



Convegno "Politiche forestali e strumenti di attuazione.
Esperienze, opportunità e prospettive dopo il 3° Congresso Nazionale di
Selvicoltura"
Antrodoto (RI), 26 marzo 2009

Economia forestale tra mercati consolidati e nuove opportunità di valorizzazione delle risorse



Daide Pettenella
con Paola Gatto, Laura Secco e Helen C. Wiesinger
Dipartimento Territorio e Sistemi Agro-forestali
Università di Padova

Organizzazione della presentazione

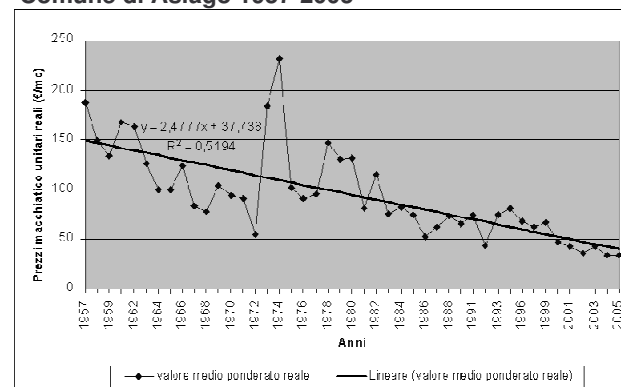
1. Introduzione: attuali *trend* nel mercato del
legname, ruolo dei PFNL e dei servizi
2. Nuovi prodotti e servizi: tipologie di
innovazioni
3. Alcuni esempi in Italia e all'estero
4. Potenzialità e problemi nello sviluppo dei
PES
5. Conclusioni



1. Introduzione

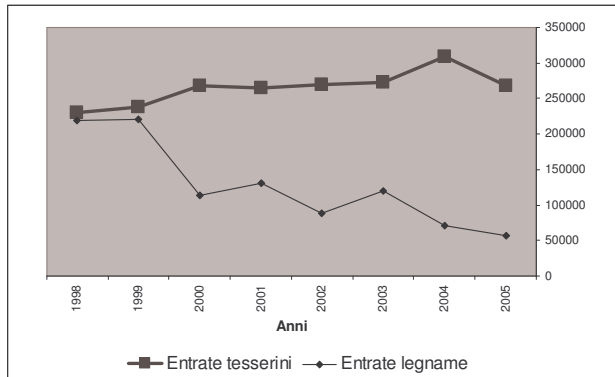


Andamento dei prezzi in piedi ponderati reali aste Comune di Asiago 1957-2005



Fonte: Rigoni, 2006

Ruolo dei PFNL: Confronto tra gli andamenti delle entrate annuali di legname e dei tesserini per funghi nel Comune di Asiago



Considerando i mercati del legname da opera, la selvicoltura “vicina alla natura” delle nostre aree montane è spesso economicamente insostenibile



Per ottenere margini di profitto adeguati (e mantenere le funzioni pubbliche del bosco, altrimenti abbandonato), un **ruolo economico crescente** è giocato dai tradizionali e nuovi Prodotti Forestali Non Legnosi (es. funghi) e dai **Servizi ambientali dalle foreste**

Servizi ambientali che derivano dalle foreste: beni *senza prezzo*, il cui valore economico è alto

Servizi forniti dai biomi forestali (US\$ ha⁻¹ anno⁻¹)

Produzione legnosa e non legnosa	135 ~ 140	
Regolazione del clima	135 ~ 145	←
Regolazione degli eventi avversi	2 ~ 4	
Regolazione del ciclo dell'acqua	2 ~ 3	
Fornitura d'acqua	2 ~ 8	
Controllo dell'erosione	96 ~ 104	←
Genesi del suolo	10 ~ 12	
Ciclo dei nutrienti	350 ~ 361	
Trattamento dei rifiuti	85 ~ 87	
Controllo biologico	2 ~ 3	
Fornitura di cibo e medicinali	40 ~ 45	
Risorse genetiche	15 ~ 20	
Ricreazione	64 ~ 70	←
Cultura	2 ~ 3	

Costanza *et al.*, Nature 387: 253-60; Bonnie *et al.*, Science 288: 1763-4

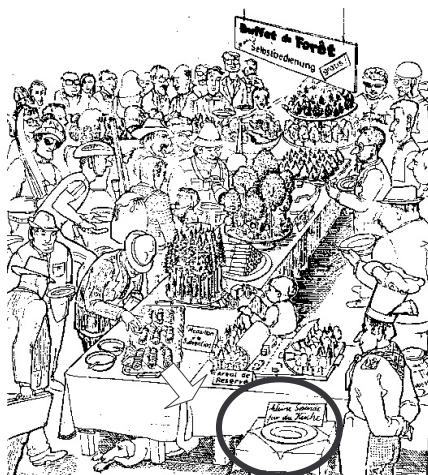


2. Nuovi prodotti e servizi: tipologie di innovazioni

Il problema



Trovare forme di remunerazione consentano ai gestori e proprietari forestali di continuare a fare selvicoltura



