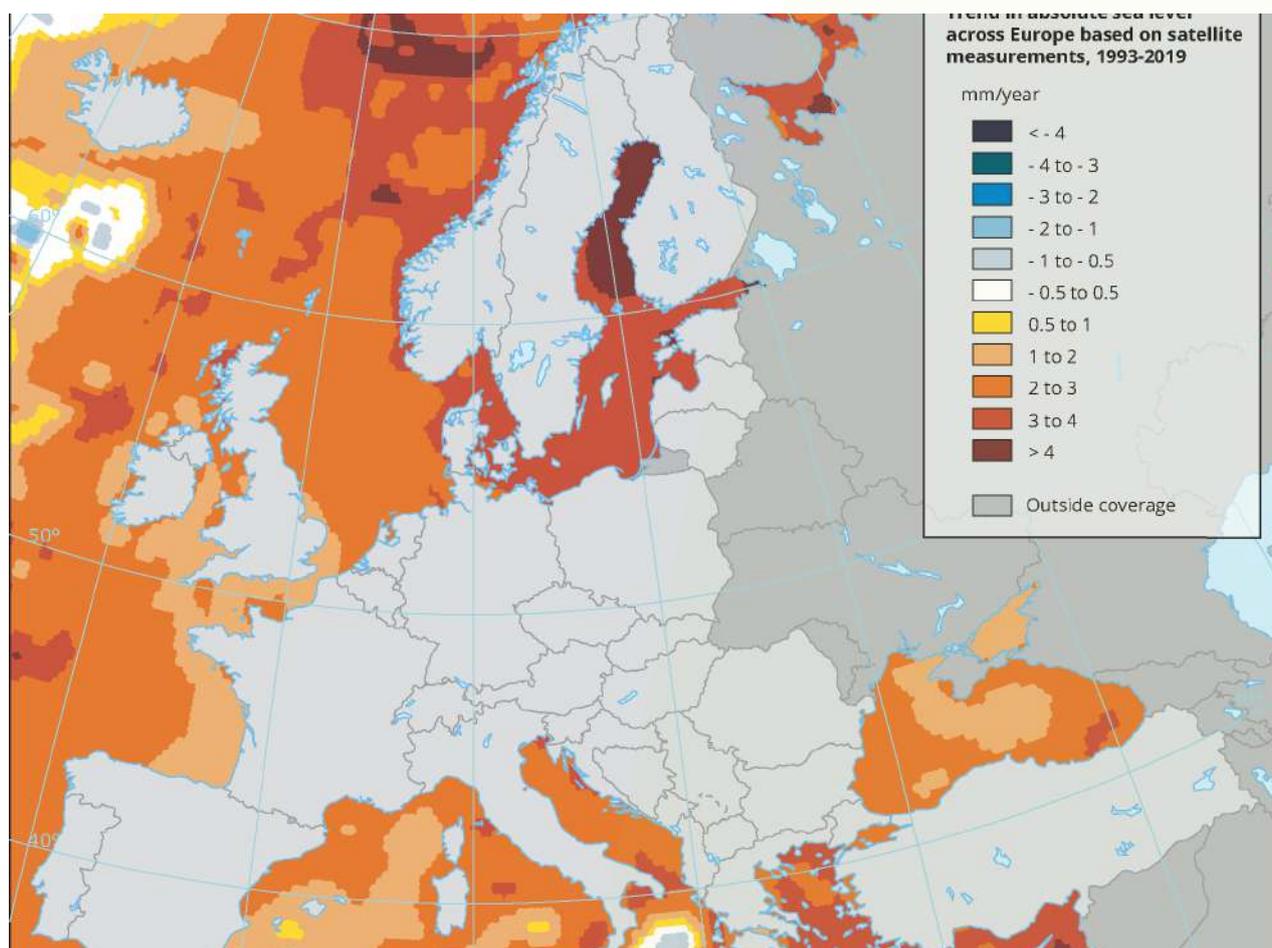
Il grafico ci dice che oggi abbiamo raggiunto una differenza stabile di temperatura rispetto all'era pre industriale di circa 1.2 gradi centigradi. Il fatto che sia un'anomalia nella storia della Terra è desumibile dal fatto che la curva riporta la storia climatologica del nostro pianeta degli ultimi duemila anni.

Le piccole glaciazioni che hanno interessato l'Europa dell'età moderna non hanno coinvolto tutta la Terra. È sconvolgente come la temperatura abbia subito un'impennata inarrestabile negli ultimi 60 anni. Per l'Italia il 2020 è il quinto anno più caldo dal 1981.

2. Gli impatti sugli ecosistemi e sulla biodiversità

È così importante un innalzamento di **1,2°** per la vita del Pianeta? Questo aumento di temperatura che sembra così infimo è invece rilevante, soprattutto per i due ecosistemi più delicati della Terra: gli **oceani** e la **criosfera**. Per quanto riguarda la **criosfera** – quella parte di mondo marino e terrestre completamente ricoperta da ghiacci – è sufficiente tenere a mente il fatto che la superficie ghiacciata dell'Antartide, della Siberia e della Groenlandia, ma anche i ghiacciai delle vette di tutto il mondo, così come l'enorme iceberg del Mare Artico, si riducono in modo celere.

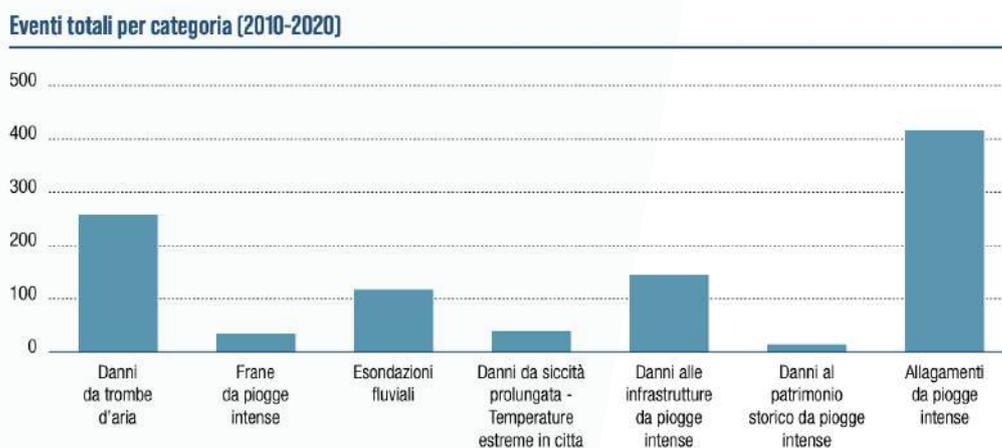
Ci soffermeremo sul **mare**, che non termina la sua corsa all'innalzamento del livello delle acque né della temperatura: dal 1870 a oggi **il livello è salito di 25 cm**. L'attività di invasione delle coste da parte del mare ha già costretto diverse popolazioni delle isole del Pacifico ad abbandonare la propria casa per sopravvivere. Per quanto riguarda il Mediterraneo, la cui situazione è monitorata sempre dai satelliti di Copernicus, si registra un trend di innalzamento dal 1993 a oggi che interessa tutta l'acqua marina che circonda l'Europa. In Italia la costa più a rischio è l'Adriatico.



Professor Roberto Barbiero, slide 14: fig. 5 “Spatial distribution of trends in mean sea level in European seas (January 1993- February 2019)”, dicembre 2019. <https://www.eea.europa.eu/data-and-maps/figures/trend-in-absolute-sea-level>

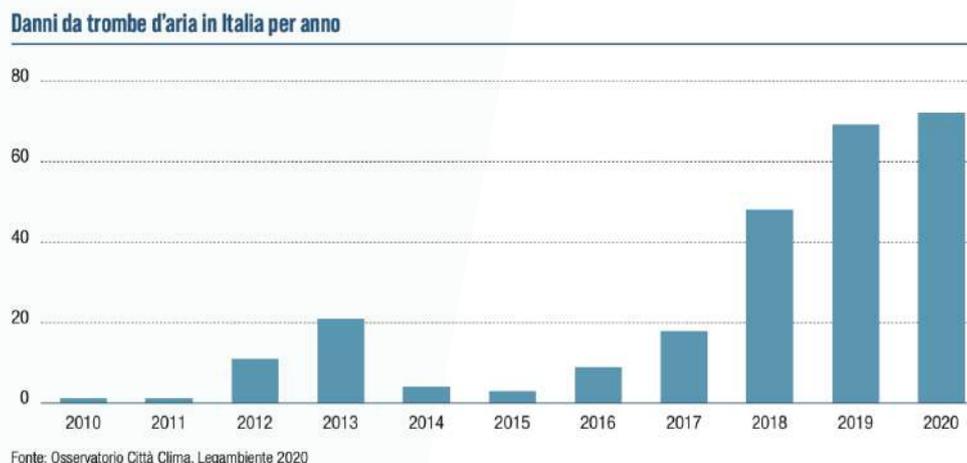
Sono tutti numeri già noti alle autorità politiche, non solo alla comunità scientifica. Tuttavia, se consideriamo il dato preoccupante dell'innalzamento delle acque che sta mettendo in fuga gli abitanti delle isole del Pacifico insieme al numero di persone che abitano sulle coste, la situazione si fa ancora più allarmante: 700 milioni di persone hanno la propria casa sulla costa, 65 di questi vivono in piccole isole.

Immaginiamo che disastro sarebbe se tutte quelle persone fossero costrette ad abbandonare la propria abitazione. Se l'innalzamento dell'acqua impone sfide ai terrestri, l'innalzamento della temperatura degli oceani mette a rischio la sopravvivenza di molti ecosistemi marini che proliferano sotto la superficie dell'acqua. Faremo solo un esempio che riguarda il Mare Nostrum. La Posidonia oceanica riveste un ruolo principale nelle acque intorno alla Sicilia, in quanto ha un'enorme capacità di assorbimento di CO₂ ed è un vero e proprio 'spazzino' a tutela della biodiversità. La sua sopravvivenza è a rischio per il riscaldamento del Mediterraneo oltre che per l'azione antropica.



Fonte: Osservatorio Città Clima, Legambiente 2020

Professor Roberto Barbiero, slide 19: fig 6, "Rapporto 2020 dell'Osservatorio di Legambiente Città e Clima", Legambiente, Novembre 2020, p. 15



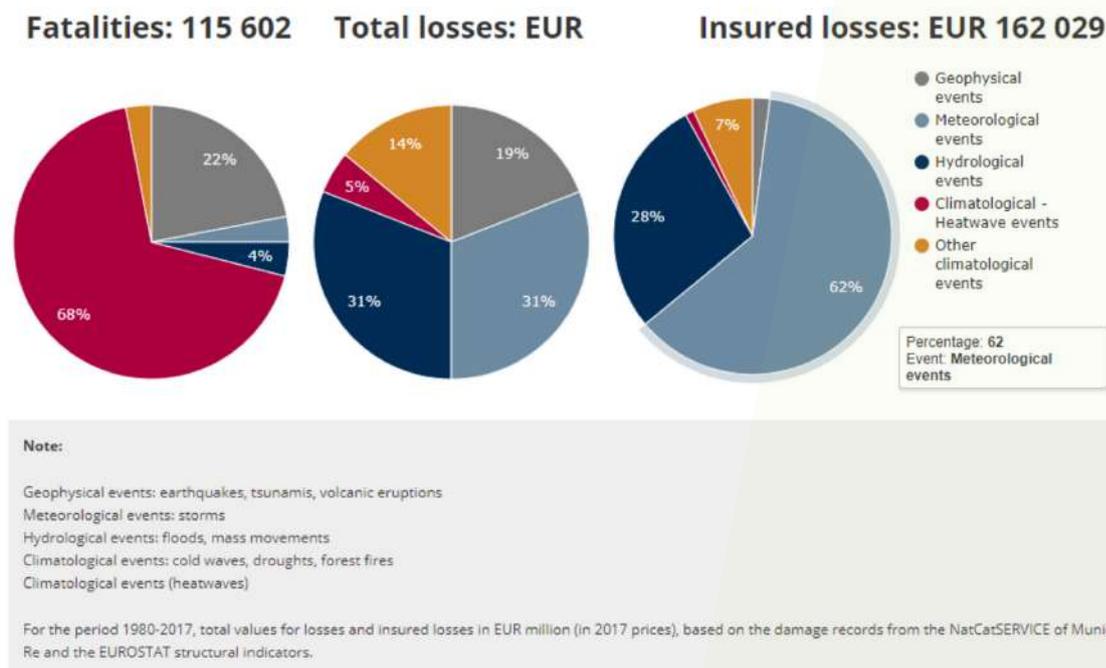
Fonte: Osservatorio Città Clima, Legambiente 2020

Professor Roberto slide 20: fig. 7, "Rapporto 2020 dell'Osservatorio di Legambiente Città e Clima", Legambiente, Novembre 2020, p. 26

Un altro effetto dei cambiamenti climatici sono gli eventi meteorologici estremi, più frequenti e più prolungati. Legambiente registra un aumento preoccupante negli ultimi 10 anni.

In Italia si è intensificata la formazione di trombe d'aria, piuttosto rare da questa parte del pianeta.

Il CMCC ha fatto uno studio importante sulla Puglia nel 2018 in cui si mostrano le proiezioni disastrose riguardo difficoltà del settore agroalimentare rispetto al deperimento della risorsa idrica. Non c'è da stupirsi, quindi, che la maggior parte delle morti che ci sono state in Unione Europea vedano come principale responsabile il caldo



Professor Roberto Barbiero, slide 22: fig. 8, "Natural hazards in EU and EEA Member States (1980-2017)", European Environment Agency, Aprile 2019. <https://www.eea.europa.eu/data-and-maps/daviz/natural-hazards-in-eea-member-countries-6#tab-dashboard-02>

Nonostante i dati di questo preoccupante censimento sulla salute pubblica, è impossibile non considerare altrettanto problematici gli eventi che colpiscono lo stato idrogeologico del Vecchio Continente, che sta danneggiando enormemente le infrastrutture.

Sono tantissimi gli impatti che colpiscono gli ecosistemi e la biodiversità, in acque e in terra. Quelli che colpiscono la salute e la sicurezza degli esseri umani sono principalmente:

Impatti diretti:

- siccità
- ondata di calore che colpisce le persone

Impatti indiretti:

- qualità di aria e acqua, con conseguenze per la salute delle persone
 - il caldo si fa vettore di malattie
 - migrazioni ambientali, dove a soffrire maggiormente sono le donne

3. Scenari di azione per il clima

La comunità internazionale cerca di contrastare l'emergenza climatica attraverso strategie

1. di mitigazione: ridurre il più possibile le emissioni di gas serra
2. di adattamento: gli impatti ci sono e bisogna mettere in campo reazioni necessarie.

È la Convenzione quadro³ a individuare gli obiettivi da raggiungere. Da 25 anni esiste anche la Conferenza delle parti (COP) dove i rappresentanti degli stati sovrani si incontrano con i principali stakeholder per discutere delle misure necessarie per affrontare il problema del cambiamento climatico. Sono anni che il problema non viene ignorato, ma i risultati ottenuti non sono sufficientemente rilevanti rispetto all'entità dei rischi da affrontare. L'accordo di Parigi del 2015 è quello che ha avuto più successo dalla Conferenza di Rio degli anni '90. Il motivo è molto semplice: invece di porre un obbligo di riduzione da raggiungere è stato richiesto a ciascun paese di offrire un contributo volontario di riduzione che viene aggiornato ogni 5 anni. La Cop26 di Glasgow è un appuntamento cruciale perché, tra le altre rivendicazioni delle parti sociali, verranno rivisti gli obiettivi di riduzione. Purtroppo gli impegni assunti con la Cop25 di Madrid non riescono ad avere un impatto significativo sul cambiamento climatico. Con il lavoro volontario delle singole nazioni comunque la temperatura aumenterebbe di 3 gradi rispetto ai livelli pre industriali entro fine secolo. Servono obiettivi ben più ambiziosi per raggiungere la desiderata riduzione di 1,5° rispetto ai livelli pre industriali. Per essere più precisi in media:

- le emissioni dovrebbero subire un taglio tre volte maggiore per ridurre la temperatura di 2° rispetto ai livelli pre industriali
- le emissioni dovrebbero subire un taglio cinque volte maggiore per ridurre la temperatura di 1.5° rispetto ai livelli pre industriali, come previsto dagli accordi di Parigi.

Nonostante l'accordo del 2015 sia stato un buon risultato diplomatico non è sufficiente a mitigare gli effetti del cambiamento climatico: lo grida la scienza, lo grida la società civile. C'è un potenziale tecnologico inutilizzato da mettere a servizio della causa. Gli obiettivi dell'European Green Deal sono:

- un obiettivo intermedio al 2030, che prevede una riduzione del 55% di CO₂ al 1990
- decarbonizzazione totale entro il 2050

Grazie all'ingente quantità di fondi stanziati dall'Unione, i singoli paesi dovranno fare la propria parte nel tradurre in pratica questi obiettivi. Quali sono i settori implicati in questa rivoluzione? Quali sono i margini entro i quali possono essere pianificate strategie degli stati sovrani? Sicuramente i settori energetico e industriale sono i più importanti perché sono quelli da cui è possibile tagliare la maggior parte delle emissioni di CO₂ a partire dalla decarbonizzazione della produzione di energia elettrica. A seguire, si rende necessario adottare politiche di riforestazione oltre che fermare l'azione di deforestazione.

