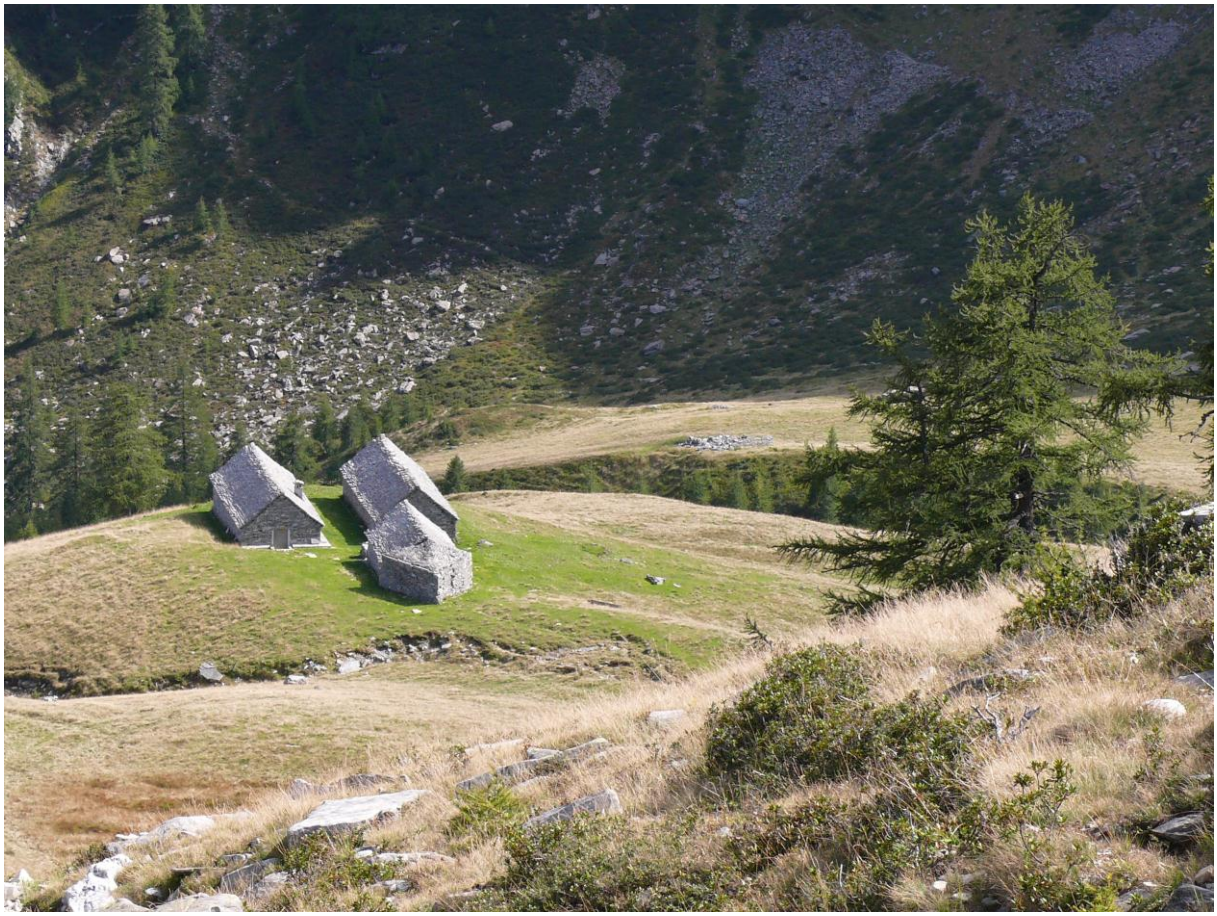

Valle Vigezzo – Valle Onsernone

Zone a basso potenziale: ricerca e presentazione di alcune best practices

Autori:

Thomas Egger, Direttore del SAB

Peter Niederer, Capo progetto Sviluppo regionale del SAB

François Parvex, SEREC Sàrl

Berna e Taverne 28 Agosto 2013

Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB)
Groupement suisse pour les régions de montagne (SAB)
Gruppo svizzero per le regioni di montagna (SAB)
Gruppa svizra per las regiuns da muntogna (SAB)