Le soluzioni innovative: i PES – Pagamenti per i Servizi Ambientali

La logica di base è che i beneficiari di un determinato bene/servizio paghino direttamente i produttori di quel bene/servizio in una transazione di 'mercato'

Una gamma ampia e differenziata di modelli istituzionali/organizzativi in varie fasi di compimento:

- Sistemi di compensazione pubblica ai gestori di servizi (indennità ambientali)
- Creazione del mercato per compravendita di crediti legati a servizi ambientali (es. *carbonio*)
- Creazione del mercato per la raccolta di PFNL (es. *permessi raccolta funghi*)
- Creazione di mercati dei servizi gestiti da *public utility companies* (es. *acqua*)
- Certificazioni e creazioni di marchi (marketing territoriale)
- Iniziative varie ed autonome del settore privato (es. *parchi avventura*)

Ruolo istituzioni pubbliche



3. Alcuni esempi in Italia e all'estero



Mercato crediti carbonio: “regolato”

3 meccanismi:

- Clean Development Mechanism (CDM): *investimenti forestali in PVS*
- Joint Implementation (JI)
- Emission Trading (ET) → in EU = ETS (ET Scheme): *attività agricole e forestali NON sono incluse (Dir. 87/2003)*

Mercato crediti carbonio: volontario

Acquisto volontario – aziende, organizzazioni pubbliche, privati – di crediti di C per ridurre o annullare le proprie emissioni

“Carbon neutral”,
“Zero emission”,
“Go Zero”,
“Zero carbon footprint”



Mercato crediti carbonio: volontario

Intermediari



Mercato crediti carbonio: sicuramente di grande interesse, ma ancora molto da fare

Vari problemi tecnici e procedurali: addizionalità, permanenza, effetti *leakage*, ecc.; come calcolare la *baseline*? Come effettuare le misurazioni? E quindi come dare garanzia dell'effetto di fissazione?

Per il mercato volontario un aspetto positivo (flessibilità), ma anche problemi aggiuntivi: mancanza di **standard** e procedure rigorose, scarsa trasparenza,...

Alcuni esempi: Interventi istituzionali di creazione del mercato

Funzione bosco: ricreazione, PFNL

Ruolo pubblico: assegnazione diritti di proprietà (permessi raccolta), informazione

Mercato: maturo, ampia dimensione

La
Cicerbita
alpina in
Trentino



La
raccolta
funghi



Alcuni esempi: Creazione del mercato dei servizi (es. fornitura risorse idriche)

Funzione bosco: regimazione e depurazione acqua, protezione idrogeologica, difesa erosione suolo

Ruolo pubblico: definizione dei servizi e dei soggetti, controllo indiretto del meccanismo di funzionamento

Mercato: solo iniziative pionieristiche in Italia, ma già molte esperienze all'estero (NY, Francia, Colombia, Ecuador, ...)

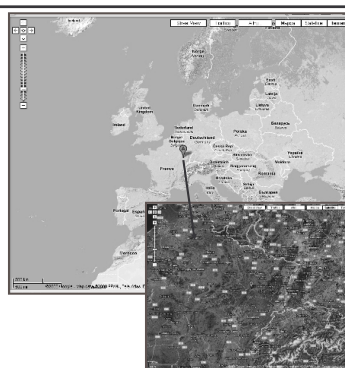


Un esempio: l'acqua minerale Vittel (Vosgi, Francia Nord-est)

Accordi trentennali con gli agricoltori per ridurre i fertilizzanti azotati e modificare le pratiche agricole

Ca. 25 M € spesi da Vittel per:

- 1) Compensazioni di circa 200 €/ha/anno per mancati redditi
- 2) Fino a 150.000 € di contributo a fondo perduto ad azienda per nuovi investimenti
- 3) Fornitura di manodopera aziendale gratuita per le concimazioni organiche
- 4) Assistenza tecnica gratuita



Acqua e foreste: un'esperienza in Italia

La legge Galli (36/94) sul ciclo integrato dell'acqua e le iniziative della Regione Emilia Romagna:

Il 6 % della tariffa idrica viene destinato ad interventi forestali con intenti migliorativi sul ciclo dell'acqua



Controllate sulla vostra bolletta/fattura i dati come mostrato nell'esempio.

