

## **PROGETTO LIVINGSTONE**

### **Ambiente/Turismo/Sport**

Di seguito si riporta una sintesi dei principali aspetti emersi durante i tavoli di lavoro della Cultura. Un ringraziamento particolare va a tutti i partecipanti che stanno lavorando al progetto Livingstone.

***Presenti: Silvia Casagrande; Paola Colombini; Francesco Roccabruna; Marco Casagrande; Adriano Bonmassar; Dallapiccola Andrea; Raffaele Andreatta; Dino Ioriatti; Gomer Colombini; Ioriatti Sandro; Diego Fedel; Gianluca Sartori; Eduardo Huby; Matteo Ceschi; Ylenia Moser; Franca Broseghini; Lorenza Biasetto.***

Il gruppo inizia a lavorare partendo dal report del forum del 7 febbraio. Il compito del gruppo è capire qual è la vocazione, la cornice entro cui inserire i futuri progetti.

La vocazione turistica all'interno dell'altopiano di Pinè è scontata. Si fa presente come nonostante siano stati fatti molti lavori da diversi enti e associazioni, non siamo stati capaci di fare quello scatto d'orgoglio che ci avrebbe permesso di innovarci. La visione iniziale del territorio è pessima, sia per le infrastrutture sia per l'ambiente in generale. Questa situazione è causata sia al pubblico che al privato.

Chi ha interesse a rallentare lo sviluppo? È il caos la causa del rallentamento, cioè la sovrapposizione di una serie di interessi completamente diversi.

La necessità, forse, è anche quella di un'analisi univoca, ognuno ha le proprie idee e c'è chi vuole investire in una direzione e chi in un'altra. Ognuno ha un concetto di turismo diverso dall'altro. C'è chi lo lega all'ambiente, c'è chi lo lega alle presenze, ai prezzi e alla quantità. Queste forme di turismo sono fortemente in contraddizione tra loro.

La crescita culturale è fondamentale e deve essere portata avanti da tutto il territorio, non solo dall'operatore. Il turismo non è fatto solo dall'operatore, ma anche dagli abitanti del territorio.

Spesso non è neanche una questione di infrastrutture, ad esempio la valle d'Isarco è la più povera in assoluto, manca tutto, eppure è la più ricca di turisti. È riuscita a recuperare le energie del proprio territorio, ogni giorno per 360 giorni propongono attività diverse. Un giorno coinvolgono le scuole, un giorno gli asili, e così via. Hanno, in altri termini, una vocazione condivisa.

Dobbiamo tenere presente che nell'altopiano non tutti si occupano di turismo, anzi a qualcuno il turismo da pure fastidio (il traffico, le code ecc.). Il problema è anche culturale, inoltre Pinè non vive solo di turismo, sono molti i settori che danno da vivere.

Uno degli aspetti che emerge spesso è che l'amministrazione pubblica non ha fatto la sua parte, ma è anche vero che gli abitanti del territorio non sono mai stati compatti. Se per macrocategorie noi fossimo d'accordo almeno su uno o due punti, saremmo più forti e incisivi. Siamo anche noi che dobbiamo aiutare le amministrazioni a individuare idee e possibili progetti. La comunità deve mandare segnali e stimoli agli amministratori, dobbiamo aiutarci in maniera collaborativa.

Un'ipotesi potrebbe essere quella di lavorare sull'organizzazione di eventi a livello internazionale. Questo consentirebbe di portare nel territorio un bacino di utenti considerevole. Le strutture e i servizi per fare questo ci sono e sarebbe, inoltre, un progetto immediato.

Il gruppo si chiede se il vero problema del turismo risieda nel recuperare gente, turisti. A questo proposito viene letto quanto detto all'interno del Forum del 7 febbraio.

*“noi riconosciamo che affinché una comunità viva e viva bene, esiste un rapporto tra capacità e opportunità, e ciò che rende proficuo questo rapporto è la crescita delle competenze. Tradotto in un linguaggio più semplice, questa comunità ha un futuro se è attraente prima di tutto per chi ci vive e per i figli di chi ci vive. Questo è un cambiamento molto importante, perché noi veniamo da un tempo, che peraltro non è ancora passato, in cui l'ipotesi era che i territori fossero delle cose da vendere. Da vendere a pezzetti, da vendere attraverso il marketing turistico, vendendolo attraverso l'enogastronomia ecc. In una prospettiva evoluta della lettura dello sviluppo locale, per fortuna perfino gli economisti se ne sono accorti, e se se ne sono accorti gli economisti vuol dire che se ne possono accorgere tutti, che il territorio è una realtà che vive prima di tutto se è vivibile e preferibile da parte, dopodichè essendo vivibile e preferibile da parte di chi lo abita, può trovare le condizioni abbastanza facilmente per essere attraente anche per altri. Quindi investire in capacità e competenze per rendere il territorio vivibile e preferibile per chi lo abita, cioè per evitare che per avere un giovane laureato che scelga di vivere qua lo dobbiamo*