3001 Bern / Seilerstrasse 4 / Postfach 7836 / Tel. 031/382 10 10 / Fax 031/382 10 16

Contenuto

Contenuto 2

1 Introduzione 3

2 Analisi degli esempi 5

2.1 Val Lumnezia 5

2.2 Toggenburgo 8

2.3 Val d'Anniviers 12

2.4 Pays d'Enhaut 17

2.5 Lake District (UK) 24

2.6 Valle Maira (I) 28

2.7 Regionalmanagement Osttirol (A) 31

2.8 La Valle dei Mocheni / Bersntol / Valle incantata (I) 34

2.9 Colline metallifere - Toscana (I) 37

2.10 Val de Travers 40

3 Raccomandazioni 44

4 Allegati 47

4.1 Sintesi degli insegnamenti 47

4.2 Link diversi 50

4.3 Letteratura aggiuntiva 51

1 Introduzione

Il Cantone Ticino ha deciso di promuovere un programma di rilancio delle zone a basso potenziale per il quale è stato chiesto un contributo della Confederazione tramite la SECO.

Nella prima fase è prevista anche una raccolta di documentazione su alcune esperienze (*best practices*), programmi e progetti di sviluppo (*masterplan*) in alcune regioni svizzere e dell'arco alpino.

Il Cantone Ticino ha sollecitato il SAB a redigere un'offerta per la raccolta delle best practices. Il SAB ha assunto questo incarico avvalendosi del sostegno del SEREC Sarl.

La presentazione delle esperienze di altre regioni «a basso potenziale» in Svizzera e nell'arco alpino deve «*favorire il trasferimento di conoscenze tra gli ERS e, successivamente, tra gli ERS e le zone a basso potenziale*» su «*processi di avvio e di gestione dei progetti di sviluppo integrato*».

In altre parole, attraverso i risultati positivi ottenuti in regioni con caratteristiche simili o comparabili si vogliono stimolare gli attori delle regioni a basso potenziale del Ticino ad attivarsi per diventare «*comunità e territori che ce la vogliono fare*», pronte a «*stimolare ospiti e residenti […] a mettersi in gioco per il rilancio economico, sociale e culturale della montagna*».

Il focus principale della ricerca sono i processi (dalla visione alla strategia, alla realizzazione di progetti e iniziative) e l'organizzazione dei progetti con particolare riferimento alla governance (leadership e management regionale) e al coinvolgimento degli attori.

I progetti realizzati sono «solo» lo strumento per dimostrare i risultati concreti e positivi che si possono ottenere nello sviluppo anche delle zone a basso potenziale.

Per questo, il SAB ha analizzato gli esempi seguenti:

- Val Lumnezia (GR)
- Toggenburg (SG)
- Val d'Anniviers (VS)
- Pays d'Enhaut (VD)
- Lake District (UK)
- Valle Maira - Cuneo (I)
- Regionalmanagement Osttyrol (A)

- La Valle dei Mocheni / Bersntol / Valle incantata (I)
- Colline metallifere - Toscana (I)
- Val de Travers (NE)

I criteri di scelta delle regioni da confrontare sono in particolare i seguenti:

- dimensioni comparabili alle zone a basso potenziale ticinesi, ad eccezione del Lake District che è stato considerato interessante per l'ampia offerta antropica (creata dall'uomo) e per l'interazione tra laghi e colline;
- approccio allo sviluppo regionale particolarmente interessante;
- gli approcci nelle rispettive regioni devono essere diversi;
- gli approcci devono essere trasferibili.

Il presente documento è stato redatto da diverse persone riprendendo parzialmente e direttamente testi presenti nei documenti e nei siti menzionati come referenze.