Soggetti coinvolti: Agenzie d'Ambito, Provincie e Comunità Montane

Delibera Giunta Regionale Emilia Romagna Prot. N. SSR/06/1039359

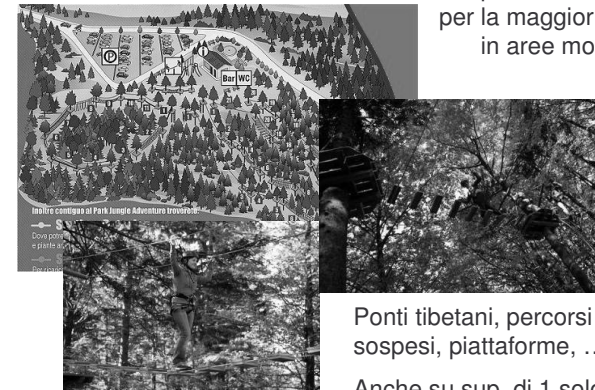
Certificazioni e creazioni di marchi

Acquisto di prodotti certificati il cui marchio è garanzia di una gestione sostenibile dell'ambiente, o comunque rispettosa di standard ambientali e sociali



Parchi avventura in foresta

A partire dal 2001, per la maggior parte in aree montane



Ponti tibetani, percorsi sospesi, piattaforme, ...
Anche su sup. di 1 solo ha!

www.jungleadventure.it / www.sellaneveaparco.it

- 55 PA censiti in Italia. In totale circa 65
- Località turistiche soprattutto in montagna

- ampio bacino d'utenza
- facile accessibilità e parcheggio
- superficie bosco anche < 1 ha
- alberi con $\varnothing > 30$ cm
- assenza di vincoli

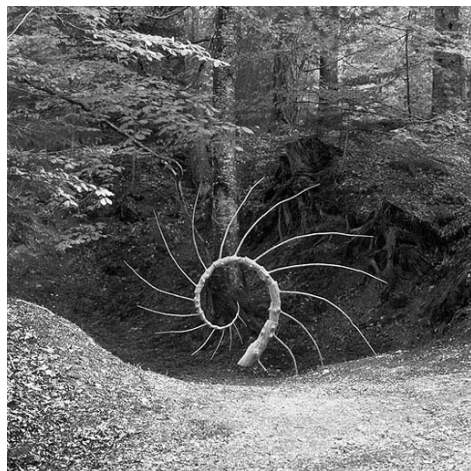


Percorsi aerei di osservazione naturalistica

percorsi aerei di osservazione naturalistica o per attività sportive



Hübner, L.; Lässig, R., 2005: Im Erlebnispark Wald die Vielfalt von Holz und Natur erfahren.
- Wald Holz 86, 10: 45-48



Esposizioni d'arte in foresta

Es. Arte Sella
(www.artesella.it)

Ca. 100.000
visitatori/anno

Percorsi di
lunghezza e
impegno
diversi

Concerti in foresta



Concerti di musica
classica, etnica, jazz, ecc.
in Trentino, Veneto,
Sardegna, ...



www.isuonidelledolomiti.it



Scuole in foresta, parchi didattici a tema

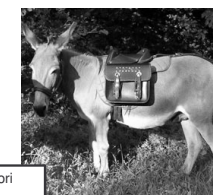


Holzpark in Austria
(apertura nel 2007,
6.000 visitatori)

Fonte: Wiesinger,
2009



Eselabenteuer (Austria)



Anno apertura	Occupati	Visitatori
2005	2	600

Fonte: Wiesinger,
2009

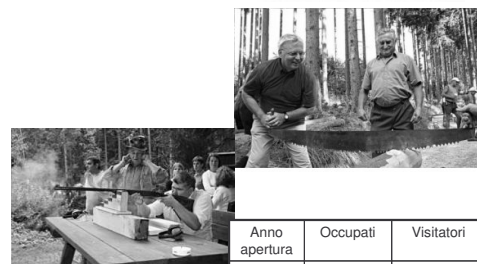
Bruno's Bogenparcours (Austria)



Anno apertura	Occupati	Visitatori
2002	1	n.d.