3 La Convenzione quadro sui cambiamenti climatici è un accordo ambientale internazionale prodotto dalla Conferenza sull'Ambiente e sullo Sviluppo delle Nazioni Unite (UNCED, United Nations Conference on Environment and Development), informalmente conosciuta come Summit della Terra, tenutasi a Rio de Janeiro nel 1992. L'accordo fu aperto alle ratifiche il 9 maggio 1992 ed entrò in vigore il 21 marzo 1994.

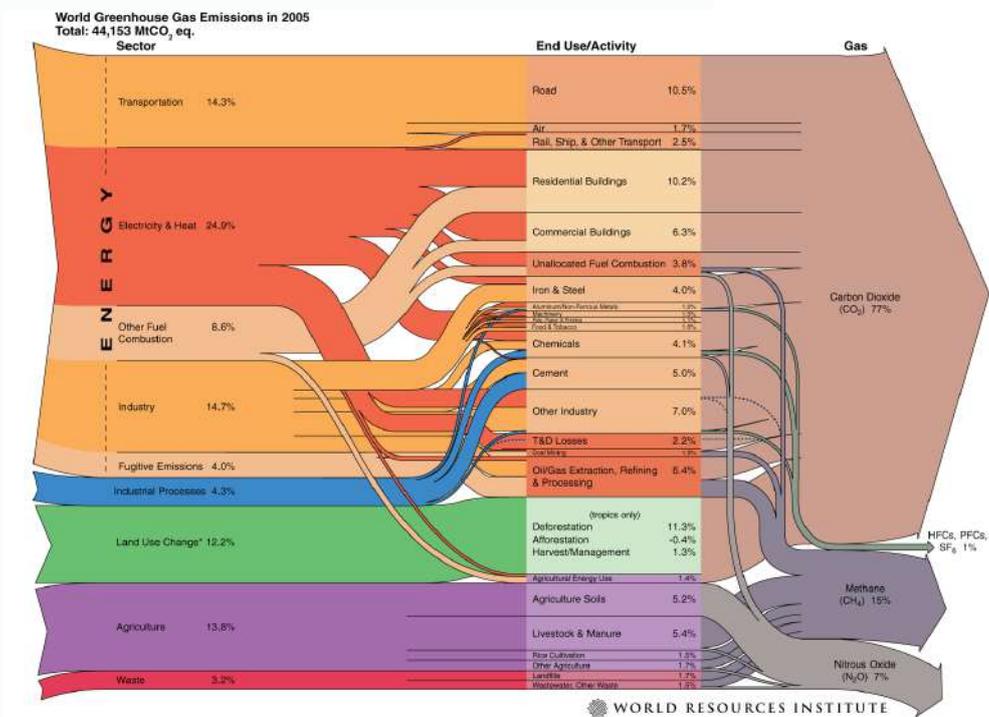
L'inversione di tendenza dal punto di vista delle politiche industriali richiederà l'impiego di professionalità diverse. Quelle maggiormente ricercate sono nei settori tecnici, ma anche le scienze umane devono essere coinvolte nella rivoluzione ambientale. Già da tempo i giovani investono in un modo di essere imprenditori nuovo: l'agricoltura e il turismo sostenibili portano la firma dei Millennial. Formarsi in questo senso va nella direzione di creare un sistema socio-economico nuovo che lavora per il clima. L'esempio del settore turistico forse è il più significativo, in quanto terza voce del PIL nazionale e maggiormente a rischio se non si capisce in anticipo come adattarsi ai cambiamenti climatici in atto. Le estati sempre più torride porteranno a una possibile presenza di turisti in altre stagioni, così come la riduzione delle superfici sciistiche può rendere la montagna visitabile con il trekking. È necessario investire sulla mobilità dolce, incrementando i trasporti pubblici e le biciclette. Il settore della ristorazione non deve essere tenuto fuori dalla rivoluzione: anche un'offerta ridotta che privilegi il km 0 può avere un impatto significativo sulla tutela dell'ambiente. L'edilizia deve diventare sostenibile, mettendo un freno all'abusivismo e alle successive sanatorie. Per quanto siano suggestivi e comodi i grandi alberghi direttamente sulla spiaggia, sono strutture che rischiano molto dal punto di vista idrogeologico con l'aumentare di fenomeni meteorologici estremi. La natura circostante non è solo uno sfondo: dobbiamo rivedere il nostro rapporto con l'ambiente, totalmente sbilanciato a nostro favore. La tutela dell'ambiente dovrebbe essere in realtà un vettore di trasformazione dell'offerta turistica: il visitatore può essere formato a diventare un consumatore consapevole dal minore impatto ambientale, felice di aver contribuito alla tutela del paesaggio.

4. La responsabilità climatica: i settori emissivi

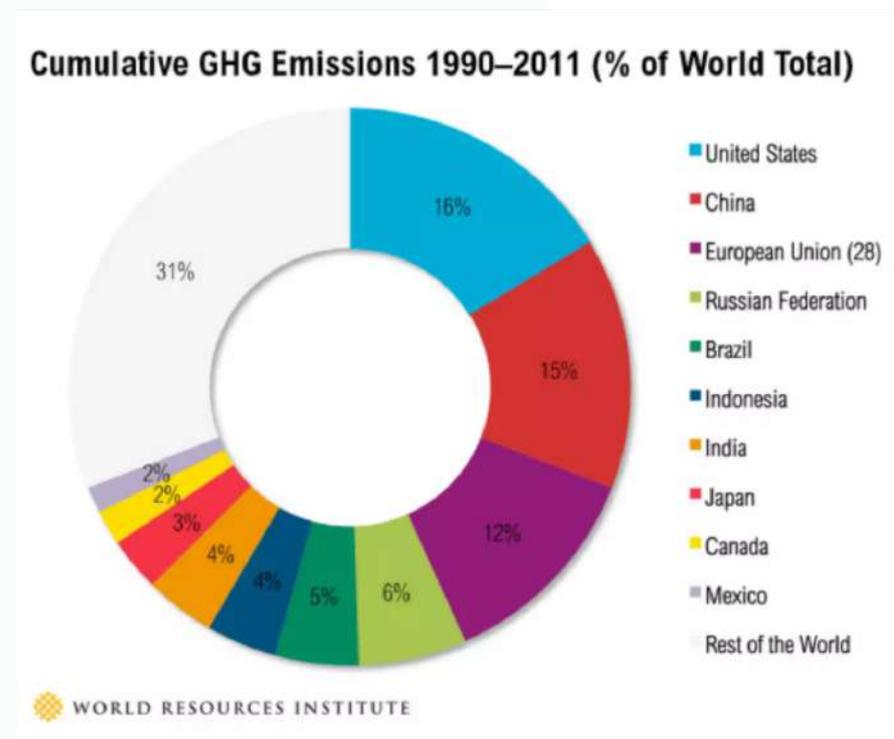
Provare ad analizzare la responsabilità dell'attuale emergenza climatica significa provare a trovare risposta a una serie di quesiti importanti:

- di chi è la responsabilità: ci sono soggetti più responsabili della crisi climatica di altri
- quali sono i modi in cui i paesi del mondo affrontano le conseguenze dei cambiamenti climatici
- quali sono le possibili soluzioni da mettere in campo

Non c'è una maniera univoca di individuare le responsabilità della crisi climatica. Infatti, è possibile esaminare la questione da diversi punti di vista: a partire dai settori produttivi, indicando quali complessivamente rilasciano maggiori quantità di gas climalteranti.



Maura Peca, slide 5: fig. 9, "World Greenhouse Gas Emissions in 2016", World Resources Institute, Febbraio 2020



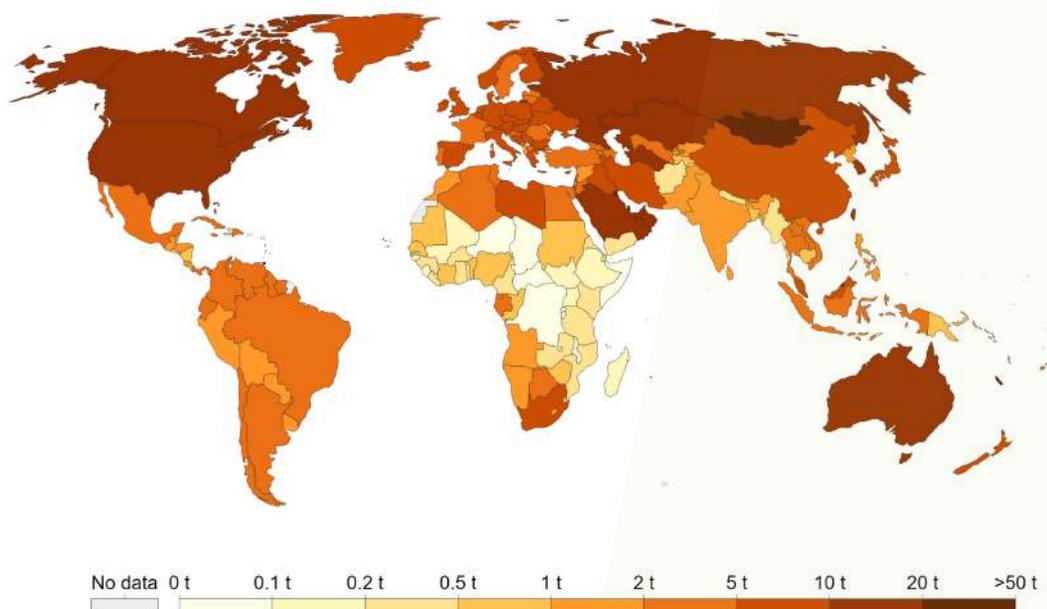
Maura Peca, slide 7: fig. 10, Cumulative GHG Emissions 1990-2011, World Resources Institute, Ottobre 2018 [https://www.wri.org/insights/interactive-chart-shows-changes-worlds-top-10-emitters] Emissioni cumulative di gas serra (fonte: World Resources Institute)

Il settore dei trasporti continua a essere quello più impattante, anche se negli ultimi anni si sta iniziando a guardare con preoccupazione alle allarmanti produzioni di CH₄ del settore agroalimentare. Non c'è da stupirsi se la Cina è al primo posto sul podio delle emissioni. Tuttavia, bisogna considerare una serie di fattori prima di puntare il dito contro il colosso orientale dell'economia. La Cina, come tantissimi altri Paesi in via di sviluppo, è meta di delocalizzazione di industrie dell'Occidente: è lecito addossare la colpa di quelle emissioni al paese della Grande Muraglia?

Inoltre, il consumo pro-capite di energie in Cina è molto più basso di quello in USA.

Per capita CO₂ emissions

Carbon dioxide (CO₂) emissions from the burning of fossil fuels for energy and cement production. Land use change is not included.



Source: Our World in Data based on the Global Carbon Project

OurWorldInData.org/co2-and-other-greenhouse-gas-emissions/ • CC BY

Note: CO₂ emissions are measured on a production basis, meaning they do not correct for emissions embedded in traded goods.

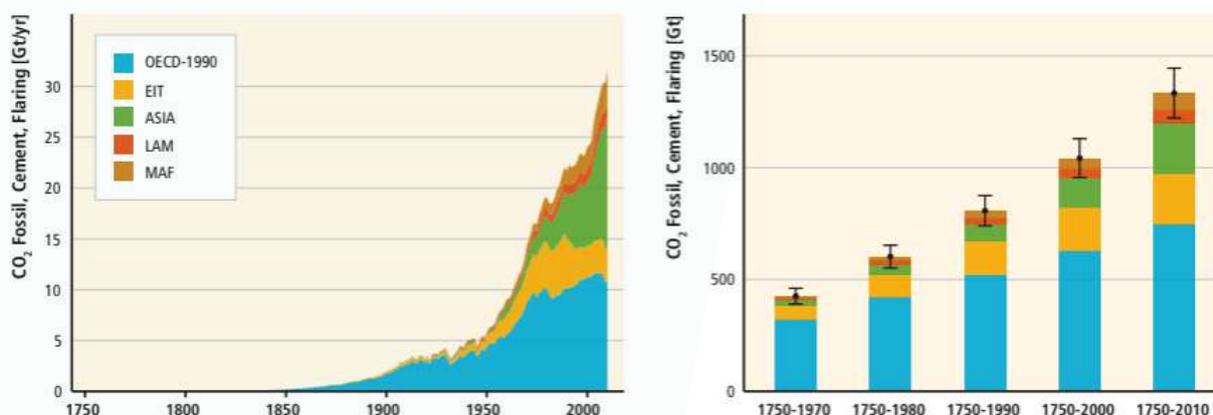
Maura Peca, slide 9: fig. 11, Per capita CO₂ emissions, 2019, Our World in Data

Se guardiamo alla qualità delle emissioni, il primato di energia elettrica prodotta da fossili va agli Emirati Arabi. Se scegliamo gli occhiali della storia, è chiaro che almeno fino al secondo dopoguerra solo i paesi⁴ del primo mondo hanno avuto un ruolo da protagonista nella storia del cambiamento climatico.

⁴ Si può visualizzare la mappa interattiva delle emissioni riconducibili storicamente ai diversi stati a questo link <https://ourworldindata.org/grapher/co-emissions-per-capita?time=1845>

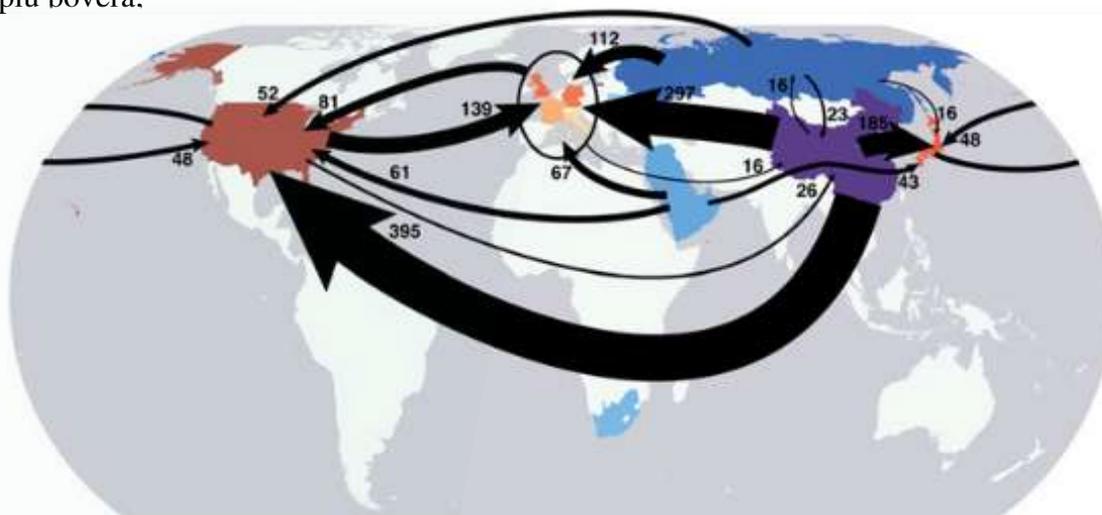
5. Le responsabilità storiche dei paesi occidentali

In [fig. 12](#) è possibile vedere qual è il contributo dei paesi del mondo al cambiamento climatico. Risulta evidente che i paesi OCSE, i più industrializzati, abbiano prodotto più emissioni a vantaggio della propria economia, motivazione che spiega la refrattarietà dei paesi in via di sviluppo a contribuire alla riduzione di inquinanti: oggettivamente il peso delle loro responsabilità è minore dal punto di vista storico. Inoltre, come già accennato, non è detto che le emissioni di un Paese siano solo frutto del proprio consumo.



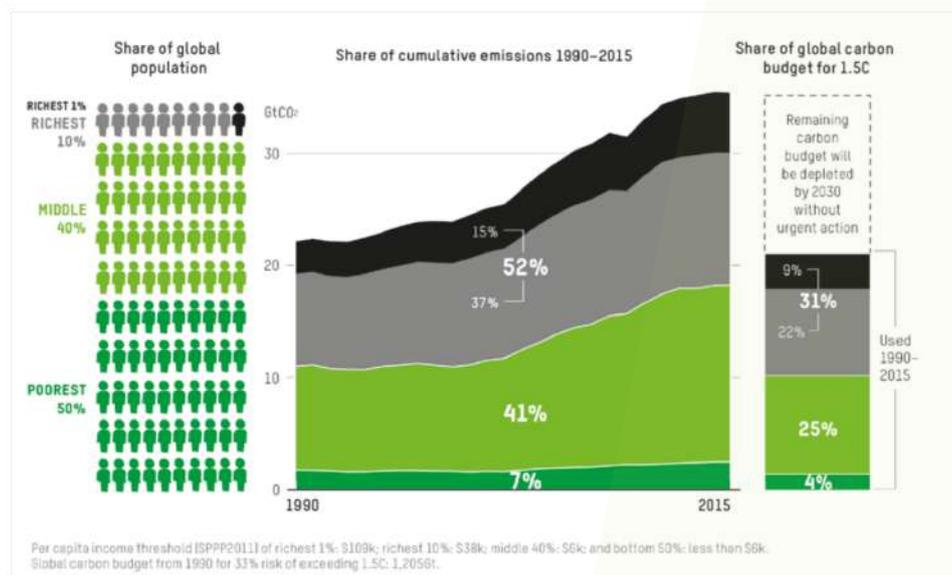
Maura Peca, slide 11: [fig. 12](#), sinistra: Emissioni di CO₂ per regione tra il 1750 e il 2010, comprese le emissioni derivanti dalla combustione di combustibili fossili, dalla produzione di cemento e dal gas flaring. Destra: emissioni cumulative di CO₂ nei periodi di tempo selezionati per regione. Fonte: IPCC wg3 ar5 chapter5 p.359

In [fig. 13](#) si osservano i flussi di CO₂ in base agli import-export di energia dei singoli stati. Per farsi un'idea delle differenze dei consumi pro-capite, sono i report di Oxfam a restituire una fedele fotografia delle responsabilità: la popolazione più ricca del mondo contribuisce al 52% rispetto a quella più povera:



Maura Peca, slide 12, [fig. 13](#), Trasferimenti globali di emissioni tra paesi nel 2004 espressi in milioni di tonnellate di CO₂ (MtCO₂), Figura 1 in Davis e Caldeira 2010. Fonte: Carbonbrief.com <https://www.carbonbrief.org/mapped-worlds-largest-co2-importers-exporters>

l'1% della popolazione mondiale produce il 15% delle emissioni totali, dove le famiglie a basso reddito sono responsabili di appena il 17% di emissioni cumulative.