*incatenare, non fisicamente ma ad esempio con i sensi di colpa, dicendo “ma come tuo nonno ed io abbiamo fatto questo e adesso tu te ne vai”. È come quando si va a mangiare e chiedi la carta dei vini, leggi e vedi solo vini trentini e ti dicono “noi serviamo solo vini trentini”. Ora, se tu lo fai talmente buono che io lo preferisca, allora sceglierò un vino trentino, ma non puoi impormi di bere solo il vino trentino. Lavorare per la crescita della cultura e delle competenze significa aumentare le opportunità disponibili, che diventeranno poi attrattori di capacità. Far sì che non sia una missione rimanere in questo territorio, ma sia una scelta”. (Ugo Morelli).*

Dipende quindi da quale punto di vista decidiamo di guardare il turismo. Le scelte e le azioni che faremo saranno completamente diverse a seconda del punto di vista. Se il nostro obiettivo è far venire qui i turisti, che è legittimo se siamo tutti d'accordo, allora organizzeremo eventi o altro. Ma se il nostro obiettivo è rendere questo luogo vivibile per noi che lo abitiamo, con l'ipotesi che se è bello per noi lo sarà anche per gli altri, allora dovremmo lavorare in maniera completamente diversa. Lavoreremo non sui numeri e sulle quantità ma sulla vivibilità e sul nostro benessere.

Oggi il turista non vede Pinè appetibile, e questo vale anche per il turista affezionato. Allora dobbiamo pensare a renderlo piacevole e vivibile per noi. Per fare questo dobbiamo decidere come vogliamo vivere.

Altra questione riguarda le strutture, cioè bisogna lavorare per crearne di nuove o la necessità è lavorare con la qualità di ciò che già esiste? Esistono strutture che non costano nulla, ad esempio l'aria l'acqua, la cascata, che interessano più della struttura in sé.

Altri luoghi sono riusciti ad offrire un'immagine chiara del proprio territorio, ad esempio l'Alto Adige, noi non siamo riusciti ad offrire un'immagine chiara e condivisa del nostro territorio. Quale immagine offriamo noi di noi stessi? Cosa ci caratterizza? Cosa ci differenzia dagli altri luoghi? È questo il punto centrale da affrontare. Ad oggi non abbiamo deciso cosa vogliamo essere, non abbiamo scelto. Non abbiamo un'identità chiara.

Il tavolo successivo si apre con l'intervento di alcuni componenti del gruppo attorno all'idea di "concretezza" del progetto: si parla della necessità di concretezza e della necessità di fare qualcosa subito per il territorio. Il tavolo precedente, dal suo punto di vista, è stato poco concreto, nel senso che non sono uscite idee chiare e praticabili (ad esempio infrastrutture e servizi) rispetto a ciò che si vuole fare "concretamente" e subito.

Altri, all'interno del gruppo, riprendendo il discorso precedente affermano che il Progetto è invece molto concreto, nel senso che l'analisi delle problematiche e l'analisi delle possibili soluzioni è un qualcosa di molto concreto. Quello che è emerso nel tavolo precedente è la bellezza paesaggistica del territorio. Forse lo vorremmo più curato, e questo sarebbe già un bel obiettivo di questo tavolo di lavoro. L'aspetto sul quale dobbiamo ancora lavorare riguarda cosa vuole diventare l'Altopiano di Pinè, in quale direzione vuole andare.