Fonte: Wiesinger,
2009

Wildpark Buchenberg (Austria)



Anno apertura	Occupati	Visitatori
2002	8	15.000

Fonte: Wiesinger,
2009

Baumkronenweg e Baumhotel (Austria)



Fonte: Wiesinger,
2009

La suite sulla quercia (Italia)



Prov.	Anno apertura	Occupati	Visitatori
VT	2007	6	500

Fonte: Wiesinger, 2009

Adozione di un castagno (Italia)



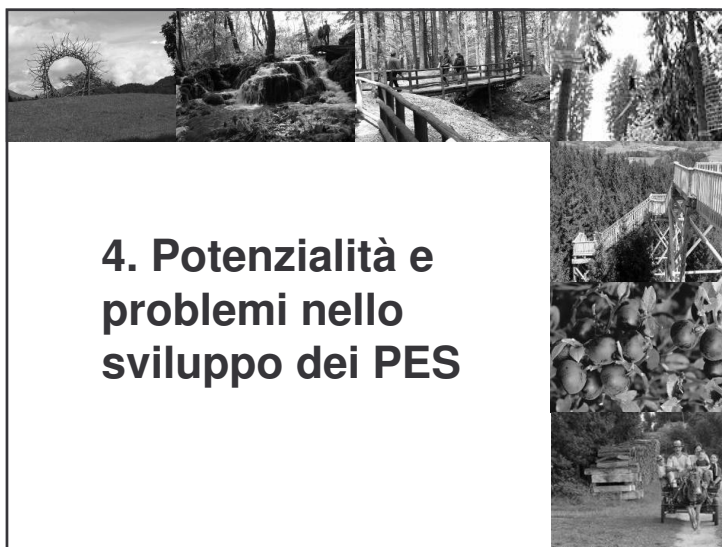
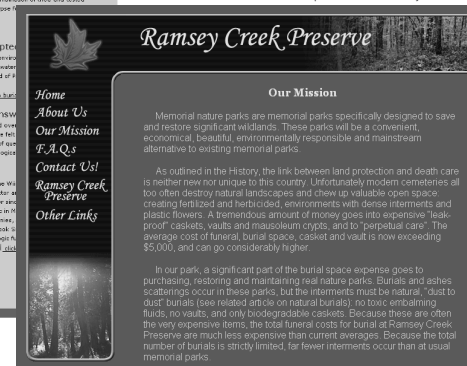
Fonte: Wiesinger, 2009

Prov.	Anno apertura	Occupati	Piante
LU	2003	3	150



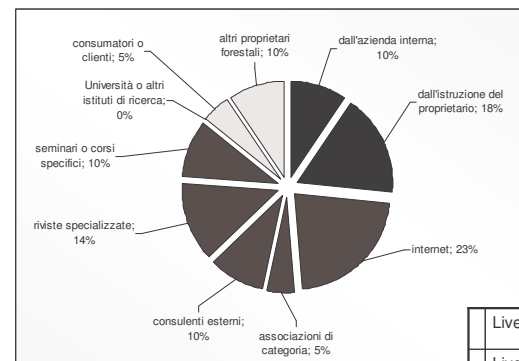
Infine una curiosità: le sepolture ecologiche

<http://www.memorialecosystems.com/>



4. Potenzialità e problemi nello sviluppo dei PES

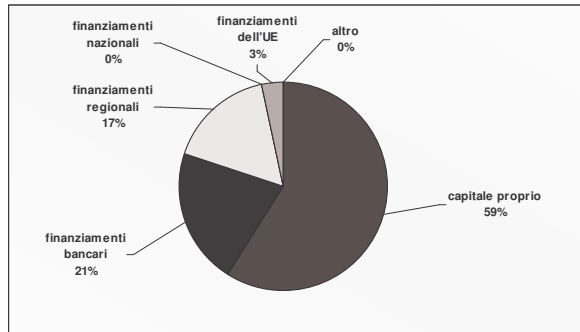
Generazione dell'idea



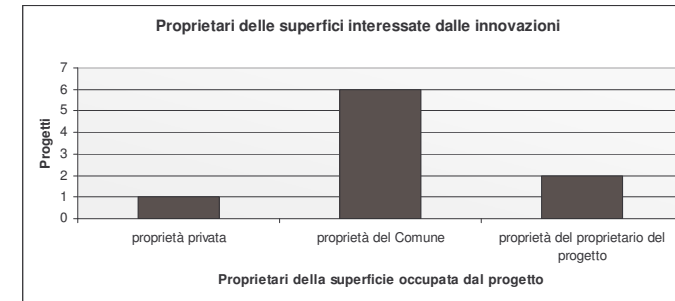
Fonte: Helen Catherine Wiesinger, 2009

Livello istituzionale (62%)
Livello aziendale (28%)
Livello B2B (10%)