Maura Peca, slide 15, fig. 14, “Confronting Carbon Inequality: Putting climate Justice at the heart of the covid-19 recovery”, Oxfam Media briefing 21, Settembre 2021

Questa discrepanza corrisponde in maniera abbastanza fedele nel confronto dei consumi individuali tra Paesi e all'interno dei Paesi. Cambiando ancora prospettiva di analisi, si vede come emergano altri attori responsabili: 23 aziende produttrici di carbone fossile sono responsabili di oltre un terzo delle emissioni globali dal 1965 a oggi; 103 compagnie di combustibili si aggiudicano il 70% di produzione di CO₂. Il contributo delle imprese fossili, però, va esaminato in un'ottica molto diversa, in quanto spesso da parte di queste aziende c'è piena consapevolezza nella produzione di disastri ambientali. Shell per 38 anni ha estratto petrolio a basso costo in Ecuador, distruggendo l'habitat di quella regione: i costi di produzione sono stati scaricati tutti sull'ambiente.

6. La giustizia climatica

Ma una volta individuati i responsabili, che cosa possiamo fare? Una delle strade da percorrere è quella della giustizia climatica, possibile da ottenere attraverso le climate litigation. Il termine giustizia climatica compare per la prima volta nel 1999 in una pubblicazione intitolata “Greenhouse gangsters vs climate justice”, elaborata dall'organizzazione Corpwatch con sede a San Francisco. Dal paper emerge come gli effetti dei cambiamenti climatici non siano equamente distribuiti sui territori. Per ottenere giustizia, attivisti di tutti i paesi del mondo hanno messo in pratica almeno due forme di mobilitazione:

- controcop, vertici alternativi in cui le parti non ammesse alla COP si incontrano per discutere delle attività da mettere in campo

- climate litigation, veri e propri processi climatici che si fanno davanti al giudice

Le climate litigation vanno diffondendosi sempre di più come pratica comune di attivismo per la lotta in difesa e tutela dell'ambiente. Solo fino a marzo 2017 sono 900 le cause intentate contro lo stato per inazione al cambiamento climatico, di cui 654 solo negli Stati Uniti. A maggio 2021 i cittadini olandesi hanno vinto la causa contro il proprio Stato che ora si vede costretto a rivedere la politica ambientale con possibili limitazioni per le aziende al fine di rispettare gli accordi di Parigi. Il 3 febbraio 2021 lo stato francese è stato giudicato inadempiente rispetto al surriscaldamento globale. Il 9 settembre i cittadini francesi porteranno di nuovo in tribunale il proprio stato per non aver predisposto politiche sufficienti a tutela della biodiversità. Il Giudizio Universale è invece una campagna italiana, la cui causa legale contro lo stato per inazione climatica è stata depositata a giugno 2021. Giudizio Universale è una causa civile che chiede, come quella olandese, misure più stringenti in termini di emissioni di gas serra, con numeri e dati alla mano a indicare il range di emissioni cui l'Italia dovrebbe sottostare per non venire meno agli accordi di Parigi.

7. Problematiche e conseguenze del modello lineare

L'aggettivo lineare designa il modello di crescita economica che ha caratterizzato gli ultimi 150 anni della nostra storia. Si caratterizza con un'economia industriale, di mercato, basata sull'estrazione di materie prime sempre nuove, sul consumo di massa e sulla produzione di scarto una volta raggiunta la fine della vita del prodotto. Questo comporta delle problematiche notevoli sia a livello ambientale che sociale. Nella produzione in ottica di economia lineare ogni materiale deriva da una nuova produzione: anche quando un prodotto potrebbe tranquillamente essere composto di materiale riciclato, anche quando dei materiali potrebbero essere reimmessi nel circolo produttivo, continua la corsa all'estrazione di risorse e dismissione di grandi quantità di rifiuti. Gli effetti sono disastrosi su tutti i fronti: inquinamento dei mari, della terra, emissioni di gas serra responsabili del cambiamento climatico e, non ultimi, gravi crisi sociali. Quando siamo di fronte a un prodotto bisogna sempre chiedersi da dove viene e dove finirà quando sarà finito il suo ciclo. Un esempio iconico di impatto sociale e ambientale riguarda la produzione di coltan e dei rifiuti elettronici. Il coltan si estrae essenzialmente in Congo, poi in Venezuela e in Olanda. Gli interessi dietro all'estrazione del coltan hanno generato una vera e propria guerra civile in Congo. La manodopera che estrae coltan è quasi esclusivamente minorile e ridotta in schiavitù. Guerriglieri armati presidiano le miniere e tengono sotto scacco lo stato congolese che non riesce ad avere un controllo degli interessi che ruotano intorno al prezioso materiale.

Potrebbe esserci un guadagno per tutti, invece non è così. Oltre all'impatto sociale, c'è anche l'impatto ambientale: c'è consumo di suolo per il continuo allargamento delle miniere, ma anche deforestazione e perdita di biodiversità, in quanto il coltan si trova proprio sotto quei boschi che sono la casa di molti mammiferi. Se dal punto di vista dell'estrazione i danni sono già preoccupanti, lo smaltimento di prodotti elettronici che hanno terminato il loro ciclo di consumo purtroppo genera situazioni simili. Le discariche di relitti elettronici sono tutte a cielo aperto a sud del mondo, per esempio in Nigeria, intorno alla capitale Lagos.

Contravvenendo alla Convenzione di Basilea, persone disperate cercano di recuperare materiale di valore in queste discariche, in condizioni pericolose.⁶

⁶ Convenzione sul controllo dei movimenti oltre frontiera di rifiuti pericolosi e sulla loro eliminazione.

Si è creato un vero e proprio business intorno a queste discariche: i metalli preziosi vengono venduti alle industrie, e ciò che è funzionante viene venduto dopo essere stato riparato.

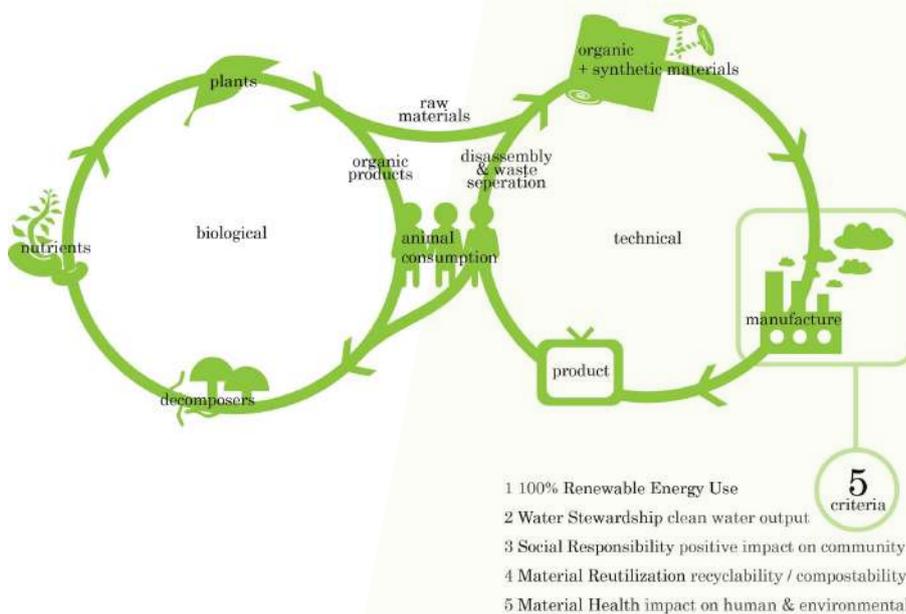
8. Storia e definizione dell'economia circolare

L'economia circolare non ha una vera e propria storia. Il primo a teorizzarla fu Kenneth E. Boulding, in uno scritto del 1966, intitolato "The Economics of the Coming Spaceship Earth". Nonostante in questa pubblicazione siano presenti tutti i principi attualmente vigenti dell'economia circolare, l'economista americano non l'ha 'battezzata' nel 1966. Scriveva:

«Siamo nel mezzo di un lungo processo di transizione nell'immagine che l'uomo ha di se stesso e del suo ambiente».

L'articolo sarebbe stato usato dal rapporto commissione UE di dieci anni dopo. Si inizia a delineare un nuovo modo di immaginare prodotti e processi di produzione virtuosi, poco impattanti, equi e ad alto valore sociale e territoriale. Si inizia a pensare a un modello di economia che riduce lo scarto, differenzia le fonti di approvvigionamento di materie prime e allunga la vita ai prodotti massimizzando il loro valore d'uso. Kenneth Boulding non parlava di economia circolare ma la sostanza è la stessa: era convinto che i meccanismi che contraddistinguono i sistemi viventi debbano caratterizzare anche il funzionamento dei sistemi economici: gli scarti di una filiera devono essere considerate sostanze nutrienti per un'altra filiera che, dopo averli lavorati, li reimmette nel ciclo biologico e tecnico. Da qui nascono alcuni approcci specifici tra cui 'cradle to cradle' (dalla culla alla culla), biomimetica, ecologia industriale ed economia blu.

CradletoCradle



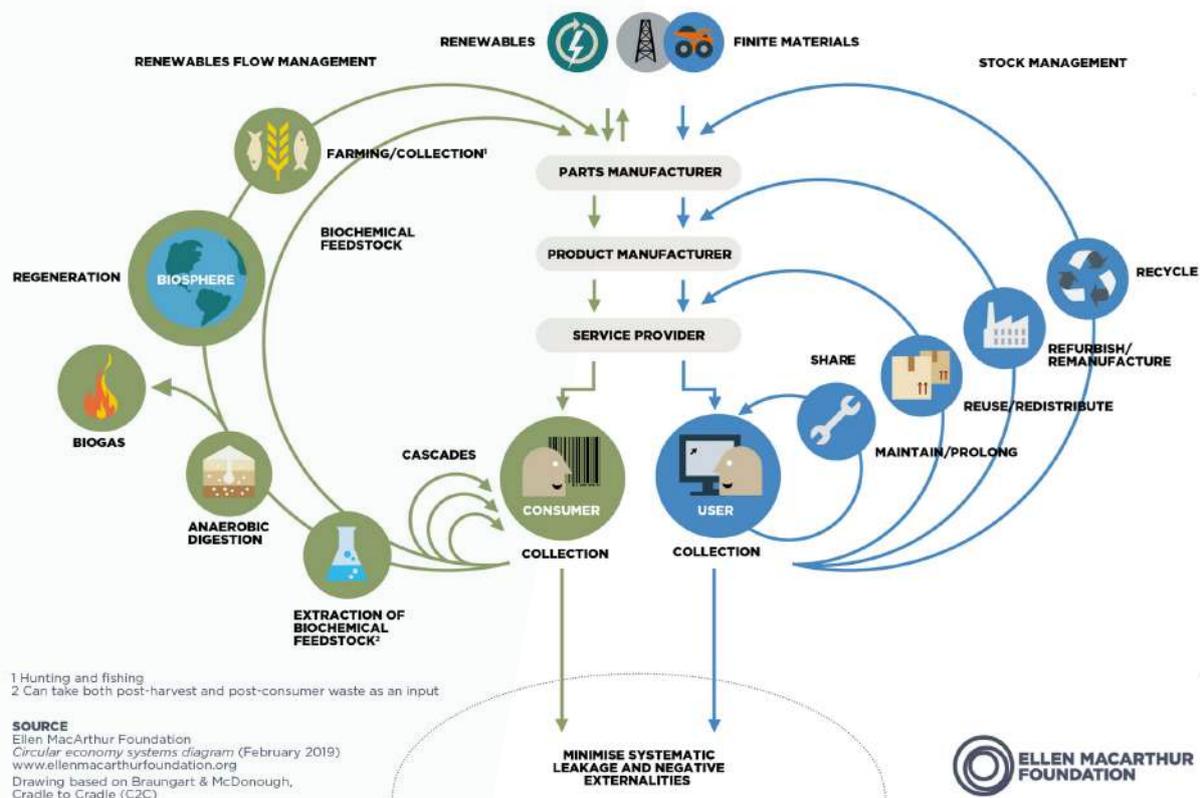
Alessandra De Santis. Storia e definizione dell'economia circolare
slide 66, fig. 15, "Biologischer und Technischer Wyklus", Rex banditor, Novembre 2017
[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Cradle_to_cradle.jpg]

Ma il percorso dal rapporto della Commissione UE alla teorizzazione di sistemi economici che devono imparare a funzionare come organismi, ha una strada molto lunga e passa per “The potential for substituting manpower for energy”, articolo del 1981 scritto a quattro mani da Water Stahel e Genevieve Reday. I due autori delinearono la visione di un’economia circolare e il suo impatto positivo sulla creazione di posti di lavoro, risparmio di risorse e riduzione dei rifiuti. L’anno seguente, il 1982, la ricerca venne pubblicata in “Jobs for Tomorrow”. Per la prima volta si teorizza una conversione dei processi produttivi assimilando i materiali usati a elementi naturali da rigenerare. I progettisti vengono incoraggiati ad assumere una visione olistica rispetto alla dimensione industriale, includendo la società. I benefici del modello circolare derivano dal fatto che non si limita ai bisogni dell’industria manifatturiera (assimilabile all’agroalimentare), dove all’occorrenza si distruggono le eccedenze per scongiurare il crollo dei prezzi del prodotto. I bisogni della società devono arrivare a modificare il sistema economico.

‘Cradle to cradle’ è un importante libro nella storia dell’economia circolare pubblicato da McDonough e Braungart nel 2002. La teoria del sistema economico circolare non riesce a tenere dentro esclusivamente i prodotti del ciclo industriale, ma quelli di due cicli, il manifatturiero e l’agroalimentare, facendo in modo che le componenti tecniche e biologiche siano sempre separabili per fare dei rifiuti dell’uno il nutrimento dell’altro.

La Ellen MacArthur foundation nel 2010 delinea in questo modo i principi cardine e l’opportunità economica del modello circolare:

«È un’economia progettata per autorigenerarsi, in cui i materiali di origine biologica sono destinati a essere reintegrati nella biosfera e quelli tecnici devono essere progettati per essere rivalorizzati senza entrare nella biosfera».



Alessandra De Santis, slide 70, fig. 16, Diagramma a farfalla dell’economia circolare (Fonte: Ellen Mc Arthur 18 Foundation, Circular-economy systems diagram, February 2019)

Nel diagramma a farfalla si vede in che modo i due cicli possono comunicare per non produrre scarto. In questo modo anche l'attore sociale non è più un consumatore ma un utilizzatore. Per questo motivo un sinonimo di economia circolare è proprio economia ecosistemica.

Nel 2014 finalmente l'economia circolare entra tra le priorità dell'agenda europea: diventa un campo di ricerca per il quale la Convenzione Quadro stanziava fondi. A settembre 2014 il Parlamento Europeo presenta il primo pacchetto legislativo volto alla riduzione di rifiuti. A Natale del 2015 la commissione presenta "Il Pacchetto Economia Circolare" fissando gli obiettivi comuni, i cui testi sono stati approvati ad aprile 2018. Ricevuta l'approvazione formale del Consiglio Europeo, gli stati membri hanno avuto tempo fino all'estate 2020 per recepire questo pacchetto legislativo, che riguarda rifiuti, discariche, imballaggi, veicoli a fine vita, pile e accumulatori a fine vita, rifiuti di apparecchiature elettriche ed elettroniche.

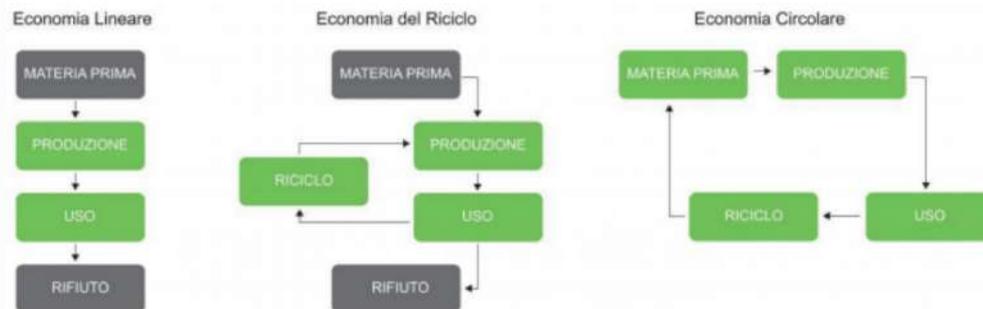
Il transito dall'economia lineare a quella circolare sarà possibile solo se le risorse e i rifiuti verranno incorporati in un paradigma completamente nuovo sotto il profilo della produzione industriale. Il modello economico finora vigente non ha tenuto conto degli impatti climatici della produzione industriale. Per capire perché l'economia circolare è meno impattante di quella lineare basti pensare che quest'ultima è quanto di più radicalmente diverso esista rispetto agli ecosistemi naturali. Con la produzione industriale facciamo esattamente il contrario di ciò che accade in natura, dove non esistono i rifiuti.