Si afferma che "se questo tavolo fosse riuscito in due incontri a trovare qualcosa di concreto forse sarebbe stata una delusione. I problemi che sta cercando di affrontare il tavolo di lavoro ce li portiamo avanti da vent' anni. Trovare una soluzione in sei ore avrebbe voluto dire che in questi anni siamo stati tutti stupidi a non trovare la soluzione. Non c'è da meravigliarsi, cioè, che dopo due incontri non ci sono proposte concrete. La proposta dovrebbe essere l'ultimo passo. In questa prima fase dobbiamo invece accordarci rispetto a quale senso ognuno di noi dà a questa idea di sviluppo. Dobbiamo individuare, come primo aspetto, la vocazione del territorio. Se riuscissimo ad identificare un target turistico a cui puntare (ad esempio sportivo, familiare ecc) forse faremmo un passo avanti. Si tratta quindi di trovare l'accordo e su quello partire con idee e progetti. Il fatto che ad oggi non è emersa la classica lista con le cose concrete da fare non significa che il progetto non sia partito. Dal mio punto di vista è partito molto bene soprattutto perché ci sta dando un metodo grazie al quale andare avanti. Questa fase, di individuazione di una cornice, di una direzione da prendere, è sicuramente la più complessa e non può essere risolta in due incontri. In questo gruppo ci sono almeno sette idee diverse di turismo, forse dobbiamo allinearci e poi andare avanti".

## **Lavoro di gruppo**

Il gruppo, suddiviso in tre sottogruppi, si dà il compito di riflettere attorno alle seguenti questioni

1. Cosa caratterizza questo luogo, cosa gli fornisce un'identità?
2. Quali sono gli elementi da superare, che non aiutano la costruzione di questa identità?
3. Cosa mi rende orgoglioso di questo territorio?

## **Risultati del lavoro**

### Primo gruppo

1. Cosa caratterizza questo luogo, cosa gli fornisce un'identità?
  - La bellezza del paesaggio
  - La fruibilità del territorio (passeggiate semplici destinate ad un target vasto di persone)
  - Laghi di montagna
  - Clima, aria
  - Vicinanza alle principali arterie stradali
  - Infrastrutture (ad es. stadio del ghiaccio e Palacongressi)

### Secondo Gruppo

1. Cosa caratterizza questo luogo, cosa gli fornisce un'identità?
  - Qualità dell'ambiente e morfologia del territorio
  - Clima unico
  - Accessibilità e collegamenti con altre località
  - Stadio del ghiaccio
  - Ristorazione in crescita

### Terzo Gruppo

1. Cosa caratterizza questo luogo, cosa gli fornisce un'identità?
  - Ambiente (montagne e laghi, quindi possibilità di target diversi)
  - Ambiente incontaminato (alcune aree non sono ancora conosciute dal turismo)
  - Clima familiare e di paese
  - Servizi
  - Vicinanza dalla città
  - Tradizioni culturali (per alcuni componenti del gruppo queste sono ancora poco visibili)

## **Seconda Domanda**

### Primo Gruppo

2. Quali sono gli elementi da superare, che non aiutano la costruzione di questa identità?

Si raccolgono i lavori dei singoli gruppi in maniera aggregata.

- Mancanza di una cultura turistica dell'accoglienza (nella generazione over 40)
- Incuria dei luoghi
- Incuria delle strutture
- Mancanza di un'identità chiara
- Poca cura dell'ambiente
- Ostilità dei residenti verso i turisti
- Invidie
- Mancanza di obiettivi comuni e collaborazioni all'interno del settore turistico
- Inadeguatezza di alcune strutture ricettive (in particolare gli appartamenti)

## **Terza Domanda**

2. Cosa mi rende orgoglioso di questo territorio?

Si raccolgono i lavori dei singoli gruppi in maniera aggregata.

- Qualità della vita in generale e la bellezza del luogo
- I giovani sono molto disponibili ad accogliere i turisti
- Spirito di solidarietà del paese
- Molta voglia di fare
- Differenza tra il caos della città e la tranquillità e la sicurezza del luogo

Partendo dagli aspetti emersi, l'ipotesi per l'incontro successivo, è di riflettere attorno ad alcune possibili direzioni da seguire. Un aspetto da tenere presente è la dimensione conflittuale presente all'interno del tavolo. Il gruppo riconosce di essere diviso attorno a due modalità opposte di vedere il turismo. Per alcuni l'obiettivo principale riguarda l'aumento del numero di turisti e di infrastrutture, quindi si tratta di organizzare eventi che richiamano turisti sul territorio. Per altri occorre prima creare un clima favorevole (aumentare la cultura dell'accoglienza ecc.) e lavorare sulla qualità della vita per chi il territorio lo abita (ad esempio lavorando sull'ambiente), con l'ipotesi se stiamo bene noi, staranno bene anche gli altri (i turisti).

Si è deciso di unire il gruppo dello Sport con il gruppo Ambiente e Turismo, da oggi i due gruppi lavoreranno assieme.