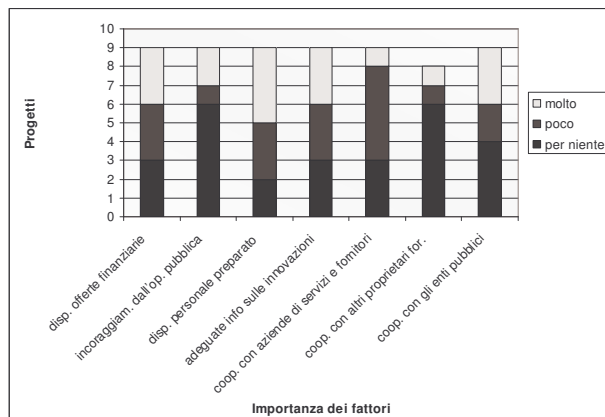
Fonti di finanziamento



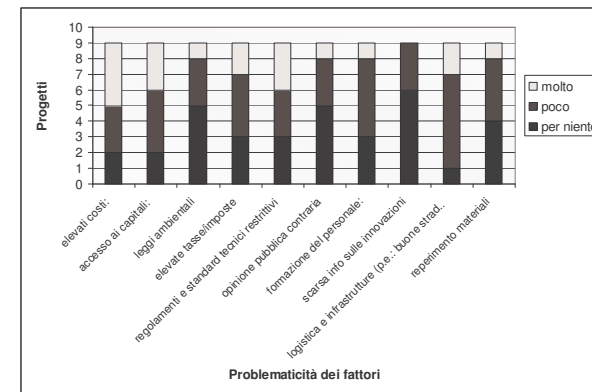
Superfici forestali



Fattori positivi nell'implementazione



Fattori negativi nell'implementazione



La promozione del progetto turistico/ricreativo

- Presenza di molti soggetti, grazie anche alla partecipazione ai *network*

A bar chart titled 'Progetti' on the y-axis and 'Mezzi di promozione' on the x-axis. The y-axis ranges from 0 to 10 in increments of 1. The x-axis lists seven promotional means. The bars represent the number of projects for each mean: 'inserzioni sui riviste/giornali' (8), 'manifesti su pannelli' (3), 'pubblicità audio e/o video' (4), 'website e internet' (9), 'pubblicità durante conferenze/...' (4), and 'volantinaggio' (5). The bar for 'pubblicità durante conferenze/...' is not visible, indicating a value of 0.

Mezzi di promozione	Progetti
inserzioni sui riviste/giornali	8
manifesti su pannelli	3
pubblicità audio e/o video	4
website e internet	9
pubblicità durante conferenze/...	0
volantinaggio	5

-
- | Mezzi di promozione | Progetti |
|----------------------------------|----------|
| Inserzioni sui viaggiatori | 8 |
| manifesti ai pannelli | 3 |
| pubblicità audio e/o video | 4 |
| website e internet | 9 |
| pubblicità durante conferenze... | 4 |
| volantaggio | 5 |

Qualche “*lesson learned*”

- Fondamentale l'imprenditorialità
 - non sempre endogena
 - donne brillanti imprenditrici
- Importante forme di partenariato e collaborazione
 - Settore pubblico: offerta di terreni, promozione e nei processi autorizzativi
 - “capitale sociale” nel fare reti d'impresa
- Economicamente sostenibili
 - Problemi di accesso ai canali tradizionali di finanziamento
 - Spesso attività stagionali → integrazione di reddito

- Re-indirizzare, ove possibile, le attuali politiche di intervento/sussidio pubblico diretto soprattutto verso le iniziative volontarie del settore privato, basate su capacità imprenditoriale e innovazione, che hanno finora dimostrato di essere le più flessibili, efficaci ed efficienti
- Le idee non mancano, ma è essenziale muoversi in un'ottica di diversificazione, qualificazione e marketing territoriale
- E l'Ente pubblico?
→ dal governo alla *governance*

E l'Ente pubblico?
→ dal governo alla *governance*

L'ente pubblico continuerà certamente a svolgere un ruolo essenziale:

- Appropriato contesto istituzionale
- Controllo corretto funzionamento dei meccanismi PES
- Trasparenza del mercato
- Formazione ed informazione agli operatori
- Sostegno ai soggetti interessati nelle prime fasi della formazione degli accordi alla base dei PES
- *Networking* e partecipazione ad iniziative di marketing territoriale

... ma alleggeriamo e riqualifichiamo il settore pubblico, riscoprendo il significato di essere "*civil servants*"



Copia dei lucidi disponibili nel sito WEB

www.tesaf.unipd.it/pettenella/index.html