Inspiriamo ossigeno ed espiriamo CO₂ che garantisce la sopravvivenza delle piante.



Alessandra De Santis, fig. 17: il ciclo di produzione dell'economia lineare è diverso rispetto al ciclo di vita dell'ecosistema, dove non esistono sprechi.

I sospetti che aleggiano sopra l'economia circolare dipendono dal fatto che spesso viene scambiata con l'economia del riciclo, basata su un'idea semplicistica del riciclaggio dei materiali.



Alessandra De santis, slide 54, fig. 18. Resoconto della consultazione “Economia circolare e uso efficiente delle risorse”, Dicembre 2018. Economia lineare, del riciclo e circolare: differenze in uno schema (Fonte: Ministero dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare)

Il paradigma madre da cui discendono tutte le teorie dell'economia circolare è quello delle tre R: riduci, riusa, ricicla. Tuttavia, ciò che manca affinché si possa pienamente parlare di economia circolare è una quarta R: ripara. A seconda di come vengono declinate le quattro R, si ottiene una strategia diversa, altrettanto valida, di economia circolare, che si modella sulla specifica filiera di riferimento.

Proprio come in natura gli ecosistemi comunicano tra loro pur stringendo relazioni diverse tra le parti, allo stesso modo le filiere di riproduzione possono funzionare in maniera diversa producendo scarti che diventano materia prima di altre filiere.

PARTE 2: Educazione ambientale: inquadramento teorico, metodi, strumenti di animazione e comunicazione

Inizia il viaggio alla scoperta delle professioni all'aria aperta, partendo dalla figura dell'educatore/educatrice ambientale.

Siamo in Sicilia, Regione che secondo i dati 2020 del CNR rischia la desertificazione per il 70% del suo territorio e in cui nel 2021 l'ANBI (Associazione Nazionale dei Consorzi per la Gestione e la Tutela del Territorio e delle Acque Irrigue) ha riscontrato una capacità dei bacini dimezzata rispetto alla capacità totale di portata. In questo contesto abbiamo scelto di riportare la voce della cooperativa Palma Nana, attiva dal 1983 nel campo della conservazione e della protezione dell'ambiente, della sensibilizzazione dei cittadini, della promozione, dell'educazione e della ricerca scientifica. Palma Nana gestisce un Centro di Educazione Ambientale nel Parco delle Madonie e un Centro di Educazione alla Sostenibilità nella città di Palermo e ha sviluppato un proprio metodo educativo di cui leggerai le principali caratteristiche. Ciò che contraddistingue Palma Nana e che vogliamo condividere come lente per supportare il cambiamento è l'approccio ecologico che utilizza in tutte le sue attività: dalla didattica nelle scuole, ai laboratori nei giardini e spazi verdi, ai corsi di aggiornamento, dibattiti, mostre, eventi, campi estivi per ragazzi, vacanze natura per adulti, campi famiglia ed escursioni in ambienti naturali ed urbani, laboratori ludici e attività aggregative.

Ci spostiamo poi in Basilicata, dalla cooperativa META - Manifestazioni Eventi Turismo Ambiente, dal 2006 accreditata presso la regione Basilicata come Centro di Educazione Ambientale ed alla Sostenibilità con il nome di CEAS "Oasi Bosco Faggeto" di Moliterno. La cooperativa ha come obiettivo quello di sensibilizzare la comunità locale intorno alle tematiche relative alla protezione della biodiversità e dello sviluppo socio-culturale ed economico, compatibilmente al rispetto e alla valorizzazione del patrimonio ambientale locale, con la finalità di promuovere cambiamenti nei comportamenti individuali e nelle scelte dei decisori politici operanti a diversi livelli. La cooperativa opera in un contesto particolare: quello della Val D'Agri, un'area di grande interesse naturalistico, paesaggistico, storico, culturale e agricolo che ospita uno dei più importanti giacimenti di idrocarburi sfruttato da Eni dalla metà del '900. L'attività dell'impresa ha contribuito a cambiare il territorio, provocando sia problemi di tipo ambientale (es. sversamento di 400mila tonnellate di petrolio del 2017); sia di tipo sanitario come verificato dalla valutazione di impatto sanitaria (VIS) realizzata sugli abitanti della Val d'Agri da cui è emerso un incremento dell'11% della mortalità rispetto al resto della regione. In questo contesto l'educazione ambientale ha un ruolo strategico nel far comprendere ai giovani le specificità del loro territorio, l'impatto dell'attività estrattiva e come questa contribuisce al cambiamento climatico.

Saliamo verso Roma, sede dell'Associazione A Sud, che dal 2003 si occupa di conflitti ambientali, in Italia e in tutto il mondo, sostenendo le comunità nelle battaglie a difesa dei loro territori, offrendo loro voce e spazio attraverso i propri canali, fornendo supporto e strumenti attraverso il monitoraggio indipendente, la progettazione, la formazione. In particolare, nella città di Roma l'associazione è attiva in diversi progetti di monitoraggio ambientale e formazione attraverso i quali costruisce e invoca un ripensamento del modello di gestione ambientale che includa la tutela del suolo, della qualità delle acque e dell'aria, la valorizzazione del patrimonio naturale, la corretta gestione del ciclo dei rifiuti, poiché parte integrante della qualità della vita in città. In queste pagine presentiamo alcuni spunti per impostare attività di formazione all'aria aperta per le nuove generazioni, perché insegnare a osservare con stupore ciò che ci circonda e a rintracciare i segni della natura anche tra l'asfalto delle città significa formare cittadini e cittadine consapevoli.

Concludiamo la panoramica delle esperienze di educazione ambientale con un focus sulla professione della guida ambientale escursionistica, una figura in grado di connettere patrimonio ambientale e naturale con quello artistico e culturale e il tema del turismo, che vedremo nel prossimo capitolo. La guida ambientale escursionistica è una figura "ibrida", che richiede moltissime competenze e che vivendo la natura attraverso la sua professione può testimoniare i rapidi cambiamenti dell'ambiente, guidarci alla sua interpretazione e formarci per la sua salvaguardia.

Infine, trovi un mini corso essenziale per chiunque decida di intraprendere un'attività di comunicazione ambientale: come individuare il pubblico a cui rivolgersi, come utilizzare i canali social per trasmettere il nostro messaggio.

I testi sono liberamente tratti dalle lezioni online tenute da Fabrizio Giacalone (educatore ambientale Palma Nana), Cristiana Cortesi (collaboratrice A Sud, guida ambientale escursionistica ed educatrice ambientale), Isabella Abate (presidente META, guida ambientale escursionistica ed educatrice ambientale), Davide Galli (Presidente Nazionale AIGAE - Associazione Italiana Guide Ambientali Escursionistiche), Marica Di Pierri (Responsabile area comunicazione e pubbliche relazioni associazione A Sud; direttore responsabile economiacircolare.com), nei mesi di Marzo e Aprile 2021 all'interno del corso UnLocked.

1. Il metodo della Palma Nana

Palma Nana è una cooperativa fondata nel 1983 che si occupa di educazione ambientale e consumo responsabile, è una realtà in cui si trovano a collaborare tantissime figure professionali: dall'educatore ambientale, alla guida escursionistica agli architetti. In questo contesto si è creato un approccio sincretico all'educazione ambientale che Palma Nana ha messo nero su bianco e che porta avanti nella pratica. Dal momento che tutti viviamo sulla stessa Terra, tutti partecipiamo alla sua vita naturale e anche da cittadini delle grandi metropoli non possiamo non pensare che qualsiasi azione non sia in una relazione dinamica. Gli abitanti sono dunque indissolubilmente legati alla Terra e le relazioni tra l'uomo e gli altri esseri viventi e le reazioni prodotte dalle nostre singole azioni devono essere guidate da autoconsapevolezza.

L'educazione ambientale diventa così una pratica di vita, i cui i temi sono valori che si sviluppano nel nostro operare. Alimentando il rispetto, della natura e dell'altro, e il voler lavorare in comunità e attraverso la comunità, l'educazione ambientale diventa un'educazione del fare e non della parola. La coerenza non è solo una virtù da praticare in teoria, ma si ottiene attraverso il fare.

L'educazione ambientale non è distinta dall'educazione alla bellezza. Riconoscere la bellezza non significa solo elencare ciò che riteniamo bello, bensì riconoscerla nella natura e nell'altro e farla propria. Bello è accogliere il singolo in un gruppo, perseguendo il benessere dell'individuo e del gruppo stesso. Il metodo attraverso cui l'amore per l'ambiente arriva a riflettere ogni pratica di vita non arriva in secondo piano: insomma, il fine non giustifica i mezzi.

Il gioco non è una dimensione importante solo per i bambini, ma anche per i giovani e per gli adolescenti. In un gioco ci sono ruoli e regole, a prescindere se si giochi individualmente oppure in squadra. Senza l'aiuto dell'altro, che può avvenire anche solo attraverso il rispetto delle regole qualora ci fosse competizione, non si impara a stare in comunità. Il momento ludico dovrà essere accompagnato da riflessioni e momenti di collaborazione. Inoltre, non si può fare educazione ambientale senza coinvolgere il contesto territoriale: soltanto attraverso la partecipazione di tutti si può agire ai fini di tutelare l'ambiente.

Suggerire alternative di stili di vita in ottica di sostenibilità può avvenire attraverso le più diverse forme di comunicazione. Soprattutto dopo la pandemia, si è sviluppato uno sguardo innovativo sulla comunicazione: non sono i mezzi a essere rivoluzionari, ma la nuova percezione del modo di incontrarsi è stato uno stimolo potente a trovare altre forme per fare educazione ambientale. Oggi, coinvolgere le persone dal vivo è importante soprattutto per un altro aspetto: abituarti di nuovo ad appassionarsi a qualcosa, sforzarsi a trovare passione e innamoramento legato ai temi educativi e all'ambiente.

2. Educazione non formale e outdoor education

Lo stile educativo di Palma Nana rientra nella cosiddetta educazione non formale, un tipo di educazione che ha luogo al di fuori del curriculum previsto dall'istruzione formale. L'educazione non formale, altrimenti detta semistrutturata, si riconosce per le seguenti caratteristiche:

- intenzionalità: il discente spesso non è consapevole di vivere un'esperienza educativa
- volontarietà: il discente è disponibile all'apprendimento
- multifattorialità: esiste una molteplicità di luoghi in cui può avere luogo l'esperienza educativa
- permanenza: l'apprendimento non si esaurisce con l'esperienza ma si reitera durante l'arco dell'esistenza
- praticità: l'apprendimento non avviene attraverso l'introduzione di una teoria formale
- orizzontalità: il discente non assorbe passivamente i contenuti dal docente, ma si costruisce una relazione tra le due parti.

Viene con sé che la lezione frontale sia totalmente esclusa dai possibili metodi didattici. Piuttosto, con l'educazione non formale si prediligono metodi partecipativi in cui il docente è più un facilitatore che spinge il gruppo a collaborare, affinché si lavori su progetti che vanno incontro agli interessi dei giovani. 'Rinunciare alla cattedra' predispone i partecipanti all'esperienza educativa, che non si considera efficace a seguito di una valutazione ma sulla base del conseguimento di obiettivi diversificati a seconda del target. Le tecniche educative prevalentemente usate sono: cooperative learning, brainstorming, circle time, learning by doing, problem solving, role playing.

Quando si parla di educazione ambientale il primo pensiero va all'outdoor education, che è piuttosto uno stile e non una disciplina. Per outdoor education si intendono tutte le attività educative, curricolari oppure no, svolte all'aperto da ogni agenzia educativa (es. scuole, associazioni, enti locali). L'outdoor education nasce in Inghilterra ai primi del '900 dalle teorie pedagogiche di Baden-Powell, fondatore del movimento scout. Secondo il pedagogista inglese le esperienze e le avventure all'aria aperta sono occasione di crescita sia morale che fisica. L'outdoor education è resa celebre da John K. Dewey, filosofo americano secondo il quale l'educazione all'aperto è fondamentale perché fonte di esperienze sociali in cui il soggetto costruisce un rapporto con l'ambiente in maniera attiva. In questo senso l'outdoor education è un ritrovato strumento educativo, al centro di studi di numerose correnti pedagogiche. Un ambiente educativo all'aperto è importante per molti motivi, perché coinvolge tutti i sensi, quindi aumenta la capacità di osservazione, dà un apporto esperienziale nell'apprendimento aumentando gli interessi e dunque migliorando la qualità dell'esperienza; perché facilita la capacità di trovare parole alle situazioni e quindi lo sviluppo della verbalizzazione e della comunicazione; perché le esperienze dirette nel fare migliorano la conoscenza e la destrezza.

3. L'educazione ambientale come sfida all'educazione delle nuove generazioni

L'argomento viene dopo l'approccio. Uno dei modi per fare educazione ambientale, soprattutto ai più piccoli, consiste nell'invertire il processo di apprendimento dell'educazione formale: a partire da attività pratiche, da esperienze guidate, si raggiunge non solo una conoscenza maggiore dei temi affrontati ma anche un'intenzione a impegnarsi per saperne sempre di più e fare sempre di più. Per ottenere l'interesse delle nuove generazioni a essere coinvolte nel processo di cambiamento non bisogna dare solo cattive notizie ma anche vie d'uscita.

Nelle scuole iniziano a essere approfonditi i temi relativi alla crisi climatica, all'inquinamento, agli impatti ambientali. Tuttavia, sembra non esistano mezze misure sul modo di impostare la questione e di riceverla da parte degli studenti di tutte le età: o ci si abbandona al catastrofismo o si invoca come unica soluzione quella della chiusura totale dei rubinetti dei consumi. Con l'educazione ambientale si viene a conoscenza di altre possibilità: è importante per i bambini e i ragazzi lavorare senza rassegnazione per costruire un futuro. Dobbiamo restituire speranza alle nuove generazioni, affinché non sentano di vivere in un mondo con la data di scadenza irreversibile ma si impegnino a preservarlo. Anzitutto è impossibile pensare di convincere i cittadini del domani ad avere un rapporto con il Pianeta diverso da quello che abbiamo avuto noi se non li mettiamo in condizioni di imparare a stare in relazione con la natura. La natura intesa non come uno sfondo ma come soggetto con cui entrare in relazione, da rispettare. Poiché impariamo a rispettare l'Altro soprattutto quando siamo abituati ad averlo intorno e lo abbiamo conosciuto meglio, allo stesso modo dobbiamo rapportarci con la natura: si tutela ciò che si ama, ciò che si conosce e si pratica ogni giorno.

Da questo punto di vista, a seguito dell'impatto del coronavirus e le chiusure forzate, è fondamentale ritrovare una connessione con l'ambiente naturale, soprattutto per le nuove generazioni. Sono sempre di più bambini e ragazzi che si precludono una gita all'aria aperta se non hanno la certezza di avere dei servizi dove espletare bisogni fisiologici. Imparare ad attraversare la natura insieme significa anche recuperare una dimensione di lavoro in comunità che si sta perdendo. Pensiamo al fatto che siamo abituati a raggiungere qualsiasi posto con la macchina e il disappunto che si prova ogni volta che non è possibile parcheggiare il proprio mezzo di locomozione privato esattamente dove vorremmo. Attraversare la natura significa anche riscoprire la fatica. Sulla base del percorso si possono praticare una serie di virtù senza che queste vengano prima studiate in teoria: ordine e cooperazione tra compagni di percorso nell'attraversare un piccolo ponte, silenzio per ascoltare le tracce sonore di animali e piante, rispetto degli alberi per tutto il lavoro che essi compiono all'interno dell'ecosistema. La natura è una strada maestra che ci consente di attivare ogni sfera cognitiva: osservare e toccare uno spazio naturale consente di stimolare creatività e fantasia in modo assolutamente spontaneo. I bambini in particolare inizialmente

rimangono delusi dal fatto che i piccoli e grandi mammiferi, così come gli uccelli, non si rendono disponibili ai loro occhi. Però poi nel cercare impronte o nell'ascoltare i versi degli uccelli scoprono che il sottobosco è pieno di insetti molto più semplici da studiare e osservare. I lombrichi spesso non fanno una bella fine, ma sono un espediente cruciale per parlare dell'ecosistema dei boschi che, a differenza dell'economia umana, non lascia rifiuti. Un altro abitante molto popolare tra i bambini è il girino, che suggerisce diversi input: ciclo vitale, qualità dell'acqua. Alla fine per suscitare la loro meraviglia non c'è bisogno di un incontro con chissà quali animali esotici: rimangono incantati anche da pecore e asinelli da allevamento. Osservare gli animali in libertà è un aspetto importante per costruire l'empatia.