L'incontro si apre con ciò che emerso nell'incontro precedente, ossia le due posizioni divergenti rispetto al tema dell'ambiente e del turismo:

- 1- per fare le cose bene servono infrastrutture e servizi
- 2- prima di lavorare su infrastrutture ci vuole qualcosa di più profondo in grado di sostenerli: cultura dell'ospitalità

C'è chi sostiene di iniziare con le strutture e chi, invece, afferma l'utilità di un progetto turistico generale, sottolineando come ad oggi manchi un collante, ad esempio la capacità di dare all'ospite una visione d'insieme del territorio. La domanda che può aiutarci è: che vocazione turistica ha il nostro paese?

**Partecipante:** dobbiamo trovare la vocazione del nostro territorio, prima di trovare qualcosa da copiare agli altri. Torno da Sheffield, una valle organizzata benissimo dal punto di vista turistico, hanno attività per 365 giorni all'anno.

**Partecipante:** sarebbe utile andare a guardare le località vicine a noi, e il discorso del turismo invernale con gli impianti forse qui non è adatto (oggi le località sciistiche minori soffrono, hanno bisogno di continuo sostegno economico).

È difficile intercettare la fascia giovane.

La famiglia dai 30 ai 60 anni è il target a cui mirare.

Le problematiche sono ancora quelle del libro di 15 anni fa ("Dove va pinè").

La situazione di casino generalizzato che i nostri ospiti percepiscono all'interno del territorio. Manca il rinnovamento e per questo la gente non viene più.

Cosa possiamo fare? Guardiamoci attorno.

Ognuno all'interno delle singole proprietà dovrebbe contribuire ad abbellire l'ambiente, come in Alto Adige dove ognuno preserva la propria parte di territorio e chi non lo fa è quasi emarginato dagli altri. Basta applicare regole di buon senso come altri hanno già fatto.. Noi vogliamo un ambiente bello per noi. E non è questione di ricchezza. In paesi più poveri che da noi ognuno tiene in ordine il proprio pezzo e rispetta l'ambiente.

**Partecipante:** Val d'Isarco e bassa Pusteria non hanno nulla, ma si danno da fare, pianificano. Oggi dobbiamo pianificare un intervento generale e trovare un solo punto. Io

propongo di non fare la grande infrastruttura, sono eterni deficit. Val aurina sta togliendo tutti i percorsi segnati che sono violenza sul territorio. Stanno coinvolgendo tutti i cittadini ad avere una diversa visione del territorio. D'inverno si cammina nella neve, senza pista battuta ma con la guida. Questa è la differenza tra infrastruttura e vivibilità.

Il discorso all'interno del gruppo prosegue attorno ai numeri del turismo negli ultimi anni. Si afferma che negli ultimi anni il turismo dell'altopiano di Pinè è sempre sceso (solo lo scorso anno piccolo rimbalzo). Clientela medio bassa. Bisogna chiedersi perchè? Nonostante l'offerta dell'APT il turismo va indietro, nonostante le bancarelle e il pacchetto di belle iniziative. Cosa vuole il turista? Il lago è inquinato, gli alberghi non sono idonei a un certo tipo di clientela, l'atmosfera di accoglienza non è buona. Non servono grandi infrastrutture ma piccole risposte.

riprendendo quanto affermato in precedenza si mette in luce come i dati del turismo in realtà non stiano scendendo. "Lo scorso anno a Pinè si è avuto il migliore risultato turistico del trentino. Sulle presenze teniamo, sugli arrivi abbiamo una crescita importante: ciò significa che stiamo seguendo la stessa linea turistica nazionale: le persone non sono più fidelizzate, seguono flussi. Dobbiamo fare marketing esterno ma anche interno. Non dobbiamo spaventarci, i dati certificati ci confortano.

Sappiamo però che questo sarà un anno molto difficile. L'unico dato che soffre sono le presenze alberghiere, non gli arrivi (è la durata della permanenza che si è ridotta da 5,2 a 3,9). Anche la Val di Cembra ha un ricettivo molto legato al fine settimana. Rispetto agli appartamenti stiamo facendo un lavoro importante per mappare gli appartamenti prima di giugno.

Abbiamo anche presentato un progetto di richiesta fondi europei per fare formazione, con educational per vedere buone pratiche altrove, lezioni in aula, su normativa, accoglienza, lingua inglese fondamentale, come si prepara la colazione.

