

## **CONVIVERE CON L'ORSO? SI PUO' E FA BENE 20 PRODUTTORI 'AMICI DELL'ORSO' RICEVONO IL MARCHIO "BEAR FRIENDLY" DEL PARCO DELLA MAIELLA E WWF**

L'orso marsicano è un'icona che vale 9 milioni di Euro per il territorio

Il miele, l'olio, la frutta e gli ortaggi del Parco Nazionale della Maiella diventano "più buoni" perché per produrli gli agricoltori e gli apicoltori si sono impegnati ad adottare tecniche e comportamenti per favorire la tutela dell'orso, della biodiversità e dell'ecosistema nel quale vive questo grande mammifero simbolo dell'Abruzzo. È questo il cuore del marchio "Bear Friendly" che il Parco Nazionale della Maiella, in collaborazione con il WWF Italia, ha istituito e che lunedì prossimo, il 19 dicembre sarà consegnato nel corso di un incontro pubblico ai venti primi produttori che operano nei comuni dell'area protetta, applicando specifici disciplinari a favore dell'orso bruno marsicano e del suo habitat. L'incontro a cui prenderanno parte Lucio Zazzara, Presidente del Parco Nazionale della Maiella, Luciano Di Tizio, Presidente WWF Italia, Luciano Di Martino, Direttore del Parco Nazionale della Maiella, Giovanna Di Domenico, Tecnico Parco Nazionale della Maiella e Marco Marsilio, Presidente della Giunta Regionale d'Abruzzo, ha lo scopo di evidenziare come il marchio Bear Friendly sia un'azione che mira a premiare e dare visibilità a tutti coloro che nella loro attività quotidiana agiscono consapevolmente per evitare situazioni di conflitto con l'orso e applicano volontariamente tecniche di produzione a basso impatto sull'ecosistema.

La convivenza tra orso e uomo, dunque, non solo è possibile ma è fortemente auspicabile perché la presenza di questo mammifero, purtroppo ancora fortemente minacciato, fa bene alla biodiversità e anche all'economia dei territori. Non a caso, un recente studio commissionato nell'ambito del progetto Life ARCPROM - "Bentornato Orso gentile", co-finanziato dall'Unione Europea per migliorare la coesistenza uomo-orso attraverso la comunicazione, il dialogo con il territorio e la prevenzione-gestione delle situazioni in cui uomo e orso possono venire in contatto, ha misurato l'impatto economico dell'orso marsicano per il territorio in cui vive rispetto alla sua narrazione positiva sui media.

L'Orso marsicano, un'icona promozionale del territorio del valore di 9 milioni di euro

L'obiettivo della ricerca è stato quello di valutare il "servizio ecosistemico culturale" gratuito offerto dall'orso marsicano, in termini di pubblicità indiretta, ovvero, quel valore "commerciale" generato dai passaggi o citazioni sui principali canali media nazionale e locali in cui si è scritto o parlato di orso marsicano veicolando allo stesso tempo verso potenziali visitatori l'immagine dei parchi e dei territori che lo ospitano. La ricerca ha rilevato oltre 400 tra articoli e video sull'orso marsicano censiti tra il 2015 e il 2020. Essi hanno generato un valore promozionale di pubblicità indiretta stimato in oltre 9 milioni di euro, calcolato per difetto in base ai moduli pubblicitari offerti e ai relativi prezzi di listino. Una cifra a cui corrisponde una "pubblicità" gratuita che risulta nettamente superiore alle spese sostenute per la gestione del conflitto uomo-orso in termini di prevenzione e indennizzo dei danni economici causati dal plantigrado.

La tecnica econometrica utilizzata (*Advertising Value Equivalency -AVE*) ha permesso di stimare quanto sarebbe costata una campagna pubblicitaria in base allo spazio occupato sulla pagina per la stampa e alla durata delle trasmissioni televisive.

Oltre all'enorme beneficio derivato all'immagine, la presenza dell'orso implica un ecosistema sano anche grazie ai numerosi effetti positivi (servizi ecosistemici) svolti da questa specie e il cui valore economico è inestimabile. Il valore "commerciale" dell'orso in termini di AVE è solo una fetta del reale valore dell'orso e rappresenta il contributo che la specie offre all'economia.

I produttori "Bear Friendly"

Metalmeccanici che hanno lasciato la fabbrica per le api o chi sognava di fare l'apicoltore fin da bambino, cooperative che attraverso la coltivazione di varietà antiche favoriscono l'integrazione e giovani donne che l'agricoltura ce l'hanno nel sangue da sempre. Tutti hanno "scommesso" sul marchio Bear Friendly perché credono nella cultura di accoglienza e nel rispetto per un animale ambasciatore del loro territorio a forte rischio d'estinzione. Il marchio "Bear Friendly" infatti, che rientra a sua volta nelle azioni del progetto Life ARCPROM ha lo scopo di coinvolgere i produttori locali nel raggiungimento degli obiettivi internazionali di conservazione a tutela della biodiversità e degli ecosistemi. Obiettivo è dare visibilità a tutte le esperienze virtuose che concretamente contribuiscono a caratterizzare il Parco dal punto di vista dell'impegno a perseguire uno dei più sfidanti obiettivi istituzionali: garantire la sopravvivenza dell'orso bruno marsicano nel lungo periodo.

I disciplinari che regolano la concessione del marchio sono stati redatti attraverso la partecipazione dei potenziali beneficiari che hanno lavorato assieme al Parco e al WWF e hanno dedicato con passione il loro tempo alla stesura del disciplinare, mostrando entusiasmo nei confronti di questa iniziativa che permette di migliorare l'immagine dell'impresa attraverso un premio che riconosce gli sforzi messi in atto, volontariamente, per trovare un giusto equilibrio tra esigenze produttive e mantenimento delle risorse naturali a cui sono legati.

Le dichiarazioni

"Per il Parco", spiega Lucio Zazzara, Presidente del Parco Nazionale della Maiella, "quest'azione è un grande passo concreto nella strategia di tutela dell'orso bruno marsicano, un passo che aiuterà a riconoscere l'orso come parte integrante e valore del territorio, a moltiplicare i comportamenti virtuosi e che favorirà un dialogo con gli operatori economici dell'area protetta, per coinvolgerli sui temi della conservazione della natura, che è possibile solo se diventa una responsabilità di tutti".

"Il progetto ARCPROM e la nascita del marchio Bear Friendly - ha detto Luciano Di Tizio, Presidente WWF Italia - vanno esattamente nella direzione indicata da sempre dal WWF : per dare un futuro alle specie a rischio, per proteggere ecosistemi minacciati è necessario lavorare in squadra, coinvolgendo a vario titolo i diversi attori sul territorio: enti, istituzioni, associazioni, imprese. Da domani i prodotti del Parco Maiella che si fregeranno del logo dell'orso avranno di sicuro una marcia in più. Ora ci aspettiamo, dopo le prime 20 aziende selezionate, che nel 2023 altre realtà abruzzesi vorranno diventare anche loro 'amiche dell'orso' "