In ambito educativo stiamo riscoprendo il ruolo della lettura: con la nuova produzione editoriale che dissemina temi di interesse civico attraverso storie accattivanti, i bambini tornano ad abituarsi ad ascoltare e sono disposti a lasciarsi affabulare. Se poi la lettura avviene in uno spazio verde urbano, ecco che i piccoli cittadini imparano a conoscere il parco sotto un altro aspetto che non è solo quello ludico con i propri coetanei. In questo modo l'outdoor education diventa una vera e propria esperienza di educazione civica. Ma l'educazione ambientale non si limita al sentimentalismo: le emozioni sono un punto di partenza per affrontare argomenti più complessi, in modo semplice e mai semplicistico. L'ecologia è la materia trattata peggio nelle scuole, dove si parla molto poco del funzionamento degli ecosistemi. Come ambito disciplinare, invece, è molto importante perché aiuta a capire in che modo gli ambienti naturali sono interconnessi, perché il trapianto di specie animali o vegetali spesso produce disastri ambientali, perché il continuo consumo di suolo e il riscaldamento globale portano alla presenza di animali anche nei centri abitati.

4. L'interpretazione ambientale e il modello costruttivista

L'interprete ambientale (naturalist interpreter) è una professione recente, anche se le sue radici risalgono a centinaia di anni fa. Pensiamo agli aedi della tradizione classica o ai bardi della tradizione sassone: erano narratori depositari della saggezza popolare e responsabili della sua trasmissione da una generazione all'altra, prima che l'apprendimento attraverso la lettura diventasse una consuetudine di massa. Mentre, risale solo agli ultimi 40 anni, il contributo che discipline come la psicologia, la sociologia e il marketing hanno dato alla teoria e alle tecniche su cui si basa l'Interpretazione Ambientale. Gli interpreti ambientali lavorano in vari settori: parchi, musei, zoo, società che propongono accompagnatori per viaggi avventurosi, crociere. Indipendentemente dall'ambito di lavoro, gli interpreti hanno un obiettivo comune: fare da tramite tra i visitatori, il contesto ambientale e la sua storia.

I fruitori dell'educazione ambientale non sono dei vasi da riempire. L'esperienza di apprendimento guidata dall'interprete ambientale sarà pertanto davvero efficace solo se non si segue uno stile 'trasmissivo'. Soprattutto con le scuole, non bisogna nascondere agli studenti i problemi su cui si sta lavorando.

Secondo il modello costruttivista o dialogico i problemi sono opportunità di crescita e di apprendimento.

La soluzione alle questioni che si pongono durante l'esperienza non deve essere imposta dall'insegnante dalla cattedra, ma va costruita perché è un'opportunità evolutiva in tutto e per tutto, esattamente come accade in natura, dove tantissimi organismi si stanno adattando molto velocemente ai cambiamenti climatici.

Se i problemi nascono nella società, allora socialmente vanno messi in discussione: la costruzione dei problemi si genera dai conflitti originati dalla molteplicità dei punti di vista che portano a costruire un senso per i fatti. Il modello costruttivista si muove dalla problematizzazione ad arrivare alle soluzioni. Uno dei principi cardine che permette di avere un buon rapporto con i viaggiatori, turisti o studenti è quello di porsi come esempio da seguire: un interprete ambientale dovrà porre la massima attenzione a come si comporta. Se raccogliete reperti o per distrazione vi cade qualcosa a terra, i visitatori si sentiranno autorizzati a fare altrettanto. Bisogna essere coerenti con quello che si dice e non sottovalutare la necessità di rendere confortevole l'esperienza. Dunque, ecco alcuni consigli:

- Guardate sempre il pubblico negli occhi, per essere sicuri di mantenere l'attenzione delle persone;
- Evitate gli occhiali da sole, perché impediscono al pubblico di guardarvi negli occhi;
- Coinvolgete sempre il gruppo anche quando la vostra interpretazione non prevede attività pratiche (ponendo domande, attirando l'attenzione su un particolare);
- Cercate di non parlare mai dando le spalle al pubblico, anche se state interpretando un paesaggio, o illustrando una mappa su un pannello;
- Fate in modo che vi possano vedere tutti, quindi cercate un posto sopraelevato o più in basso del pubblico, oppure fate in modo che le persone si possano disporre attorno a voi in un semicerchio;
- Evitate di parlare a un gruppo in fila per due lungo un sentiero mantenendovi a un capo della colonna;
- Quando vi fermate a parlare fate in modo che il pubblico possa vedere lo scenario migliore; quindi il paesaggio o la visuale più bella dovrà essere alle vostre spalle;
- Se il sole è basso e dà fastidio agli occhi fate in modo che non disturbi l'attenzione dei visitatori; se è necessario posizionatevi in modo che siate voi ad avere il disagio maggiore;
- Camminate sempre con il passo della persona più lenta;
- In un sentiero molto ripido fermatevi ad aspettare un gruppetto di ritardatari che fanno fatica a seguirvi, non ripartite subito appena saranno arrivati: per chi fa fatica a camminare è molto frustrante non potersi riposare mai e non seguire le attività di interpretazione che state facendo;
- Evitate di parlare a lungo con le persone che sono vicino a voi mentre vi spostate: se vi fanno domande su argomenti che possono interessare tutti o che richiedono una lunga dissertazione fermatevi e coinvolgete l'intero gruppo;
- Evitate di prendere foglie o altri reperti vegetali, se è proprio necessario chiarite che lo fate a fini didattici e invitate il gruppo a non imitarvi e spiegate il motivo; se si tratta di una scolaresca spiegate che darete la foglia all'insegnante che la porterà in classe e la custodirà per tutti;

- Pensate sempre a qualcosa di particolare che potete dire o fare per attirare e mantenere l'attenzione;
- Fate in modo che gli aspetti più importanti della vostra attività siano collocate all'inizio e/o alla fine;
- Usate un tono positivo anche nel parlare dei problemi;
- Dimostrate quanto dite;
- Utilizzare una domanda inattesa, un errore, un disaccordo, per introdurre ulteriori spunti di riflessione;
- Coinvolgete gli esperti che fanno parte del vostro gruppo;
- Spiegate sempre i termini specifici che utilizzate durante la vostra attività;
- Non abbiate paura di dire non lo so;
- Cercate di mettere dell'entusiasmo in quello che fate;
- Ricordatevi di provocare, scoprire, correlare, rivelare.

5. La sospensione del giudizio

La pratica della sospensione del giudizio è esattamente l'opposto di quello che succede quotidianamente nelle aule delle scuole. Quando un educatore instaura una relazione con il discente, sia esso bambino o adulto, deve sospendere il giudizio e rinunciare a ogni tipo di valutazione. Anche quando c'è un aspetto del progetto controverso, che genera dubbi, deve essere trasformato in una nota positiva, invitando il discente a riflettere su ciò che ha detto e fatto, trasformando l'ostacolo o l'errore in opportunità. La sospensione del giudizio è una pratica molto difficile da applicare. Siamo abituati a fare cose per compiacere gli altri, primeggiare, avere ragione. L'educatore ambientale dà indicazioni di massima sul compito e poi il discente viene lasciato libero di raggiungere l'obiettivo come meglio crede. Quando l'educatore riceve il risultato dell'azione deve concentrarsi sul processo messo in atto per arrivare allo scopo. Il giudizio arriva in un secondo momento, prima si devono raccogliere positivamente le idee e intuizioni altrui impegnandosi a evitare censure e critiche premature.

6. Il mestiere della Guida Ambientale Escursionistica

Con un lavoro di accompagnamento in sicurezza ma soprattutto di divulgazione, le guide ambientali sono le guide turistiche della natura che raccontano il patrimonio naturale (e non solo). Le guide ambientali escursionistiche commentano e spiegano la natura che si frappona agli insediamenti abitati, di cui descrivono le tradizioni. Si tratta pertanto di un particolare tipo di guida turistica che racconta il rapporto dell'uomo con l'ambiente che lo circonda. Questo particolare tipo di guida si caratterizza con un profilo professionale ben specifico. Tra le varie mansioni c'è quella di accompagnare persone e gruppi, organizzare escursioni giornaliere per adulti pubblicizzare eventi con il supporto e la cooperazione di tour operator ai quali le persone si rivolgono per fruire queste esperienze. I trekking non avvengono necessariamente a piedi: cavallo e bicicletta sono due mezzi di locomozione ammessi.

La guida ambientale escursionistica accompagna il turista a conoscere la natura in sicurezza con qualsiasi mezzo che non sia a motore. Se ci spostiamo sulla costa, l'accompagnatore non si limiterà a percorrere cammini sulla terra, ma insieme al suo gruppo indosserà una maschera subacquea per osservare il fondale. Con la tecnologia di oggi, tramite microfono wireless, è possibile commentare e comunicare sott'acqua. Anche la geologia, la vegetazione e la fauna marina meritano di essere divulgate. Grazie all'adozione della direttiva europea sulla libera circolazione delle professioni, la guida ambientale escursionistica può operare su tutto il territorio europeo in sicurezza. Dunque una guida ambientale può decidere di organizzare tour in ogni meta di interesse naturalistico: dalla Patagonia all'Islanda. Per quanto riguarda l'esercizio della professione in Canada, Australia, Svizzera e USA c'è una convenzione che copre i viaggiatori dai rischi, un dispositivo di prevenzione dai rischi necessario, poiché in mezzo ai boschi non esistono i confini tratteggiati osservabili sulle cartine.

La guida per inseguire un tema dovrà spostarsi liberamente tra province e regioni, sulle tracce di animali e alberi, meravigliarsi di quanti esseri vivono intorno a un lago e rabbuiarsi per la prospettiva di cosa accadrà con il cambiamento climatico. Accompagnare il turista nella natura significa anche educarlo a rispettare l'ambiente e fargli scoprire una rete di turismo ecosostenibile. I percorsi strutturati dalla guida ambientale non devono avere un impatto negativo sui luoghi percorsi. Per questo sono importanti i campi estivi organizzati dal WWF per i ragazzi delle scuole medie e superiori: sono un'occasione per rendere le nuove generazioni migliori di quelle precedenti; l'esperienza sul campo dice che almeno la sensibilità e la preoccupazione sull'emergenza climatica è più alta nella generazione Z che tra i Boomers.

7. Guida Ambientale Escursionistica: storia e riferimenti normativi

Essendo il turismo la terza voce del PIL nazionale, i professionisti del settore che si occupano di accompagnare i viaggiatori all'interno di esperienze culturali o naturalistiche non sono in proporzione tanti. Il gruppo più numeroso è costituito dagli *accompagnatori turistici*, che contano 10.000 individui inquadrati come tali. Nonostante il senso comune abbia molti pregiudizi nei confronti di questo lavoro, in realtà è una professione che richiede molte competenze, dal momento che sono gli "ufficiali di collegamento dei servizi turistici", ossia coloro che accudiscono un gruppo di turisti in tutti gli aspetti, facendo in modo che tutti gli attori coinvolti nel programma di viaggio facciano quello che serve nei tempi previsti.

Di *guide turistiche*, invece, se ne contano solo 5.500. Potrebbero e dovrebbero essere di più in un paese come l'Italia, ma non è semplicissimo accedere alla professione.

La situazione delle *guide ambientali escursionistiche* non è del tutto trasparente. Delle 5.000 totali, 3.000 sono iscritte a AIGAE (Associazione ambientale guide escursionistiche), 500 sono iscritte ad associazioni concorrenti, e le restanti fanno riferimenti ad associazioni regionali che non riconoscono la nostra visione nazionale e internazionale della figura professionale (Toscana, Valle d'Aosta, Piemonte e Liguria).

Gli altri 1.500 sono le guide specializzate che operano in determinati parchi e aree protette. Quest'ultima categoria non ha bisogno di assicurazione e di iscriversi ad associazioni di categoria. Ciò non toglie loro la possibilità di iscriversi ad AIGAE. Questo perché c'è un confine sottile che divide la guida specializzata dei parchi da una guida ambientale escursionistica. Secondo AIGAE la guida parco è una specializzazione ulteriore della guida ambientale escursionistica. Le basi teoriche e tecnico-pratiche della professione sono le stesse: accompagnamento in sicurezza, cartografia, divulgazione, prevenzione pericoli. Per diventare una guida dello specifico parco bisogna conoscere gli aspetti specifici, in termini di contenuti naturalistici, tutela dell'ambiente e regole di gestione. Per esempio, ci sono dei parchi che sono accessibili solo su accompagnamento di guardie forestali, come la riserva naturale di Montecristo, dove accedono non più di 1000 persone l'anno.

Per concludere il panorama degli 'accompagnatori' del turismo, abbiamo le guide alpine e gli accompagnatori di media montagna. Le competenze tecniche richieste per le guide alpine sono maggiori, in quanto hanno la prerogativa nell'utilizzo di corde, piccozze e ramponi per l'arrampicata. Per quanto riguarda l'accompagnamento di gruppi in trekking con ciaspole c'è una diafrasi sulla possibile sovrapposizione di competenza tra guide alpine e guide ambientali escursionistiche, soprattutto perché il mercato dell'alpinismo si è contratto, riducendo di molto le possibilità lavorative delle guide. L'accompagnatore di media montagna (oggi istituita in 5 regioni) è una professione che fa riferimento allo stesso albo delle guide alpine, da non confondere in alcun modo con il CAI (Club Alpino Italiano). C'è un rapporto molto intenso tra guide alpine e CAI, ma si occupano di cose molto diverse: il CAI gestisce il tempo libero con i propri associati, per esempio la gestione e manutenzione dei sentieri con un preciso incarico da parte dello Stato ma nel mondo del volontariato; le guide alpine invece sono una professione e sono una professione di tipo ordinistico (come architetti, avvocati, ingegneri) e quindi fanno parte di un collegio a cui a oggi possiamo contare 700 persone iscritte circa. Le regole del collegio ordinistico delle guide alpine sono piuttosto severe. La figura dell'accompagnatore di media montagna spesso si sovrappone a quella delle guide ambientali escursionistiche.

Le guide ambientali escursionistiche, sono quei professionisti che a seguito della legge 6 del 1989 sulle guide alpine rimasero insoddisfatti / escluse perché la legge non descriveva una professione che effettivamente stava prendendo piede. In quella legge non c'era una descrizione adeguata della propria professione, in particolare in Emilia Romagna, la terra natia delle guide naturalistiche (altro nome con cui ci si riferiva a questa professione). I parchi naturali della regione di Bologna e Reggio Emilia già negli anni '80 prevedevano una fitta rete di associazioni specializzate nell'educazione ambientale con le scuole. Oltre agli studenti, anche gli insegnanti sono dei possibili destinatari di itinerari strutturati: un docente di storia può apprezzare la via degli Abati esattamente come uno di scienze naturali, scoprendo che i ricchi castagneti della vallata sono discendenti di quelli piantati dagli abati longobardi.

Per dirlo con un gioco di parole inglese, un' 'inherited' che diventa heritage (un' eredità che si fa patrimonio). Non a caso, in inglese la guida escursionistico ambientale si chiama 'interprete del patrimonio'. Con una denominazione del genere si eviterebbero contenziosi in merito a sovrapposizioni di campo. In fondo, la guida escursionistica ambientale è davvero un interprete della natura, che aiuta il turista a vivere fino in fondo un' esperienza attraverso le sue conoscenze. Per uscire dal cono d'ombra in cui erano state relegate con la l. 6/89 il movimento delle guide fu costretto a ricorrere a rivendicazioni politiche. In un primo momento si pensava fossero le Regioni gli enti più adeguati a normare la professione, ma col tempo si è capito che non era così. Nonostante tutto, la via regionale per la legalità ha portato AIGAE a conquistare 13 regioni su 20 (fig. 21).



Davide Galli, Guida Ambientale Escursionistica: storia e riferimenti normativi

slide 5, fig. 21, Tra il 1995 e il 2006, 13 regioni su 20 si dotano di leggi specifiche con differenti modalità di accesso alla professione e sistemi formativi, esami, concorsi:

Val d'Aosta, Veneto, Friuli V.G.,Piemonte, Emilia Romagna, Liguria, Marche, Toscana, Umbria,Sardegna, Calabria, Basiliata, Sicilia. Fonte: elaborazione Davide Galli per corso UnLocked

La regione Emilia Romagna si decide di trasformare le sedi degli accompagnatori di media montagna in sedi di AIGAE, in quanto l'appennino emiliano non riusciva a incanalare sufficiente domanda per le guide alpine: l'arenaria delle montagne della regione rende inutili l'utilizzo di chiodi e piccozza per l'arrampicata. Inoltre, la conformazione urbanistica della regione ha giocato a favore delle AIGAE. Dalla cartina (fig. 22), si vede come le città siano armonicamente distribuite e circondate da vaste campagne ricche di flora e fauna da conoscere.