Attenzione: i parametri del turismo sono cambiati, non possiamo basarci sulla percezione legata a come era il turismo una volta".

Si fa notare come la sensazione generale è che ci siano in giro meno giovani. Il rischio è che il territorio diventi una sorta di dormitorio. Con gli sport (arrampicate ecc) potremmo attrarre di più questa clientela.

## **Lavoro in sottogruppo**

Partendo dai vincoli, le possibilità e i valori del territorio individuati nel precedente incontro, il gruppo ha il compito di provare a pensare a quali sono le possibili direzioni per il territorio. Lavoriamo in tre sottogruppi.

## **Risultati primo gruppo**

Il primo sottogruppo propone tre ipotesi centrali

### **1 strutture recettive (servizi al turista)**

1.1 formazione e aggiornamento degli operatori del recettivo

- sviluppo capacità imprenditoriali
- utilizzo strumenti web
- formazione qualità offerta
- formazione coesione comunità solidarietà tra le componenti operatori istituzioni amministratori

### **2 integrazione delle componenti economiche del territorio**

2.2 ambiente – esempi sul porfido / pietra locale

Agevolare i privati affinché usino il profido locale, fare in modo che le amministrazioni usino solo materiale della zona, i paesi diventano vetrina del porfido, le infrastrutture siano costituite da elementi del territorio, i centri storici siano valorizzati attraverso la cura dei particolari

### **3 connubio sport ambiente**

3.3 fruizione del territorio in senso sportivo, non agonistico ma soft, bambini, famiglie, anziani e disabili (+ di 1 milione in italia); sviluppare l'idea di territorio per tutti

## **Risultati secondo gruppo**

Abbiamo raccolto lo spunto iniziale per verificare se mancava ancora qualcosa tra potenzialità e limiti.

A livello di potenzialità – strutture e servizi – ci sono oltre allo stadio del ghiaccio anche palestre, teatri, parchi, spiagge, campi da calcio, realtà private recettive come alberghi, malghe, sistema ristorazione, sistema servizi terziario

A livello di limiti e assenze – a Baselga – il problema principale è la pianificazione territoriale, evidente e molto preoccupante, perché se puntiamo alla qualità dell'ambiente, qui c'è una situazione caotica, non sono state individuate le aree, sono falliti i patti territoriali.

Il gruppo individua 2 target di potenziali turisti:

- famiglie
- terza età

Direzioni possibili e minimi comuni denominatori;

tipologie di turismo:

- familiare
- Sportivo
- Religioso
- Organizzato

Cosa serve per potenziarli?

- Qualità ambientale (pianificazione, manutenzione ordinaria)
- Cultura dell'accoglienza(formazione, iniziative dette dall'altro gruppo)
- Servizi che si possono proporre e infrastrutture (ci sono già in buona parte)
- Proposte ed eventi da creare (imprenditori e APT già oggi in grado di proporli)

Turismo sportivo: le infrastrutture oggi esistenti potrebbero essere implementate con strutture piccole, come campi da tennis, calcetto, ecc...)

### **Risultati terzo gruppo**

Rispondere a tre domande

Cornice di riferimento per sport turismo e ambiente

Turismo: il target di riferimento è la famiglia (escludere gli anziani, perché siamo perplessi sulla sostenibilità economica; il turismo dell'anziano paga poco perché non consuma sull'extra alberghiero); anche l'immagine proposta all'esterno di famiglia e terza età non sono molto compatibili; ci piace l'ambiente di montagna, siamo a 1000 metri

Pianificazione territoriale è fondamentale, quindi sarebbe importante una zonizzazione del territorio per non trovarsi tra le serre delle fragole o il deposito dei trattori.

Cura dell'ambiente: non tutti sull'altopiano sono interessati al turismo e il turismo familiare è maggiormente compatibile con la vivibilità del territorio, ci mette meno in contrasto con chi ci abita e non vede bene il turismo e ciò che gravita attorno ad esso

Sport → turismo sportivo leggero; vivibilità dell'ambiente

Rete → problema di cultura, iniziativa di ciascuno di noi (è un processo di medio periodo) con iniziative di formazione e sensibilizzazione per rendere accogliente il quadro generale

Sostenibilità economica di tutti questi progetti, qualcuno dovrà investire e avere un margine

Il turismo dei camper è molto ricco, perché spende sul territorio molto, ma dà fastidio, quindi bisognerebbe creare gli spazi e regolamentarlo – tra il lido e il palazzo del ghiaccio. C'è già una richiesta in corso.

