

VERSO UNA NUOVA STRATEGIA DI SVILUPPO ECONOMICO E COESIONE TERRITORIALE , CULTURALE DELLA MONTAGNA -

Turismo sostenibile della montagna, come strumento per creare un sistema economico e di coesione territoriale integrato con tutte le risorse e tutto gli attori che nasca dal Basso, condiviso e nel coinvolgimento di tutta l' imprenditorialità e della comunità di montagna

L' aumento del benessere economico e coesione territoriale della popolazione e' l' obiettivo primario delle strategie di sviluppo della montagna .

Lo sviluppo della montagna , infatti porta con se consolidamento della competitività e impatti positivi sulla qualità della vita .

Per convincere la popolazione , le aziende già insediate in montagna a restare e, a nuove realtà aziendali di insediarsi, vivere e lavorare in aeree montane , nonostante li inevitabili disagi dovuti alle molte problematiche, e' essenziale che la Governance pubblica la PAT ci creda e investa e renda possibile l'accessibilità ai servizi e si realizzi una integrazione tra la popolazione e le aziende che operano in rete allo sviluppo globale del aerea montana il più possibile autopropulsivo nella tutela e promozione delle risorse agroalimentari , naturalistiche e gastronomiche legate all' ambiente montano e alla identità del territorio con l'obiettivo e la finalità di rendere più elevata qualitativamente la vita degli abitanti

In tale contesto il turismo può svolgere un ruolo importantissimo grazie alla elevata capacità espansiva e di attrazione . In particolare se il turismo in montagna ottempera ai quei principi di sostenibilità che andrò ad affrontare, lo sviluppo non si fermerà all' aspetto economico , ma avrà ricadute anche importanti sulla tutela del patrimonio naturale e culturale nonché dell'agricoltura , delle piccole attività di gastronomia , ospitalità , artigianali , commercio .

Una gestione attiva del territorio garantisce non solo la tutela paesaggista , ma anche la valorizzazione delle componenti sentieristiche e naturalistiche e nuove opportunità occupazionali nell'ambito della greee- economy , soprattutto per i giovani .

Processo necessario di crescita e di sviluppo economico della montagna , creare opportunità di reddito attraverso la valorizzazione delle risorse naturali , ambientali e culturali finalizzate anche all' incremento della offerta turistica .

La spesa del turista, produrrà un effetto moltiplicatore a cascata , a tutto vantaggio della economia dell' aerea di montagna locale . Quando il turista spende per acquistare sevizi o beni innesca una reazione a catena che produce dei benefici : diretti , indiretti , indotti .

Una nuova Qualità della vita della montagna che è generata e collegata alla ricaduta economica diretta , indiretta delle attività che operano sul territorio ,l' inverso genera il rischio dello spopolamento della montagna e l' abbandono della imprenditorialità .

Parlare di sviluppo di montagna è coesione territoriale è molto allargato il concetto . Quale montagna ?

In Trentino abbiamo :

- aerea di montagne molto ricche che mettono in scena una economia con forti ricadute economiche sulla popolazione e aziende che operano con una grande immagine promozionale di proposta turistica di qualità e vocazione turistica - con una destinazione matura e riconosciuta dal mercato turistico .
- aerea di montagna che hanno esigenze e problematiche diverse , necessitano di evitare lo spopolamento del territorio , aere che nel corso del tempo hanno perso centralità nel comparto turistico e di sviluppo economico , ma in grado se messe in sinergia e sostenute le aziende che operano su queste aeree ,dare un grande contributo al valore alla economia del territorio e alla residenzialita

Realtà di montagna certamente " minori " nel comparto turistico , ma ricche di piccole eccellenza , di paesaggio agroalimentare e di gastronomia tradizioni , storia, che , sostenute sono in grado di proporre una offerta che definisco delle tre P - prodotto , paesaggio , paesi .

Prodotto come Focus e approfondimento - Paesaggio come elemento collettore - Paesi come punti della rete della Vallata di montagna .

Due realtà di aerea montagna diverse , dove la prima non corre il pericolo dello spopolamento essendo economicamente ricca e la popolazione con qualità della vita elevata .
La seconda realtà di montagna alla ricerca di riacquistare voce e economia e qualità della vita per evitare lo spopolamento e la chiusura delle aziende .