Davide Galli, slide 6, fig. 22, Emilia Romagna, mappa fisica. Fonte: On the world map <https://ontheworldmap.com/>

La conversione dei centri degli accompagnatori di media montagna in AIGAE spinse il collegio guide alpine a ricorrere alla corte costituzionale, La sentenza 459/2005 è cardine per gli AIGAE: «ciò che distingue effettivamente la figura professionale della guida alpina non è la generica attività di accompagnamento in aree montane bensì l'accompagnamento su terreno che comporti l'uso di tecniche e di attrezzature alpinistiche o l'attraversamento di aree particolarmente pericolose e di quelli che richiedono comunque, per la progressione, l'uso di corda, piccozza e ramponi. [...] Non c'è esclusiva possibile nell'accompagnamento escursionistico ma solo in quello alpinistico». In assenza di normativa esplicita, tutto che ciò che non è vietato è quindi consentito. AIGAE a questo punto associa i professionisti che già operano come guide ambientali escursionistiche in tutte le regioni italiane, anche quelle non dotate di una norma specifica, dotandole di assicurazioni e servizi. Si era aperto un nuovo mercato. Con l'entrata dell'Italia nell'unione monetaria europea non ha fatto che facilitarne la sopravvivenza nel mercato. La ricezione obbligatoria di normative europee hanno spostato la competenza legiferante sulle libere professioni (anche turistiche) dalle regioni a livello nazionale. Le professioni turistiche sono così definite nell'art. 6 dell'allegato al d.lgs. 79/11: «Sono professioni turistiche quelle attività, aventi ad oggetto la prestazione di servizi di promozione dell'attività turistica, nonché servizi di ospitalità, assistenza, accompagnamento e guida, diretti a consentire ai turisti la migliore fruizione del viaggio e della vacanza, anche sotto il profilo della conoscenza dei luoghi visitati». Le guide ambientali escursionistiche seguono lunghi iter di formazione che li preparano sui contenuti da divulgare: raccontare la natura non è così semplice, ragion per cui sta diventando lo sbocco di studenti laureati in scienze naturali.

Con la legge 4 del 2003 l'accompagnatore escursionistico ambientale entra finalmente nel novero delle libere professioni, con un regolare albo, cui è possibile accedere solo dopo un esame. Negli ultimi anni soprattutto nel Sud Italia si registra una forte richiesta di formazione, anche perché è cambiata la domanda del turismo. Il meridione del Belpaese è seduto su un inestimabile patrimonio artistico e naturalistico: a cosa serve tenerli separati?

8. Cos'è la comunicazione ambientale

In generale può definirsi comunicazione ambientale ogni tipo di comunicazione che riguardi l'ambiente e che abbia come scopo quello di attirare l'attenzione su questioni ecologiche. La comunicazione ambientale è un processo o un'attività che può coinvolgere singoli individui, enti, organizzazioni, associazioni, avente per oggetto la veicolazione di informazioni inerenti l'ambiente. Lo scopo della comunicazione ambientale è quello di promuovere la salvaguardia dell'ambiente attraverso la conoscenza delle problematiche e la diffusione di buone pratiche, fino ad arrivare alla denuncia di condotte ecologicamente insostenibili.

I soggetti che fanno comunicazione ambientale sono perlopiù:

1. associazioni e ONG, nella forma di cittadinanza attiva
2. pubbliche istituzioni
3. enti di ricerca e scienziati
4. le imprese, facendo sia opera di sensibilizzazione che di costruzione della propria reputazione (sta al consumatore valutare se si tratta di greenwashing oppure no)

Questi soggetti possono denunciare, sensibilizzare o informare, divulgare contenuti scientifici, fare comunicati di tipo istituzionale – che riguardano sia le istituzioni pubbliche o le imprese private – oppure proselitismo. Il messaggio deve arrivare in modo chiaro e diretto al pubblico cui è destinato: si deve capire subito che il fine è la tutela dell'ambiente. È importante che il messaggio riesca a catturare l'attenzione e al tempo stesso risulti chiaro e comprensibile, per favorire l'immedesimazione e la partecipazione del pubblico alla causa.

La società civile negli ultimi 40 anni ha accumulato strumenti molto interessanti per quello che riguarda la comunicazione in difesa dell'ambiente. Ormai sono molti i cittadini che in autonomia sanno promuovere attività ecosostenibili nella natura, fare campagne di sensibilizzazione mirate al coinvolgimento di altri cittadini e denunciare i rischi ambientali.

9. Introduzione alla comunicazione ambientale sui social network

Tra gli strumenti più utilizzati per ricevere e dare informazioni, oggi, ci sono i social network. Ogni social è targettizzato per un pubblico molto diverso che è sollecitato da uno stile di comunicazione altrettanto diverso.

- Facebook è un social media ‘misto’, dove sono presenti prevalentemente Millennial⁹ e Boomer. Si può usare per fare informazione, campagne politiche, favorire e stimolare la partecipazione. Il linguaggio è variegato: testi scritti, immagini, link esterni che rimandano a blog ma soprattutto video.
- Instagram ha un target più giovanile, dal momento che non include solo i Millennial, ma anche la Generazione Zeta.¹⁰ Su Instagram l’immagine è centrale, sia essa animata oppure statica. Non è possibile condividere direttamente link se non si ha oltre un certo numero di follower (a oggi 10.000).
- Twitter è la piattaforma privilegiata del dibattito politico istituzionale. I post sono molto brevi e si richiamano l’un l’altro seguendo i trend topic del momento.
- LinkedIn nasce invece come piattaforma di condivisione di interessi professionali. L’utente mette in campo le proprie competenze e dialoga con altri individui che hanno i medesimi interessi, è utile per ampliare la rete delle conoscenze e per diffondere contenuti meno generalisti.

ADV Instagram e Facebook con budget bassi garantiscono una buona copertura ma servono comunque delle accortezze: creare un contenuto efficace, targettizzare bene il pubblico (età, interessi e profilo geografico) e infine monitorare l’andamento.

Pur differenziandosi per diversi aspetti alcune regole per la comunicazione valgono su tutti i social:

1. **Partire dall’analisi:** prima di lanciare un nuovo canale occorre esplorare il canale digitale in cui si intende lanciarsi tramite l’analisi del contesto, che include l’analisi degli stakeholder, ossia l’identificazione dei diversi soggetti interessati al progetto per conoscere interessi e priorità, e la mappatura delle loro attività e competenze, e se c’è tempo fare un test pilota con amici e amici di amici per capire le loro abitudini sui social media, gli interessi, capacità e proposte (es. nel gruppo quante persone hanno determinati tipi di interessi, che attività svolgono, età media).
2. **Individuare gli elementi chiave:** il primo consiste nel definire l’obiettivo da raggiungere condividendo contenuti sui social media, in secondo luogo, bisogna scegliere i formati (video, immagini, testo o una combinazione) da usare per trasmettere il messaggio sui social media, e infine, occorre restringere il pubblico da raggiungere, a seconda della piattaforma che si utilizza. Diversi canali di social media hanno un pubblico diverso, chi volete raggiungere vi aiuterà a determinare quale canale è giusto per i vostri obiettivi.
3. **La brand identity:** tutto ciò passa da una riflessione ancora precedente sulla definizione dell’identità che si fa portavoce di un messaggio.

⁹ Con i termini generazione Y, millennial generation, generation next (generazione successiva) o net generation (generazione della rete) si indica la generazione nati fra gli inizi degli anni 1980 e la fine degli anni 1990.

¹⁰ Con il termine Generazione Z si identifica la generazione che segue ai Millennials o Generazione Y. I membri della Generazione Z sono le persone nate tra il '95 e il 2010.

Cos'è la brand identity? La teoria che sottostà dietro questa necessità di definire l'identità del soggetto che trasmette il messaggio è riassumibile in questa frase:

«Le persone hanno una personalità, le realtà collettive hanno dei marchi. La tua brand identity aiuta a determinare come le persone si sentono riguardo al tuo progetto e come lo descriverebbero agli altri».

Si potrebbe dire che la brand identity sia un logo, ma in realtà è molto di più. La brand identity include il tone of voice, l'identità visiva coerente con i progetti che si portano avanti, che deve trasparire in tutti i luoghi, dal sito web fino alle pagine social. Dunque, per definire la brand identity è necessario che il gruppo o il singolo che sta dietro a una missione si ponga le seguenti domande:

- quando ha avuto inizio la mia/nostra missione?
- a quale problema cercavo/cercavamo di dare una risposta?
- cosa fai/fate?
- come lo fai/fate?
- perché lo fai/fate?

A volte non è così immediato cercare di far comprendere un'identità, soprattutto quando le attività messe in campo da un'associazione sono molteplici e variegate, anche qualora si dirigano tutte verso lo stesso obiettivo. Individuato lo scopo e l'essenza di quello che interessa comunicare, magari valorizzando alcuni aspetti invece di altri, arriva il passaggio difficile dell'identità visiva del marchio (look and feel): ciò che aiuta a riconoscere. Il marchio si accompagna al tipo di comunicazione con cui questo viene divulgato.

PARTE 3: Territorio e sostenibilità: comunicazione, valorizzazione, pianificazione di tour turistici

L'ultima sezione del handbook è dedicata al turismo, inteso come turismo di prossimità, critico e sostenibile. Abbiamo scelto di presentare 3 realtà che propongono esperienze di ri-scoperta dei territori, in un'ottica di valorizzazione delle dimensioni naturali, ambientali, culturali e sociali dei luoghi visitati.

La prima tappa è in Puglia, nello specifico in Salento, dove la Rete di Imprese Salento4Seasons, che collabora con il tour operator Puglia Eco Travel, combattendo la pressione sul territorio portata dalla turistificazione insostenibile e la preoccupante erosione della costa. Il progetto di Salento4Seasons e Puglia Eco Travel ha fatto convergere nove aziende verso una vision comune: la valorizzazione del territorio attraverso la tutela delle aree naturali, dei borghi e dei prodotti da agricoltura naturale, incentivando la condivisione delle pratiche, lo scambio di servizi e l'impegno a collaborare in un programma di sviluppo territoriale comune. Sostanzialmente allineata con il Piano strategico del turismo 2016-2025 per la Regione Puglia, la Rete punta alla destagionalizzazione, all'internazionalizzazione, alla valorizzazione dei prodotti e dei territori per produrre occupazione in modo continuativo. In queste pagine leggerai come si arriva alla costruzione di un pacchetto turistico sostenibile in tutte le sue dimensioni (ambientale, socio culturale ed economica), mantenendo viva l'ispirazione che pervade tutte le offerte stagionali: far conoscere al turista un programma di sviluppo permanente sul territorio salentino.

Torniamo poi in Sicilia, per parlare di conflitti ambientali e di come, anche in un territorio sede di conflitto si possano trovare esperienze di rinascita e resistenza che possono diventare meta di un turismo critico, in grado di cogliere, nonostante si cerchi di camuffarli, i segni lasciati da politiche di sfruttamento del territorio e delle risorse. La lente dei conflitti ambientali ci viene trasmessa dal CDCA - Centro di Documentazione sui Conflitti Ambientali, un'associazione che dal 2010 porta avanti attività di monitoraggio, analisi, documentazione, archiviazione e diffusione di informazioni relative alle cause e alle conseguenze dei conflitti ambientali e sociali in Italia e nel Sud del mondo. Il sito del CDCA ospita una piattaforma GIS open source indipendente che contiene l'Atlante Globale (Ejatlas) e l'Atlante Italiano dei conflitti ambientali. L'Atlante italiano, realizzato assieme a ricercatori, attivisti e rappresentanti delle organizzazioni territoriali, contiene oltre 150 casi di conflitto da nord a sud del paese: un atlante delle emergenze ambientali italiane e delle esperienze di cittadinanza attiva in difesa del territorio e del diritto alla salute. Dal 2017 il CDCA coordina anche l'Atlante Italiano dell'Economia Circolare, la prima piattaforma digitale dedicata alle imprese italiane circolari, da cui è nata la testata [economicocircolare.com](http://www.economicocircolare.com). Ancora in Sicilia, concludiamo portando in queste pagine le suggestioni di LOTs - Libero Osservatorio Territoriale Sud, un gruppo multidisciplinare che ha tra i suoi obiettivi l'esplorazione, l'analisi critica e la promozione delle risorse territoriali che a oggi sono poco conosciute e valorizzate, ma importanti per preservare e allo stesso tempo trasformare l'identità complessa di un territorio.

-

Il gruppo si configura come naturale proseguimento dell'esperienza decennale dei suoi componenti in progetti artistico-culturali legati alla tematica del territorio, come il progetto Manifesto Gibellina Nuova — Dream in Progress, organizzato per la Biennale Internazionale Manifesta 12, in cui sono stati realizzati tour esperienziali che in 4 mesi hanno portato più di 1.500 persone provenienti da tutto il mondo a visitare Gibellina Nuova (TP), il Grande Cretto e i ruderi di Poggioreale, affrontando il tema della ricostruzione, allo scopo di valorizzazione del patrimonio territoriale. L'idea alla base dei tour proposti da LOTs non è solo portare l'attenzione su aree altrimenti non toccate dai tour turistici tradizionali ma anche far conoscere ai visitatori le criticità di questi luoghi, le loro risorse e la diversità di interpretazioni, attraverso la voce diretta di chi li abita.

Infine, in chiusura dell'handbook, una piccola sezione dedicata alla comunicazione dei progetti di turismo sostenibile, idealmente consequenziale alla sezione presentata nella parte 2. In questo secondo approfondimento apprenderai come costruire un piano di comunicazione efficace e le principali differenze e potenzialità tra gli strumenti di promozione più diffusi.

I testi sono liberamente tratti dalle lezioni online tenute da Maria Selenia Manganiello (CEM, help desk e Travel designer per Rete Salento 4 Seasons), Maurizio Giannuzzi (Project Manager e Communication Manager per Rete Salento 4 Seasons), Maura Peca (dott.ssa in ingegneria ambientale e ricercatrice presso CDCA), Andrea Turco (collaboratore CDCA per economiacircolare.com, giornalista d'inchiesta specializzato nel rapporto tra industria, territorio e popolazione in Sicilia), Zeno Franchini (fondatore LOTs, MA Social Design - Design Academy Eindhoven), Francesca Gattello (fondatrice LOTs, MA Product Design - Politecnico di Milano), Martina Motta (fondatrice LOTs, Dottoranda in Architettura, Storia e Progetto presso il Politecnico di Torino) nei mesi di Marzo e Aprile 2021 all'interno del corso UnLocked.

1. Il progetto turistico sostenibile

Con la rinnovata attenzione per l'ambiente che la crisi climatica ci sta facendo vivere, in Italia molti settori nel loro piccolo fanno il possibile per comportarsi in modo sostenibile. Si è notato come un'azienda – inserita in un tessuto territoriale che continua a fare le spese della crisi economica – che decida di cambiare il suo tipo di offerta, non solo torna a essere competitiva ma rende vitale il territorio in cui è inserita, rendendolo accogliente ai visitatori.

La pandemia ha fatto passare in secondo piano la necessità di svago. Il turismo viene così definito dalla United Nations World Tourism Organization:

"il diritto al riposo e al tempo libero, il diritto alle vacanze e alla libertà di viaggiare sono riconosciuti come diritti fondamentali della persona umana, della vita sociale e della vocazione dell'uomo verso l'universale".

L'inclusione del turismo tra i bisogni primari dell'uomo è un'innovazione che segna la necessità di una rivoluzione in chiave sostenibile del concetto: il turismo non deve più danneggiare il territorio in cui va a creare ricchezza.

Le aziende che operano nel turismo sono sostenibili se lavorano secondo le seguenti **tre dimensioni** essenziali:

- **dimensione ambientale**, volta alla riduzione dell'impatto e a un utilizzo sostenibile delle risorse ambientali; volta alla tutela paesaggistica secondo la specificità del territorio;
- **dimensione socio-culturale**, per rispettare e valorizzare il patrimonio locale, sia quello materiale che quello immateriale, secondo i principi di accessibilità per le persone con disabilità e, soprattutto, includendo la partecipazione della comunità locale nei processi organizzativi;
- **dimensione economica**, cercando di sfruttare le risorse locali e promuovendo il km 0; in una proposta turistica se includiamo le aziende del territorio produciamo ricchezza dal territorio stesso, non dobbiamo mai cercare forze da fuori ma nel territorio di riferimento, cosa che crea sviluppo e ricchezza per le piccole aziende.

Ristrutturando l'offerta turistica secondo principi ecosostenibili, il turista si trasforma in un consumatore consapevole, decidendo di orientare la sua spesa verso prodotti che non impattano l'ambiente in modo negativo.

Secondo Martin Lindstrom, autore del best seller “Neuromarketing”, “i brand più potenti del futuro hanno tre cose in comune: sono umani, hanno opinioni e hanno carattere”. Per Philip Kotler “il marketing è l'individuazione e il soddisfacimento dei bisogni umani e sociali”. Facendo comunicare l'anima del marketing con l'innovazione diventa possibile iniziare a pensare la progettazione del turismo sostenibile. Ogni azienda, che produca beni o servizi, non può prescindere dal fatto di soddisfare bisogni, del consumatore e della comunità in cui è inserita. L'economia non deve essere troppo diversa dagli ecosistemi naturali: questo modo di riformulare la disciplina sarà il futuro del marketing. Il cliente contribuisce al rinnovamento dell'azienda: non è solo un consumatore passivo.

Sarà utile spiegare cosa sia il **green marketing**: quel processo che raccoglie attività promozionali che puntano sull'impegno delle aziende nel creare e proporre servizi ecosostenibili. In risposta all'impatto negativo del turismo sul ¹² pianeta, il green marketing pone enfasi sul ruolo attivo e cruciale delle aziende, non solo: rinnova la riflessione sul consumo critico segnalando in che modo anche il consumatore può contribuire a ridurre gli impatti. La strategia di green marketing si compone di diversi passaggi: (1) costruire una brand identity forte, caratterizzata dall'impegno nel fare scelte ecologiche; (2) spendersi per la formazione ed educazione di consumatori e lavoratori dell'azienda, (3) impegno serio da parte dell'azienda a ridurre l'impatto ambientale delle proprie attività economiche che non sia greenwashing, che lederebbe la reputazione dell'azienda.