2 Analisi degli esempi

2.1 Val Lumnezia

2.1.1 Contesto

Alla metà degli anni '80 la Val Lumnezia è stata caratterizzata da una crisi dell'economia e di un incombente esodo. Secondo la terminologia della Legge federale sulla politica regionale (NPR/LPR), si sarebbe potuto definirla una zona a basso potenziale e periferica, non più sostenuta dalla Confederazione. Gli attori della Lumnezia hanno tuttavia risposto alle sfide ed oggi la valle è un modello di esempio di sviluppo regionale indipendente. La Val Lumnezia (tedesco: Lugnez) è una valle laterale del Reno Anteriore. I villaggi sono situati tra 900 e 1450 m sl/m. La valle è di cultura retoromanica con una valle laterale tedescofona (Vals). Amministrativamente costituisce il circolo di Lugnez. Dal 1° gennaio 2013, i comuni della Valle si sono uniti costituendo il Comune Val Lumnezia. La valle è fortemente orientata all'agricoltura, lontana dalle famose località turistiche come Flims o Obersaxen. Solamente Vals, grazie alle sue sorgenti termali, ha una certa valenza turistica. Negli anni '70, lo sviluppo turistico sembrava essere arrivato anche per la Lumenzia. Grandi caseggiati per appartamenti di vacanza furono pianificati, il territorio fu generosamente assegnato a zone edificabili e fu trovato un investitore. Il progetto non fu mai realizzato e ai comuni rimasero alcuni nuovi edifici, enormi zone edificabili e anche dei debiti. La speranza di molte piccole imprese della valle si ridusse a qualche appalto e servizi. Rimase loro solo la possibilità di cercare lavoro al di fuori della valle o di licenziare i dipendenti. Questa crisi portò all'emigrazione e a una perdita di forze attive (invecchiamento della popolazione).

2.1.2 Approccio allo sviluppo

Le associazioni economiche locali si chinarono, durante numerosi incontri, sui problemi dello sviluppo economico e demografico della valle. Alla metà degli anni '80, incaricò il Gruppo svizzero per le regioni di montagna (SAB) di elaborare un concetto per lo sviluppo del turismo in Val Lumnezia (Meier 1986). Lo studio suggerì di utilizzare il potenziale esistente e di astenersi da investimenti ad alto impiego di capitale. In particolare, le proposte si orientavano alla promozione del turismo escursionistico, la valle doveva essere **attraente per le vacanze in famiglia**, includendo i numerosi monumenti culturali (chiese), l'agricoltura e la silvicoltura. La proposta suggeriva inoltre l'istituzione di un ente di coordinamento per lo sviluppo della valle.

Le proposte furono discusse con le organizzazioni e i comuni e integrate in un piano d'indirizzi. Il consenso fu raggiunto basandosi sul concetto di un **turismo dolce**. A questo punto era necessario trovare una gerenza per l'ufficio di coordinamento – dopo diverse situazioni provvisorie, tutti i comuni accettarono di trasferire la responsabilità al circolo

Lugnez (autorità amministrativa) e venne fondata la **Pro Val Lumnezia, che è una commisione del circolo di Lugnez.** Nel Comitato di Pro Val Lumnezia furono coinvolti, accanto alle autorità locali, anche esperti esterni e i parlamentari federali nella regione. Nel 1989 fu nominato il direttore, Silvio Capeder, che ad oggi s'impegna a promuovere attivamente la valle. Pro Val Lumnezia è presieduta dal presidente del circolo.

La Pro Val Lumnezia ha il compito di elaborare proposte per uno sviluppo a 360 gradi (focalizzato sul turismo) e di sostenere progetti. Il supporto consiste nella consulenza, nello stabilire contatti con le autorità, gli esperti e i media, e anche nell'assistenza al finanziamento dei progetti (individuare le fonti di finanziamento del settore pubblico, così come i contatti con gli sponsor, fondazioni, ditte ecc.).

