

## PARCO DELLA MAIELLA: ASSEGNATO A 20 PRODUTTORI AMICI DELL'ORSO IL MARCHIO "BEAR FRIENDLY"

17 Dicembre 2022



SULMONA- 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, alle 10,30 nell'abbazia morronese di Sulmona, 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, 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 auspicabile perché la presenza di questo mammifero, purtroppo ancora fortemente minacciato, fa bene alla biodiversità e anche all'economia dei territori. 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.

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 è solo una fetta del reale valore dell'orso e rappresenta il contributo che la specie offre all'economia.