L'esperienza di **Puglia¹³ Eco Travel** ha origine da un'attenta conoscenza del territorio, in tutte le sue specificità, limiti e potenzialità. La Puglia è un territorio con una rete di trasporti pubblici evanescente, sviluppare un progetto di turismo sostenibile significa tenere conto di questo dato e proporre soluzioni poco impattanti per l'ambiente: bicicletta per i piccoli spostamenti, affitto di auto ibride o elettriche. La Puglia è un territorio con potenzialità enormi e poco sfruttate, ma bisogna capire cosa interessa ai turisti o come stimolare il loro interesse. Dopo aver definito i temi di interesse, si passano al setaccio le aziende cercando di cooperare nella creazione di un pacchetto vacanze eco sostenibile. Solo alla fine si arriva a personalizzare l'offerta secondo delle esigenze dell'azienda. In Puglia Eco Travel sono coinvolte aziende disposte a sottomettersi a una fase iniziale di eco-rating, ossia di valutazione di impatto; aziende che offrono servizi che includono attività rispettose dell'ambiente, che seguono ciò che naturalmente il territorio offre in base alla stagione. In questo contesto si sviluppa la figura professionale dell'eco-travel assistant, un operatore specializzato in turismo sostenibile che guida il viaggiatore alla scoperta di bellezze naturali, che conosce le aziende ecologiche del territorio e rappresenta un punto di riferimento per proporre soluzioni che riducono l'impatto del viaggio. Inoltre, ha le competenze per andare incontro alle esigenze del cliente, in modo che l'esperienza sia concordata e il viaggiatore non sia solo uno spettatore passivo di uno spettacolo di cui non conosce il canovaccio. Il turista appena raggiunge il luogo delle sue vacanze viene accompagnato a immergersi in dinamiche molto diverse rispetto a quelle del consumo quotidiano, in questo, il briefing fornito dall'eco-traveler all'arrivo lo aiuta a decostruire uno schema mentale e si sente parte di un cambiamento.

12 All'interno della progettazione di Puglia Eco Travel rientra la messa in rete di agriturismi b&b, agri-camping e case vacanze, che offrono una ristorazione a km 0, mobilità lenta, attività a contatto con la natura, laboratori artigianali ed ecologici, esperienze giornaliere con laboratori di produzione ed enogastronomici, esperienze rilassanti, orto diffuso e shopping points. 39

13 Con eco-rating si intende la valutazione preliminare di sostenibilità con l'obiettivo del miglioramento della performance dell'azienda. Gli indicatori considerati nella valutazione sono: rifiuti, alimentazione, mobilità, acqua, energia. I parametri dell'eco-rating misurano la quantificano il risparmio della biocapacità del pianeta con la scelta di viaggi ed esperienze di eco-travel.

2. La costruzione di un pacchetto turistico sostenibile

I pacchetti turistici non sono cuciti con approssimazione sulle abitudini e gli interessi del cliente: è necessario avere in anticipo dei pacchetti che corrispondano ai profili dei viaggiatori, profili che chiamiamo personas. Le personas sono archetipi di possibili utenti cui destinare le esperienze di eco-travel. Non descrivono, quindi, persone reali, ma forniscono ai membri del team di lavoro un vocabolario per descrivere gli utenti in fase di progettazione. Sono un buon sostituto dei questionari, che richiedono più tempo sia sul fronte della stesura che sul lato della disposizione da parte del viaggiatore a lasciarsi esaminare. Le personas di Puglia Eco Travel sono il buongustaio, l'ecologista, l'esploratore e il salutista.

La definizione di pacchetto turistico è stata modificata nell'ultima riforma della legge sul turismo¹⁴ ed è "la combinazione di almeno due tipi diversi di servizi turistici ai fini dello stesso viaggio o della stessa vacanza, prenotati nel quadro di un unico contratto con un unico fornitore". Ogni pacchetto garantisce che il cliente abbia a disposizione tutte le informazioni essenziali: destinazione, elenco dei servizi compresi, il prezzo totale, informazioni in materia di passaporto e visti.

La costruzione dell'offerta di viaggio si articola in tre fasi:

1. La scelta di fornitori, sopralluogo nelle aziende, mappatura di prodotti, servizi ed esperienze con listini di prezzo;
2. Costruzione del pacchetto ispirato alle personas e alla stagione di riferimento; organizzazione del timing e assemblaggio di tutti gli elementi che compongono il pacchetto;
3. Test del prodotto per comprendere quali soluzioni trovare a eventuali criticità che si possono presentare nel viaggio.

I pacchetti turistici di questa stagione comprendono le trasformazioni portate dal covid sulla domanda nel settore del turismo: le vacanze sono più brevi, dal weekend all'esperienza giornaliera, i viaggi sono più di conoscenza che di relax e c'è una forte domanda di sostenibilità e prossimità.

3. Il marketing sostenibile di Puglia Eco Travel

L'approccio al mercato di **Puglia Eco Travel** è volto a sviluppare e promuovere prodotti e servizi in grado di generare un ridotto impatto ambientale rispetto alle alternative offerte sul mercato. La formula di **Puglia Eco Travel** deriva dalla necessità di una riformulazione dell'offerta di mercato alla luce della crescente sensibilità sui temi ambientali (green marketing). Il marketing sostenibile è dunque il risultato di un processo decisionale e realizzativo che coinvolge l'organizzazione aziendale nel suo complesso ed è orientato alla ricerca e allo sviluppo di modelli di business maggiormente sostenibili. Rispetto all'approccio classico di marketing, che è focalizzato sulla soddisfazione del cliente nel momento del consumo, il marketing sostenibile esprime una maggiore attenzione nei confronti degli effetti di lungo periodo della produzione e del consumo, dovendo valutare questi ultimi a livello collettivo e globale oltre che individuale. In un'ottica di sviluppo sostenibile, in sostanza, il raggiungimento degli obiettivi aziendali viene perseguito garantendo la sostenibilità economica dell'impresa, con la generazione del profitto, e quella ambientale e sociale, mediante la creazione di un vantaggio di lungo periodo per la collettività.

La vera sfida per l'impresa che intende intraprendere una politica aziendale ispirata a principi di sostenibilità ambientale è, in definitiva, quella di migliorare significativamente le proprie performance ambientali o quelle dei propri prodotti e servizi e di rendere concreto e percepibile il miglioramento associato al consumo dei prodotti.

In tale ottica, dunque, il marketing svolge due funzioni essenziali: da un lato comunicare e trasmettere al consumatore le performance dell'azienda legate all'ambiente e, più in generale, il suo approccio alla sostenibilità; dall'altro influenzare il comportamento del consumatore in senso più responsabile

Gli obiettivi del green marketing sono infatti: educare il cliente al consumo responsabile e adottare azioni concrete in ottica sostenibile e non cedere mai al greenwashing, ossia azioni di facciata non sincere che possono generare un effetto boomerang sulla reputazione dell'azienda.

4. I conflitti ambientali: definizione e ambito teorico di riferimento

Per conflitto ambientale si intende un conflitto sociale caratterizzato dal verificarsi di due condizioni: la riduzione qualitativa o quantitativa delle risorse ambientali disponibili (acqua, biodiversità, terre coltivabili, materie prime e altri beni comuni di carattere finito) e la presenza di opposizione/resistenza da parte della società civile (comunità che è danneggiata da contaminazione delle acque, organizzazione e movimenti sociali che si battono per difendere l'ambiente, i beni comuni e i propri diritti). È essenziale specificare che devono verificarsi entrambe le condizioni per poter parlare di conflitto ambientale: in un'area in cui c'è una forte contaminazione ma non c'è nessuno che rivendica il diritto alla salute o a fare pressione sulle istituzioni affinché l'area venga bonificata o tutelata, è un problema ambientale ma non un conflitto. Il conflitto si genera quando c'è presenza di comunità civile che provi a migliorare la situazione.

Schematicamente, le **cause** dei conflitti ambientali sono molteplici:

1. Progetti di sfruttamento:

- a. produzione, smaltimento: progetti estrattivi o produttivi (miniere, industrie, estrazione petrolifera)
- b. costruzione di infrastrutture (ferrovie, gasdotti, oleodotti, reti viarie, ponti)
- c. produzione di energia (centrali idroelettriche, a carbone, nucleare)
- d. smaltimento di rifiuti (discariche, inceneritori, depositi di rifiuti tossici)
- e. territorio (per esempio il turismo delle crociere che sfrutta in maniera dannosa il territorio limitrofo ai grandi porti)

2. Mancato intervento ove necessario

- a. mancanza di politiche di salvaguardia ambientale (mancata prevenzione circa il dissesto idrologico)
- b. mancato o tardivo intervento in caso di disastri ambientali o calamità naturali (terremoti o alluvioni)
- c. mancato esercizio delle attività di controllo (assenza di attività di monitoraggio ambientale)
- d. mancata bonifica di zone contaminate (incendi durante cicli produttivi, sversamenti di sostanze tossiche)

3. Scelte politiche commerciali o finanziarie, nazionali o internazionali:

- a. politiche di sicurezza e infrastrutture militari
- b. politiche di investimenti infrastrutturali

Prestare attenzione ai conflitti ambientali significa anzitutto individuare i sintomi dell'insostenibilità del modello produttivo: mappare e raccontare è importante per provare a costruire la geografia dell'insostenibilità a livello territoriale. Ma alla mappa dell'insostenibilità spesso corrisponde anche una mappa della speranza: quando c'è un attacco a diritti fondamentali – come la salute o la qualità della vita – emerge una spinta alla partecipazione da parte della cittadinanza. Infine, i conflitti ambientali mostrano la distanza enorme che separa chi abita o amministra un territorio da chi prende decisioni su quel territorio.¹⁵

Negli ultimi 20 anni si è registrato un aumento vertiginoso dei conflitti ambientali per diverse ragioni. Pian piano sono emersi impatti di medio termine dove ci sono grandi poli industriali, soprattutto per quel che riguarda l'industria estrattiva. Inizialmente scoprire una fonte di energia in un territorio veniva considerato un evento che avrebbe generato conseguenze positive, quali occupazione e riduzione delle bollette. Con il tempo si è visto come i danni ambientali legati a quel tipo di produzione fossero maggiori dei benefici. Grazie alle nuove tecnologie di comunicazione si è creata una comunità non solo virtuale: il lavoro di rete dietro l'associazionismo territoriale ha portato alla condivisione di esperienze e all'individuazione di possibili strategie comuni di mitigazione.

La riflessione teorica sui conflitti ambientali inizia a svilupparsi negli anni '90. Tomas Homer-Dixon, docente di scienze politiche in Canada, ha pubblicato "Environmental scarcities and violent conflict: evidence from cases",¹⁶ un articolo fondamentale in cui per la prima volta vengono messi in luce i legami esistenti tra scarsità delle risorse e insorgenza di conflitti ambientali. In seguito Günther Baechler e Kurt R. Spillman specificarono nel 1996 che:

"i conflitti ambientali si manifestano come conflitti politici, sociali, economici, etnici, religiosi e territoriali o conflitti sulle risorse o interessi nazionali caratterizzati dal sovrasfruttamento di risorse e dal raggiungimento di capacità limite dell'ambiente e dalla riduzione spazi di riproduzione della vita".¹⁷

15 Il caso della TAV e della TAP sono emblematici a riguardo.

16 "Scarsità di risorse ambientali e conflitti violenti: casi di studio", pubblicato nel n°19 della rivista International Security nel 1994

17 "Transformation of resource conflicts: approach and instruments"

Un altro tassello importante nella presa di consapevolezza teorica della complessità del tema dei conflitti ambientali viene da Angelo Turco e Pierpaolo Faggi che nel 1999 pubblicano “Conflitti ambientali: genesi, sviluppo, gestione”. Secondo i due studiosi il tasso di crescita dei conflitti ambientali è dovuto alla crescente occupazione di spazio bioriproduttivo (terre, aria, acqua, biosfera, biodiversità) da parte di attori economici pubblici e privati.

A questo punto risulta facile capire come il concetto di conflitto ambientale sia naturalmente associato a quello di giustizia ambientale. La definizione di giustizia ambientale più completa l’ha data David Schlosberg in “Defining environmental justice”:

“La giustizia ambientale è il trattamento giusto e il pieno coinvolgimento di tutte le persone a prescindere da razza, colore, origine, reddito, sulle questioni dello sviluppo, dell’implementazione del rafforzamento delle leggi dei regolamenti e delle politiche ambientali”.

Una definizione più estesa è stata fornita dalla Rete dell’Europa Centrale e Orientale nel 2003:

“La giustizia ambientale è una condizione di giustizia che esiste quando i rischi ambientali, i pericoli, gli investimenti e i benefici sono equamente distribuiti senza nessuna discriminazione diretta o indiretta, quando l’accesso agli investimenti, nel settore ambientale, i benefici e le risorse naturali sono equamente distribuiti; quando tutti godono dell’accesso alle informazioni, della partecipazione ai processi decisionali e dell’accesso alla giustizia per questioni legate all’ambiente”.

Il caso della TAP in Puglia è emblematico per capire bene cosa si intenda nel pratico per giustizia ambientale. Quando la scelta di far passare il gasdotto a Melendugno, località paradisiaca in provincia di Lecce, il presidente della Regione Emiliano propose di spostare il transito del gas a Brindisi. In fondo, il capoluogo di provincia è già dotato di una vasta area industriale quindi non si correva il rischio di degradare un tratto di costa meta di turismo. La proposta di un’alternativa di questo tipo è un esempio di ingiustizia ambientale: una regione già compromessa dovrebbe essere oggetto di mitigazione del disagio, di bonifica, non vittima di un ulteriore disuguaglianza. Quella di Brindisi sarebbe stato un esempio di comunità sacrificata, concetto nato a seguito del movimento Cancer Alley, in North Carolina. In quello stato del sud degli Stati Uniti, la comunità afroamericana residente nel territorio diede vita a una mobilitazione contro l’ennesima discarica a danno di una popolazione già vittima di marginalità. L’ingiustizia ambientale non va confusa l’ipocrisia del NIMBY¹⁸, per cui in generale un soggetto riconosce come necessari alcune pratiche o alcune procedure ma solo se vengono sviluppate altrove. Questo è un atteggiamento di cui si incolpano tutti i movimenti che mostrano rimostranze verso misure che riguardano il ciclo energetico (centrali a carbone) o dei rifiuti (discarica o inceneritore), ma anche grandi infrastrutture (TAV).

5. Il caso di Gela: mostrare è meglio che nascondere

Negli anni si è provato ad attrarre turisti a Gela nascondendo la vista dell'enorme complesso industriale: l'ex stabilimento petrolchimico di Eni, che oggi è una raffineria green in paziente attesa di riconversione. La raffineria con la centrale termica nasce alla fine degli anni '50 del XX secolo con la scoperta del giacimento di petrolio. Dagli anni '60 si inizia a costruire lo stabilimento ancora attivo, anche se notevolmente ridimensionato. Il colosso dell'industria petrolchimica ed energetica ruba lo sguardo di chiunque arrivi a Gela, da tutte le direzioni: da Ragusa, da Catania e da Palermo. Chi arriva da Agrigento comunque nota le tracce lasciate da Eni nella città in provincia di Caltanissetta: il quartiere Macchitella è il primo a essere attraversato arrivando da nord-ovest. Celare ciò che visibile e palpabile è controproducente. Se si ridimensiona il ruolo dello stabilimento di Eni nella narrazione di Gela non si restituisce in modo onesto come l'identità della città si è strutturata negli ultimi 60 anni. Non è solo l'aspetto visivo a essere monopolizzato dall'industria del petrolio, ma anche quello olfattivo. Insomma, ciminiere e cattivo odore la fanno da padrona a Gela, soprattutto perché gli scarti della raffinazione non venivano smaltiti ma bruciati per produrre elettricità. fig. 23



Figura 23: Andrea Turco, maggio 2020, Gela Il SIN di Gela.

Per questo Gela è un **Sito di Interesse Nazionale**, in cima alle priorità dell'Italia per le bonifiche da effettuare. Nonostante esista un piano di recupero del sito dal 1995, le bonifiche ancora non sono iniziate.

Il SIN di Gela è molto vasto: 195 ettari che comprendono l'area di proprietà di Eni, la raffineria, 80 impianti di perforazione, 4 piattaforme petrolifere sul mare. La presenza di architettura industriale non riguarda solo il perimetro all'esterno della città, ma anche l'interno. Lo stabilimento di Eni ha dato un'impronta sulla geografia umana e urbana della città. Sono centinaia le persone impiegate nell'industria petrolchimica, con tutti i relativi impatti sulla salute. Il cane a sei zampe avvierà a Gela un corso universitario di ingegneria ambientale ed energetica, in partnership con l'università di Enna. La città in provincia di Caltanissetta, più grande del suo stesso capoluogo, riuscirà finalmente a realizzare il sogno di diventare il quarto polo universitario della Sicilia grazie a Eni. Tragico o parossistico? C'è dell'ironia nel fatto che i ragazzi studieranno ingegneria ambientale sotto la tutela di Eni che propaga messaggi di eco-sostenibilità. Il cane a sei zampe ha persino allargato la planimetria della città abitata.