Nell'altopiano abbiamo due laghi, il toccasana del turismo, la proposta principale che abbiamo, ancora più delle montagne. Abbiamo avuto il trauma di un lago violentato, non balneabile.

Il nostro problema – parlo da albergatrice – è che la stagione è corta, non riusciamo a reinvestire, quindi dobbiamo destagionalizzare. Non avremo mai tre quattro mesi di stagione invernale. Il turismo organizzato, i gruppi che arrivano dai tour operator, potrebbe essere un canale che permette di destagionalizzare.

Coordinatore: a breve faremo un forum allargato per presentare quello che abbiamo fatto. Il gruppo dovrà scegliere un portavoce.

Non dobbiamo arrivare con una sola cornice sulle idee ma neanche con delle priorità. Ad esempio: dobbiamo sottolineare se vogliamo mettere l'ambiente al primo posto.

Prima del forum se vogliamo possiamo fare altri incontri.

Noi non abbiamo l'ansia di portare in quella giornata un'idea, ma di creare qualcosa di bello. Obiettivo del progetto è creare sinergie. Tutti i tavoli avranno i report di ciò che accade.

Possiamo anche pensare a un incontro tra i rappresentanti di tutti i tavoli.

Il discorso dell'organismo e del marchio che stiamo facendo sull'altro tavolo si collega anche a questo. All'interno delle attività produttive il gruppo ha pensato a formazione, autoanalisi miglioramento, sinergie, indirizzi comuni, qualcosa che va fatto assieme. Quindi al di là del singolo si è pensato ad economie di scala, all'immagine collettiva di ambiente, territorio e settore. Il tavolo ha, quindi, pensato ad un organismo superiore che

studi un marchio che rappresenti progetti, vivibilità, formazione e innovazione. Turismo e ambiente secondo credo siano interessati ad un discorso del genere.

*Di seguito si riporta l'intervento di uno dei partecipanti durante l'incontro di condivisione. I tre tavoli di lavoro hanno avuto modo di confrontarsi rispetto alle idee emerse, assieme al Professor Ugo Morelli e al Presidente della Cassa Rurale Fabio Svaldi.*

Il gruppo di lavoro Turismo/Ambiente/Sport ha lavorato attorno alle linee guida per lo sviluppo del territorio. Una volta deciso il target, ossia la famiglia, si tratta di sviluppare servizi dedicati mantenendo al centro la famiglia, l'ambiente e lo sport, pensato non solo a livello agonistico ma "uno sport per tutti". L'idea di concentrarci sulla famiglia nasce dall'ipotesi che sia impensabile fare turismo a 360° perché correremmo il rischio di tralasciare la qualità in favore della quantità. Inoltre puntando sulla famiglia potremmo accontentare anche gli abitanti del territorio, perché si creerebbero una serie di servizi tali per cui anche la famiglia che vive qui ne godrebbe. La seconda questione è la centralità e l'unicità del nostro territorio.

Un aspetto molto importante è la sinergia tra i vari settori, nonostante la difficoltà il tavolo sta provando a non trascurare le reti e le relazioni con il territorio in ciascuna delle idee che svilupperemo.

Durante gli incontri si è affrontato il tema della centralità delle attività turistiche nella zona di Pinè. A questo proposito il tavolo si è chiesto "perché l'altopiano di Pinè deve essere concentrato, dal punto di vista turistico solo a Baselga di Pinè?". L'altopiano è bello e da valorizzare ovunque, ci sono luoghi che anche noi abitanti facciamo fatica a conoscere, quindi è necessario rendere l'intero Altopiano conosciuto da tutti. Ci siamo resi conto che noi abitanti non abbiamo una coscienza di quello che c'è e della bellezza del luogo. Dal momento in cui chi ci vive non è soddisfatto, non è contento e rischia di non vedere la bellezza di questo posto e non riuscirà a trasmettere questo entusiasmo al turista che arriva, anzi continuerà a vedere il turista come "il rompiscatole". C'è, quindi, un problema profondo molto difficile da risolvere che il tavolo di lavoro sta provando ad affrontare. Si tratta di rendere il cittadino più partecipe del territorio, in modo che possa trasmettere questo entusiasmo al turista che viene da fuori.

I progetti ai quali abbiamo pensato puntano tutti all'orizzontalità, nel senso di riuscire a coinvolgere tutti i settori economici e, soprattutto, coinvolgere tutto l'Altopiano. Di seguito vengono presentate le principali idee condivise dal tavolo di lavoro.