La Pro Val Lumnezia parte dal presupposto che uno sviluppo turistico adeguato è possibile solo se i **settori agricolo e forestale** sono coinvolti e l'ambiente sia tutelato. Una particolare attenzione è rivolta ai **trasporti**: il trasporto pubblico è incoraggiato, per quanto possibile, gli ospiti devono arrivare in treno e autobus (vedi progetto autobus alpino, www.busalpin.ch). Una **scelta coraggiosa**: l'escursione o il turismo di giornata non è auspicato. Come prima, gli ospiti soggiornano in media più di una settimana nella valle. Tramite le attività della Pro Val Lumnezia sono stati investiti, per dei progetti in valle, circa 9 milioni di franchi**,** che sono stati finanziati tra l'altro dai comuni della valle, dal Cantone, dai fondi regionali della Surselva, dall'Ufficio federale dell'agricoltura, dall'Ufficio federale dello sviluppo territoriale, dal fondo lotteria del Canton Zurigo, dall'aiuto svizzero ai montanari, dall'ente turistico della Val Lumnezia, dal Fondo svizzero per il paesaggio e diverse ONG e fondazioni. Questo ha permesso, dal 1989, di realizzare oltre 50 progetti dal valore di 5'000 - 1,2 milioni di franchi.

Di seguito sono riportati alcuni esempi:

- il completamento della rete di sentieri, segnaletica, costruzione di ponti pedonali, ecc.;

- riorganizzazione dell'ufficio turistico e creazione di un punto di informazioni turistiche per tutta la valle, con lo scopo di offrire un'offerta coordinata e una elevata competenza professionale e creare un posto di lavoro;

- istituire di due distretti forestali (Forstrevieren), in modo da assicurare la gestione delle foreste e l'accesso a fondi pubblici; sono stati creati quattro posti di lavoro;

- realizzazione di teleriscaldamenti a legna per i villaggi; possibilità di ridurre la dipendenza dal petrolio e miglior utilizzo del legno dalla gestione delle foreste;

- costruzione a nuovo di due alpeggi per capre con stalle, caseifici, alloggi per il personale; l'allevamento della capra ridiventa così attrattivo; i prodotti sono di alta qualità e hanno una buona possibilità di smercio, gli alpeggi per le capre alpine diventano attrazioni turistiche;

- migliorie negli alpeggi per vacche, soprattutto approvvigionamento idrico e caseifici, in modo da ottenere una migliore qualità dei prodotti e maggiori vendite; caseifici d'alpeggio come attrazione turistica;

- costruzione di un macello a Vrin con la trasformazione di carne per gli agricoltori della regione; alto valore aggiunto del bestiame per gli agricoltori tramite la vendita diretta ai visitatori e consegne ai ristoranti della valle; creazione di un posto di lavoro e mezzo;

- costruzione del caseificio di valle Lumbrein; produzione di formaggio di montagna Grigionese, un prodotto ben posizionato sul mercato; significativa vendita diretta;

- un comune ha potuto comprare a Davos Munts un appezzamento di terreno paludoso; la Pro Val Lumnezia ha proposto di costruire su questo terreno un biotopo e un "biolago" (piscina naturale con fitodepurazione). Gli elevati costi di investimento (circa 1 milione di franchi) sono stati in gran parte coperti da sponsorizzazioni. Il "biolago" si è dimostrato un'importante attrazione turistica in estate, anche per la popolazione locale. È molto apprezzato dalle famiglie con bambini. I piccoli chioschi di bevande e snack sono gestiti da piccoli imprenditori locali.

2.1.3 Insegnamenti

- Cruciale per spezzare la spirale verso negativa (mancanza di posti di lavoro – emigrazione - crisi demografica - mancanza di posti di lavoro) è stato il coraggio degli attori locali **di organizzarsi e cercare aiuto dall'esterno**.

- Il SAB è un'organizzazione nazionale, ben consolidata regionalmente, che ha saputo proporre un **concetto di base semplice e facilmente comunicabile**, che ha convito la popolazione della valle della nuova strategia.

- La **costituzione della Pro Val Lumnezia**, che è stata legittimata da tutti i comuni della valle e dalla loro disponibilità a finanziare l'**ufficio di coordinamento**, è stato il grande passo verso l'istituzionalizzazione della nuova strategia. È stato pure rilevante il coinvolgimento di personalità e intellettuali nella Pro Val Lumnezia. Per esempio hanno fatto parte del comitato della Pro Val Lumnezia l'architetto Gion Caminada, l'ex consigliere agli stati PPD e ex presidente del SAB Theo Maissen, rappresentanti dei giovani, di Pro Natura e del WWF.