Fig. 24, fonte: Google Earth

Il quartiere Macchitella è un esempio di urbanistica da studiare. Fu costruito alla fine degli anni '50 per gli operai tecnici del Nord, trasferiti a Gela per insegnare il mestiere ai lavoratori locali. La conformazione è diversa dal resto della città: l'architettura razionalista del nord Italia non trova alcun legame con la Gela storica. Fino agli anni '80 non faceva neanche parte della municipalità e per entrare c'era bisogno di un lasciapassare, controllato al passaggio a livello da guardie giurate. Quando Macchitella viene assimilato al comune di Gela, alcuni cittadini si mobilitarono per ottenere nella piazza del quartiere il busto di Enrico Mattei.

In qualche modo Eni ha forgiato l'identità e il senso di appartenenza di quel quartiere, a partire dalla toponomastica: i nomi delle vie non hanno accordo con quelle della Gela storica, avendo intestazione direttamente intrecciate alla storia e allo sviluppo di Eni.

Non stupisce che l'Ente Nazionale per gli Idrocarburi abbia tutto l'interesse a raccontare Gela in una narrazione che gli sia favorevole. Addirittura si è provato a togliere le brutte immagini di Gela da Google, quasi a voler cancellare l'impronta che Eni stessa ha dato alla città. Poi il 2 luglio del 2014 l'azienda comunica la chiusura della raffineria, dove erano impiegate circa 3 mila persone. Una chiusura che viene ancora raccontata come riconversione imminente. A 7 anni di distanza l'unica ala dello stabilimento attiva è la 'raffineria green', alimentata a olio di palma proveniente dall'Indonesia.

Visitare Gela senza nascondere parti della sua identità significa proporre un tour turistico che comprenda le ferite che Eni ha lasciato. Tra i vari resti delle vecchie attività industriali forse le vasche in fig. 25 sono quelle che meritano più attenzione a livello nazionale. Sono vasche di contenimento realizzate in maniera 'artigianale' in cui una ditta locale che doveva occuparsi dello smaltimento di rifiuti petroliferi era solita sversare idrocarburi e catrame. Gli effetti di questo disastro continuano a diramarsi nei terreni circostanti. Se delle bonifiche ancora non si vede l'ombra, il comune negli ultimi anni ha solo appunto una recinzione per evitare che curiosi possano farsi male o persone dotate di poco senso civico decidessero di usare quelle vasche come discariche a cielo aperto.



Figura 25, le vasche di Gela. Foto di Andrea Turco

6. Per un turismo critico

La domanda di turismo negli ultimi anni si è diversificata: il viaggiatore non vuole solo godere delle bellezze che un luogo offre. Una città come Gela può attrarre un tipo di turista che chiameremo critico, al quale la presenza delle industrie non viene nascosta, ma viene raccontata e contestualizzata.

La regione che circonda Gela è caratterizzata da punti di forza e storie positive. Una di queste è la riserva del Lago Biviere, a pochi passi dalla raffineria. Da 25 anni si è costituito il parco naturale per preservare il bosco. Emilio Santi Giudice è il direttore dell'oasi di biodiversità che confina con l'industria petrolchimica. È una persona critica nei confronti di Eni, viene invitato ai tavoli sulle bonifiche e allo stesso tempo è propositivo, nel senso che non nasconde il conflitto.



Figura 26, la Riserva del Lago di Biviere (Wikicommons; Carlo Columba)

Il Giardino delle Belle è un'altra esperienza significativa della regione di Caltanissetta. La storia di Mario Carbone, esperto di permacultura, è molto interessante. Da fotografo e freelance, ha deciso di trasferirsi in Sicilia e di vivere una vita lenta all'insegna dell'armonia della natura. Inizialmente autodidatta, ora è uno dei maggiori esperti di permacultura. A Butera, Mario Cardone offre vitto e alloggio a chiunque voglia fare un'esperienza di vita a contatto con la natura e di lavoro contadino. A Gela ha proposto attività di sensibilizzazione su Eni e vere e proprie escursioni alla scoperta dei luoghi di conflitto.

19

Il Museo da Vinci di Niscemi è la risposta di un attivista No Muos 2015. Ha realizzato la riproduzione di macchine partorite dal genio di Leonardo Da Vinci, con percorsi didattici strutturati appositamente per le scuole. Quella del Museo Da Vinci è un'esperienza in divenire molto interessante perché racconta come non ci sia solo il no, ma anche proposte che si oppongono criticamente al degrado ambientale.

Infine, abbiamo i progetti di **Giorgia Marina Maria Turco** che con la Fai di Caltanissetta realizza attività di contrasto al monopolio di Eni nella provincia.

7. Dream in Progress: le tappe del tour

Creare un itinerario turistico partecipato dagli abitanti di un luogo significa percorrere le tappe che hanno portato alla costruzione della comunità nativa. Un progetto di questo tipo produce un impatto sulla meta di viaggio molto diverso rispetto alla tradizionale offerta turistica. Per spiegare il metodo con cui si costruisce un percorso di questo tipo useremo l'esempio di alcuni paesi della Sicilia nordoccidentale distrutti dal terremoto del '68.

Dopo il sisma, alcune cittadine della Valle del Belice rimasero interamente distrutte, ragion per cui seguirono importanti movimenti di protesta contro le amministrazioni locali che, invece di ricostruire gli spazi in cui i cittadini erano nati e cresciuti, avevano provveduto ad acquistare biglietti per il Nord Italia senza ritorno. Con le mobilitazioni di piazza, le vittime del terremoto chiedevano partecipazione ai processi decisionali di ricostruzione. Oggi, Poggioreale Vecchia è una città fantasma. Grazie al museo informale organizzato da associazioni locali si possono ancora vedere ancora i libri sui banchi di scuola lasciati aperti dagli studenti: un'istantanea brutale. Prima che i cittadini si riappropriassero di quegli spazi disabitati, tanti visitatori si erano addentrati tra i ruderi delle abitazioni per rubare oggetti, persone entravano nelle case e prendevano oggetti per questo stato di abbandono in cui versava. Nonostante manchi ancora l'ufficializzazione da parte delle istituzioni, alcune associazioni culturali sono riuscite a portare visitatori all'interno delle abitazioni in rovina affinché avessero l'esperienza degli effetti di un terremoto.



Figura 28. Istantanea della tappa a Poggioreale Vecchia, del Dream in Progress Tour, in cui i partecipanti hanno fatto una breve passeggiata tra le rovine della città, distrutta completamente dal terremoto del Belice avvenuto 50 anni fa.

Fonte: MANIFESTOGIBELLINA NUOVA. DREAM IN PROGRESS. Foto d'archivio

Per anni gli abitanti di **Gibellina Vecchia**, il paese più danneggiato dal sisma, hanno vissuto in container, alcuni dei quali sono visibili ancora oggi. Sarebbero dovuti passare circa dieci anni prima che l'amministrazione cominciasse a ricostruire le città abbattute dal movimento tellurico, in un modo che aveva niente a che vedere con la vecchia città né con lo stile di vita dei suoi cittadini e abitanti. Fu uno dei più grandi progetti di rigenerazione urbana calati dall'alto: artisti e architetti sono stati chiamati a dare il loro contributo. Una parte di Gibellina Vecchia venne letteralmente cementificata riproducendo le vie di quartiere in un'opera monumentale che ricordava ogni giorno ai gibellinesi una ferita ancora scoperta. Il Cretto di Burri è stato forse il gesto più violento da parte dell'amministrazione verso una comunità ancora traumatizzata dal sisma. Tanti abitanti furono letteralmente delocalizzati per far spazio al dedalo di strade bianche percorse da turisti, soprattutto stranieri.

Gibellina Nuova sorge su una planimetria a farfalla che doveva suggerire la rinascita in nuova forma della città, sono decine le opere d'arte che avrebbero dovuto segnare la rinascita. Molte di queste non sono state finite, di tante non si capisce il significato, totalmente sconnesso dal tessuto culturale e urbano degli anni '80, anni in cui è iniziata la ricostruzione. Di per sé non serve soltanto una grande opera di sponsorizzazione per attrarre i turisti in un paesino in Sicilia dove non c'è il mare: c'è stato da fare anzitutto un grande lavoro archivistico, dal momento che il comune non aveva recensito tutte le installazioni presenti a Gibellina Nuova. Chi entra per la prima volta in città risulta inorridito da quelli che ai suoi occhi sono degli eco-mostri, non compiuti e sconnessi dal tessuto urbano. Sapere che gli abitanti, soprattutto i più giovani, hanno ormai accettato l'orizzonte nuovo di Gibellina significa fare un passo per conoscerla. Ecco perché è fondamentale scegliere cittadini che vivono gli spazi pubblici come guide turistiche: sanno restituire le installazioni o gli eco-mostri di Gibellina in modo autentico.



Figura 30

Opera: Città di Tebe, Pietro Consagra, 1988.

Fonte: MANIFESTOGIBELLINA NUOVA. DREAM IN PROGRESS.

<https://www.fondazionemanifesto.org/it/mostra>

Spesso si parla a sproposito di rigenerazione urbana: i murali colorati che compaiono sulle grigie pareti di enormi palazzi di quartieri degradati possono solo catturare l'attenzione di un attimo e non si sostituiscono ad azioni concrete volte a migliorare il tessuto urbano. Con un itinerario turistico pensato studiando la vita e le abitudini di un paese si porta ricchezza, in termini di comprensione per il turista e in termini di guadagno economico per gli abitanti. La parte problematica di una città non va esclusa, anche se è difficile da restituire. Un tour di questo tipo parte dalle problematiche sociali, ambientali e politiche, mettendole insieme alle cose belle che un luogo può dare. Il conflitto non va nascosto sotto il tappeto, anche se rappresenta un fallimento di chi ha pianificato la rigenerazione urbana. Il primo passo fondamentale da compiere è chiedersi cosa vogliano gli abitanti di un posto, che tipo di attenzione vorrebbero nel luogo in cui vivono. Serve una grande operazione culturale preliminare per trasformare in ricchezza l'occhio esterno sul proprio cortile, senza ridurre il luogo in una vetrina patinata e innaturale.

8. Il turismo come visione per il territorio

Tante associazioni cercano di recuperare gli edifici di Gibellina Nuova, ma non è facile, soprattutto per le loro dimensioni. Spesso si organizzano mostre d'arte per riaprire spazi pubblici preclusi alla collettività, incoraggiando sapere che a farlo siano persone del luogo. Esperienze di questo tipo vanno sempre incluse in un tour che abbia come cardine il conflitto ambientale e politico, e l'Italia è piena di realtà di questo tipo.

Utilizzare i canali comunicativi giusti è fondamentale per proporre un'esperienza diversa dalla visita di una meta idealizzata e finta come i filtri di Instagram. Pensiamo all'impatto disastroso della turistificazione di massa su città come Venezia o sull'economia dei beni di consumo delle piccole isole, dove è difficile acquistare prodotti che non rientrano nei bisogni del turismo. La storia dei conflitti politici non deve passare in secondo piano rispetto al patrimonio ambientale o archeologico. Il viaggiatore non deve scegliere, ma può avere entrambe. Per comunicare questo messaggio serve una campagna pubblicitaria efficace. Basta apporre banner pubblicitari nei posti giusti, dove non ci sono molte alternative.

9. Il piano di comunicazione

Il piano di comunicazione è uno strumento fondamentale per gestire in modo corretto e mirato tutte le attività sui social media e le azioni da far compiere agli utenti attraverso il sito web, nonché tutti gli strumenti di comunicazione tradizionale off line. Il piano di comunicazione dovrebbe essere il punto di partenza per la promozione on e off line di qualsiasi azienda.

“Elaborare e mettere in atto azioni pubblicitarie senza una guida predefinita e obiettivi chiari prefissati è come guidare a fari spenti nella notte”.

Il piano di comunicazione è come una bussola che guida l'azienda e i suoi consulenti verso il raggiungimento di obiettivi predefiniti, chiari e misurabili.

Si compone di tre fasi: analisi, strategia e azioni.

1. **L'analisi** è il punto di partenza del piano di comunicazione; una fase importante e delicata in quanto da essa dipenderanno strategia e azioni. Gli aspetti da analizzare on line e off line sono molteplici: il target, i clienti, i competitors, il brand, l'immagine coordinata, il sito e lo storico della comunicazione degli strumenti pregressi, la reputazione online, il posizionamento sui motori di ricerca, l'individuazione e la mappatura dei luoghi di conversazione online inerenti il proprio settore, l'individuazione degli opinion leader.
2. Ogni **strategia** di comunicazione deve iniziare con la definizione di un elemento che sarà la chiave del successo (o fallimento) di un prodotto servizio o dell'azienda stessa. La definizione di questo elemento è l'obiettivo aziendale, ed è molto importante che sia **SMART**, ovvero: **Specifico, Misurabile, Attuabile, Realizzabile, Tempificato**. La scelta del posizionamento del brand o di un prodotto è molto utile anche per individuare le piattaforme social su cui essere presenti. Considerando che sui social si conversa e si distribuiscono informazioni, la conversazione può essere: **focalizzata**, come su linkedin e twitter, **defocalizzata**, come su fb o youtube.
3. Il piano di comunicazione deve, infine, definire l'**operatività** vera e propria. Dopo la definizione della strategia da adottare si passa alla definizione degli **strumenti** relativi alle azioni da compiere. Alcuni di questi strumenti e relative azioni possono essere **off line**: campagne pubblicitarie su riviste, cartellonistica stradale, radio, tv eventi, azioni di guerrilla marketing, realizzazione di gadgets a messaggio specifico, partecipazione a eventi mirati, sponsorizzazioni. Le azioni che invece possono essere fatte online sono: selezioni dei social media su cui essere presenti, azioni di direct email marketing, creazione di un sito web dinamico e mirato, call to action mirate nel sito web, utilizzo di landing pages, campagne adwords, campagne social, azioni di lead generation, generazione di engagement.

Il marketing funnel è il sistema utilizzato per descrivere il processo che avviene partendo dalla visita di un potenziale cliente fino alla vendita, ovvero il viaggio che compie un consumatore dal momento in cui conosce il brand fino all'acquisto. Dalla schematizzazione del percorso a forma di imbuto si intuisce visivamente la naturale restrizione numerica dai visitatori iniziali agli acquirenti finali: solo una parte di quei visitatori diventeranno clienti effettivi giungendo alla meta intesa come atto di acquisto.

Avere un piano di comunicazione è fondamentale in quanto permette di operare in maniera mirata verso l'obiettivo, prevenendo errori che potrebbero portare alla perdita di tempo e denaro. Il piano di comunicazione è fondamentalmente un documento che descrive l'ambiente interno ed esterno di un brand attraverso un'approfondita analisi, evidenzia gli obiettivi di marketing, consente di programmare e organizzare le azioni e le strategie per affrontare il mercato di riferimento.

10. Gli strumenti di promozione

Anche nell'ambito della promozione turistica, lo scontro tra tradizione e innovazione è molto sentito. Tra gli strumenti di promozione tradizionali annoveriamo la carta stampata (quotidiani e riviste), la TV, la radio, la cartellonistica, i volantini e i gadget. Tuttavia, richiedono investimenti troppo elevati e non garantiscono di portare a casa i risultati.

Diversi anni dopo la diffusione capillare del world wide web hanno iniziato a diffondersi altri strumenti di promozione:

- **Social Media** (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, LinkedIn)
- **Influencer marketing** (Opinion Leader, trend setter)
- **Blog di viaggio** (Es: "Pensieri in viaggio" di Manuela Vitulli)

Sono strumenti che richiedono investimenti iniziali minori, in linea di massima è sufficiente avere un budget disponibile per le sponsorizzazioni. È sulla base di idee e creatività che un prodotto si diversifica da altri.

Vale la pena segnalare un esempio di come l'utilizzo dei social sia stato fondamentale per rilanciare il turismo in Puglia. È il caso di **Salento Up'n'Down**, un progetto di promozione del territorio attraverso l'esperienza di viaggio di digital influencer e non solo. Secondo la loro personale visione si sono diffuse su instagram fotografie di borghi, masserie, aziende che portano avanti la tradizione storica, artistica e gastronomica del Salento. Il tour Salento Up'n'down ha registrato un successo tale da aprire la strada a un format vincente di promozione del territorio. Nel 2015 e nel 2016 top influencer internazionali di Instagram sono divenuti, per circa una settimana, i più importanti ambasciatori web del territorio salentino e di alcuni brand di punta made in Salento. Lo storytelling in tempo reale, attraverso l'hashtag **#salentoupndown**, è stato condiviso con centinaia di migliaia di follower che a loro volta hanno diffuso simili esperienze di viaggio.

Unlocked è un percorso formativo affiancato all'attivazione di tirocini per giovani del sud Italia che vogliono specializzarsi nelle figure dell'eco-accompagnatore ed educatore ambientale, nell'ottica di un inserimento lavorativo in turismo e formazione.

Il progetto mira a rafforzare le competenze di giovani provenienti da vari ambiti professionali, legati al settore dell'educazione ambientale e del turismo sostenibile, per il loro reinserimento lavorativo in uno scenario post-covid, attraverso l'acquisizione di metodologie di educazione ambientale, outdoor education, educazione non formale, didattica esperienziale e interazione con la natura.

UnLocked è un progetto di:



LIBERO
OSSERVATORIO
TERRITORIALE
SUD

Palma Nana



Realizzato con il contributo di:



FONDAZIONE TERZO PILASTRO
INTERNAZIONALE