Punto di partenza per gli Stati Generali della montagna , ne sono convinto e' il recupero del valore della " marginalità " delle aeree di montagna con progettualità e azioni di sostegno di qualità .

Accanto alle innegabili criticità (scarsa accessibilità , spopolamento , poche iniziative imprenditoriali , servizi ,) queste aeree possiedono come dirò più volte , importanti risorse naturali , paesaggistiche , agroalimentari e culturali che si sono mantenute integre grazie alla loro " marginalità "

Queste aeree possiedono un altro vantaggio rispetto alle altre aeree di montagna dalla destinazione riconosciuta , più matura , conservano un forte legame con la propria dimensione storica - identitaria

Affinché questo " vantaggio " si trasformi in reale fattore di sviluppo economico e coesione territoriale e necessario agire in ottica di sostenibilità e di specializzazione turistica .

Un turismo diverso sostenibile può essere di traino alla crescita economica di questi territori .

Tutto ciò ha bisogno di politiche di sistema e di sostegno economico da " tarare " ma anche di consapevolezza radicata in una sorte di coscienza di luoghi e prodotti da sviluppare per uno sviluppo di economia di montagna in un percorso caratterizzato dalla autenticità , alla professionalità e qualità di costruzione progettuale , leva di forza che porti sviluppo , servizi , ricchezza economica alla comunica e alle aziende che operano e conseguenziale posti di lavoro .

Operativamente , serve una Governance PAT che attuai attraverso azioni che coinvolgano tutti gli attori, nessuno escluso dalla catena filiera, dal mondo agricolo , agli operatori della gastronomia , alla ospitalità , artigianato , commercio , dalla comunicazione social e digitale, alle politiche di sostenibilità , dalle best practise internazionali , alla tecnologia applicata , dal video storytelling , alla cucina esperenziale come arte della trasformazione del prodotto agroalimentare della montagna in pietanza con recupero della memoria storica , alla trasformazione del prodotto agroalimentare dal reperimento stagionale ad offerta annuale -

Azioni se ben attuate dalla Governance in accordo con tutti i comparti produttivi può dare sviluppo ad una ricaduta economica e coesione territoriale turistica , che, non può prescindere dall' implementazione di politiche pubbliche con il fine di aumentare la capacità di creare posti di lavoro in queste aere di montagna disagiate e con obiettivo primario il radicamento delle aziende che con grandi difficoltà già operano, così facendo , l' esempio delle aziende esistenti può creare nuova imprenditorialità con nuovi investimenti

Dobbiamo essere consapevoli , che si fa sempre più chiara la necessita di investire nella montagna è in cultura di territorio , formazione , ricerca e sviluppo e necessiti di una rete tra tutti gli attori e comparti economici del territorio di montagna in un momento in cui il turismo del sostenibile, della gastronomia e agroalimentare sta dimostrando quelle che sono le sue enormi potenzialità .

Non è più permesso di sbagliare o improvvisare , quindi , il turismo gastronomico , agroalimentare di montagna deve passare da professionalizzazione e progettazione .

Certamente, operativamente ne conseguenze di parlare e indire azioni di sostegno o bandi di sostegno della Governance (PAT) che non possono essere divise come intervento , ci deve essere una visione definita e di sostegno a tutto il comparto agricolo , produttivo , turistico, servizio e commerciale altrimenti non riusciremo mai a formare una catena in rete delle imprenditorialità in campo , una catena necessaria per lo sviluppo economico della montagna

Azioni di sostegno che devono basarsi su dei pilastri fondamentali quali :

- a) sostegno e azioni di interventi in rete di tutti gli attori coinvolti nello sviluppo economico , benessere sociale e coesione territoriale della montagna
- b) Innovazione (comunicazione , digitale , collegamenti in fibra ottica)

- c) capitale umano (specializzazione)
- d) Prodotto turistico e promozione (qualità)
- e) Giovani : formazione - specializzazione, cultura ambientale al paesaggio e turismo identitario della località di montagna
- f) vendita e commercializzazione (qualità)