- Una prima considerazione fatta all'interno del tavolo è che l'Altopiano di Pinè non è molto conosciuto a livello nazionale, ci vorrebbe qualcosa che renda conosciuto questo territorio. Un'ipotesi potrebbe essere "la Green Valley", cioè rendere il

territorio conosciuto per essere la prima valle ecosostenibile, che si sostiene dal punto di vista energetico, quindi energie rinnovabili e formazione della comunità sul valore dell'ambiente.

- Partendo dal presupposto che l'ambiente è la principale risorsa del territorio, sviluppare progetti formativi di sensibilizzazione all'ambiente, coinvolgendo scuole, giovani, famiglie e aziende.
- Per riuscire a mettere in moto l'intero territorio, e non solo Pinè, fare una serie di piccole attrazioni dedicate alla famiglia, ad esempio l'Acropark nel bosco, come è già stato fatto in altre zone del territorio. Questa idea prende in considerazione il target della famiglia e parte dal presupposto che molto spesso a decidere i luoghi delle nostre vacanze sono i figli, quindi si tratterebbe di riflettere attorno a piccole attrazioni inserite all'interno del territorio.
- Sviluppare un percorso ciclo-pedonale che attraversi tutto il territorio, all'interno del quale inserire diverse attività (ad es. piccole strutture per la vendita di prodotti tipici, panchine fatte con il porfido locale ecc.). L'idea mira a mettere in comunicazione i diversi territori ed è sfruttabile sia dal turismo, sia dalle persone che vivono nel territorio.
- Fare un sito internet, che diventi un punto di riferimento per chi ci guarda da fuori, dal turista. Un sito dove si può trovare tutto ciò che riguarda il territorio. Al momento esistono dei siti, ma nessuno di questi è completo.

Durante l'incontro successivo il gruppo lavora attorno alla stesura dell'idea. Una volta definita la vocazione, (centralità dell'ambiente, turismo a misura di famiglia, sport per tutti legato all'ambiente), la riflessione del tavolo di lavoro è proseguita con un'attenta analisi delle carenze che venivano riscontrate sul territorio. Le problematiche maggiormente sentite sono state quelle della mancanza di comunicazione all'interno della comunità e della scarsa conoscenza del territorio da parte dei suoi abitanti.

C'è quindi la necessità di "far parlare" la comunità, renderla partecipe e attiva sul territorio. A questo proposito il nostro gruppo si è accorto fin da subito della grande forza e del valore di Livingstone, iniziativa che ha per la prima volta riunito delle persone appartenenti alla stessa comunità, le ha fatte sedere attorno ad un tavolo e ha fatto sì che guardandosi negli occhi iniziassero a pensare, riflettere e confrontarsi. Si ritiene fondamentale che questo "piccolo miracolo" di Livingstone non si esaurisca in un progetto concreto ma abbia una continuità nel tempo, e che le idee e le proposte evidenziate dai tavoli abbiano una "mano operativa" che si assuma l'onere di tradurle in azioni concrete. Questo si potrebbe tradurre con la costituzione di un organismo legalmente riconosciuto, composto da una minoranza del gruppo di confronto, costituito da alcuni rappresentanti (anche esterni al tavolo e anche trasversali ai vari gruppi). Il comitato dovrà essere ufficialmente costituito con una forma da studiare ad hoc, avrà un'ampia rappresentanza, avrà alle spalle i gruppi di lavoro di Livingstone e avrà il patrocinio della Cassa Rurale Pinetana, Fornace e Seregnano. Tale organismo avrà come caratteristica fondamentale la totale apertura verso la popolazione e si impegnerà ad informare periodicamente tutta la comunità, che potrà in ogni momento partecipare ai tavoli di lavoro e apportare il proprio contributo di idee.

Un altro aspetto evidenziato è la necessità di non abbandonare il vecchio per il nuovo. C'è quindi una volontà evidente di creare qualcosa di innovativo senza però abbandonare e dimenticare il passato, le tradizioni e i valori di una volta ma, anzi, valorizzandoli.

Ci si è resi poi conto della tendenza a concentrare la maggior parte delle attività ed iniziative in alcuni centri maggiori del territorio, e quindi della necessità di decongestionare la presenza turistica da questi centri, spalmandola su tutto il territorio. Non da meno il problema della forte stagionalità del turismo, quasi esclusivamente concentrato nei mesi estivi.