Solo con una catena formata è unita da tutti gli anelli può dare un ritorno economico , passando dal rafforzamento dei valori della montagna in uno sviluppo collettivo della montagna

Se investiamo in un ottica di reale sviluppo della montagna possiamo “ sfruttare “ gli innumerevoli vantaggi che un turismo consapevole e motivato può portare , attenuando allo stesso tempo il suo impatto sull’ ambiente e sulla comunità con una migliore gestione del flusso turistico

Non dobbiamo dimenticare che le attività della ospitalità e della ristorazione sono gli anelli della catena che generano movimento nel comperato turistico e le piccole aziende di eccellenza di montagna necessitano di un flusso di persone per la vendita dei loro prodotti

Il Rapporto sul Turismo Enogastronomico italiano 2019 presentato a febbraio al BIT di Milano presenta un trend e tendenze relativi a domanda e offerta e alle esperienze . Riporto solo un dato tra i molti dati in cui si deduce che il 59% dei turisti italiani ritiene importante o importantissima la presenza di una offerta di qualità o di esperienze legate all’ Enogastronomia - Consiglio la lettura del rapporto citato

Allora investiamo nella capacità di fare sistema in un turismo accessibile e sostenibile

Insisto nel sostenere che la nostra montagna offre enormi giacimenti , veri tesori di gioielli di eccellenza nel agroalimentare e nella gastronomia da valorizzare in un ottica turistica , nella dimensione naturalistica , storica e identitaria delle aeree di montagna , coniugata a servizi. in primis alla tecnologia e ai collegamenti digitali e alla comunicazione per raccontare con una attenzione e uno sguardo verso coloro che custodiscono il sapere legato alla tradizione della montagna nella gastronomia , fonte di una possibile economia sostenibile, legata al territorio con radici solide e piantate nel territorio della montagna .

Azioni di questo tipo favoriscono la conoscenza del aerea , e arrochiscono l’ esperienza del turista portatore di sicura ricaduta economica alla popolazione della montagna .

Se vogliamo realmente sviluppare la montagna in particolare le aeree disagiate il valore aggiunto e’ l’irripetibile unicità di vivere l’ esperienza diversa della montagna e la identita Territoriale, dobbiamo integrare ridisegnare , riprogettare gli interventi , e non pensare che l’ altezza , dei 400 o 600 metri sia la definizione di definire la montagna , questa è una visione molto generalista e permettetemi di non conoscenza approfondita del vivere in montagna

Ogni aerea di montagna è diversa come detto , ogni paese o Vallata del nostro Trentino è diversa e diverso e’ la vocazione del raccontare , vivere e proporre il territorio, chi più ...e chi quotidianamente deve affrontare una diversa realtà di sviluppo economico sociale della montagna

Concludo , riassumendo alcuni punti fermi per uno sviluppo turistico economico e di coesione territoriale e di valorizzazione dell’ identita delle aeree di montagna .

- condividere una definizione di aerea di montagna, consapevoli di esigenze diverse tra aerea di montagna matura e aerea di montagna marginale .
- uno stretto collegamento tra sostenibilità economica , ambientate e culturale e sviluppare metologie e interventi nel comparto turistico
- necessario che la qualità della vita della popolazione della montagna e soddisfazione del turista siano in perfetta linea di pari in passo .
- esigenza che servizi , risorse , attività siano gestiti in un sistema integrato di sviluppo

- la necessita che il percepito rispecchi l' identita del aerea di montagna è che vi sia un corretto posizionamento sul mercato turistico
- Ogni aerea di montagna , Vallata deve “ raccontare “ se stessa nella Sua unicità
- le risorse o bandi di risorsa a tutta la catena delle attività degli attori in rete che operano allo sviluppo economico e di coesione territoriale della montagna
- proporre un turismo sostenibile sempre più interessato al territorio della montagna inteso nella sua globalita , con opportunità all' interno della globalità di diversificate l' offerta per rispondere alle diverse necessita dei vai target .

Grazie

Mauro Nardelli
Telf.349 3849933
Trambileno - Valli del Leno - Vallagarina