### **L'itinerario di scoperta del Territorio**

Fra le varie proposte l'idea che più di tutte riesce a concretizzare queste riflessioni e a colmare quindi le lacune riscontrate, è quella della creazione di un itinerario, o meglio di

una rete di percorsi sul territorio che ha come obiettivo principale quello di collegare le diverse località d'ambito, portando alla scoperta dell'intero territorio, infinitamente ricco in storia, cultura, tradizione, affascinante dal punto di vista naturalistico e paesaggistico, ma ad oggi ancora in parte sconosciuto. Un altro obiettivo fondamentale del progetto è quello di coinvolgere la comunità, chiamata a partecipare alla definizione del percorso e degli aspetti ambientali e culturali da valorizzare al suo interno. La concretizzazione di tale obiettivo avverrà attraverso una progettazione partecipata durante la quale un tecnico incaricato raccoglierà le proposte degli abitanti delle varie frazioni. Il percorso sarà quindi caratterizzato da una compresenza di pubblico e privato, soggetto, quest'ultimo, che se interessato dal passaggio del percorso sarà automaticamente stimolato ad investire su di esso. Altro aspetto importante da evidenziare è come il percorso permetterebbe di valorizzare risorse presenti sul territorio come ad esempio il profido, i prodotti tipici, l'ambiente, i manufatti storici ed artistici, i centri sportivi e culturali, etc. Le modalità di inserimento di tali risorse all'interno del percorso sono molteplici. Si potrebbe partire dall'utilizzo dei materiali locali (porfido, legno, etc.) per l'arredo del percorso stesso, che diventerebbe una vetrina di esposizione di tali prodotti. In questo modo si potrebbe arrivare alla creazione di un percorso ecosostenibile, unendo all'uso di materiali naturali la presenza di energie rinnovabili come ad esempio un'illuminazione notturna derivante da pannelli fotovoltaici. Il percorso potrebbe diventare inoltre uno strumento per trasmettere conoscenza, per fare cultura in modo del tutto innovativo. Si pensi ad esempio all'idea di far passare l'itinerario fra le coltivazioni dei piccoli frutti, all'idea di inserire un ecomuseo all'aperto, piuttosto che un giardino botanico o percorsi/sentieri naturalistico-didattici, nel biotopo, lungo vecchie linee di esbosco del legname, in vecchie baite o manufatti, a quella di arredare il percorso per l'educazione stradale dei più piccoli. Non da meno l'organizzazione di eventi di ogni tipo sul percorso. Il tutto completato da più punti di noleggio di attrezzature sportive con le quali spostarsi all'interno del percorso e da un servizio di trasporto per collegarne alcuni punti principali. In questo modo l'itinerario potrebbe essere usufruito in vari modi per tutto l'anno contribuendo a destagionalizzare il turismo. Come si può intuire il progetto ha la capacità di unire trasversalmente tutti i settori individuati con i tavoli di lavoro.

Le idee sono davvero molte e per questo fondamentale è la dinamicità del progetto. Lo stesso non è infatti destinato a concludersi, a rimanere stabile nel corso del tempo, ma può in ogni momento cambiare, innovarsi, arricchirsi.

### **1) La ricerca della vocazione e il target di riferimento**

- centralità dell'ambiente, unicità ed esclusività del territorio
- target turistico della famiglia
- sport per tutti legato all'ambiente

### **2) Il Comitato/organismo/ente di sviluppo**

- continuità nel tempo al progetto Livingstone
- mano operativa dei progetti
- ufficialmente riconosciuto
- totale apertura verso la popolazione
- partecipazione attiva comunità

### **3) L'itinerario di scoperta del Territorio**

- rete di collegamento del territorio;
- usufruibile tutto l'anno;
- la comunità sarà attivata per partecipare e portare il proprio contributo di "caratterizzazione" del percorso;
- valorizzazione materiali locali;
- mercatini;
- eco museo all'aperto;
- integrazione con le strutture sportive esistenti;
- infopoint;
- vecchie teleferiche del legname;
- compresenza di realtà pubbliche e private;
- organizzazione di eventi (sportivi o anche per bambini) sul percorso;
- possibilità di individuare "sottoitinerari" in località specifiche;
- valorizzazione dei manufatti storici esistenti.

**Il tavolo si conclude con il compito di lavorare attorno all'idea guida, in modo da condividerla durante i prossimi incontri. In questa fase i partecipanti stanno lavorando alla stesura del progetto definitivo da presentare al CdA della Cassa Rurale.**