- Si è rivelato pure importante **partecipare attivamente a reti nazionali ed internazionali**. Il Consiglio di circolo ha ratificato, nel 1996, gli obiettivi della Alleanza nelle Alpi (http://www.alpenallianz.org). La Pro Val Lumnezia è da allora membro di questa organizzazione che si dedica allo sviluppo sostenibile dei comuni nelle Alpi. È inoltre necessaria una costante osservazione delle politiche più importanti a livello cantonale e nazionale.

- La Pro Val Lumnezia non realizza direttamente dei progetti, ma organizza gruppi di lavoro a questo scopo. Pertanto sono fissati moduli e aree in cui i gruppi di lavoro possono sviluppare progetti. Questa **miscela di apertura e struttura** permette l'innovazione e quanto viene realizzato è quello che è possibile e necessario realizzare (ad esempio il nuovo progetto "ir novas vias"). Una struttura rigida sarebbe solo da ostacolo e renderebbe impossibile uno sviluppo flessibile. Lavorare con i volontari richiede tale modo di lavorare ed è divertente, gratificante e motivante.

- Tutte le tappe lavorative sono discusse e legittimate dal comitato. I progetti sono verificati e adeguati al piano d'indirizzi. Questo porta a uno **sviluppo coerente e trasparente**.

- Molto dipende dalla **persona del coordinatore**. Silvio Capeder ha contribuito notevolmente all'attuazione dello studio del SAB: crea collegamenti, usa reti di contatto e si avvale con successo delle istituzioni per la raccolta fondi.

- Il **coraggio ad assumere rischi** e parallelamente avere la pazienza di lasciar sviluppare le cose sono fondamentali. Tant'è che nella Lugnez si è discusso per 15 anni di una Casa della Cultura Lumbrein, che sarà realizzata quest'anno.

- Pro Natura ha elargito 100'000 CHF quale finanziamento di avviamento per gli anni dal 1989 al 1991. La Fondazione per la conservazione del paesaggio e il Fondo Lotteria di Zurigo hanno ripetutamente concesso somme elevate per lo sviluppo di progetti nella valle. Senza **l'impegno di varie organizzazioni di aiuto e di sviluppo** la Pro Val Lumnezia non avrebbe potuto iniziare. Solo dopo il periodo di avviamento garantito, e di successo, i comuni della valle furono disposti a cofinanziare la Pro Val Lumnezia.

- Il riconoscimento della Pro Val Lumnezia da parte della popolazione è stata una sfida costante. In particolare la partecipazione di Pro Natura e del WWF sono stati controversi. Nondimeno il concetto chiaro e semplice di SAB è molto ben accolto dalla gente e il **successo del progetto** ha permesso di tacitare le voci critiche.

2.1.4 Collegamenti, altra documentazione, contatti

Silvio Capeder, Geschäftsführer Val Lumnezia, Valgronda 138, 7142 Cumbel GR, email: capeder@bluewin.ch Internet: http://www.lumnezia.ch

2.2 Toggenburgo

2.2.1 Contesto

La crisi del tessile dopo lo scoppio della prima guerra mondiale pose fine al boom economico del Toggenburgo. Negli anni novanta, il Toggenburgo fu colpito da una forte

deindustrializzazione, a causa della scomparsa degli ultimi stabilimenti tessili. Il settore del turismo sviluppatosi negli anni ‘60 è stato in grado di offrire solo una limitata sostituzione. Mentre l’Untertoggenburg (Neutoggenburg) vive principalmente di industria meccanica e alimentare, il Toggenburgo meridionale, specialmente l’Obertoggenburg, è caratterizzato piuttosto dall'agricoltura, dall'industria locale e dal commercio e anche dal turismo. Quasi un quarto della popolazione lavora nel settore primario. Il Toggenburgo è anche, dal punto di vista turistico, confrontato con sfide strutturali. Negli anni ’60 e ‘70 il Toggenburgo ha beneficiato della fase di boom del turismo interno. Soprattutto con il turismo sportivo invernale, l’Obertoggenburg poté sperimentare una fase di "industrializzazione", che portò allo sviluppo di competenze nei settori delle funivie di montagna, dell’alloggio turistico e della ristorazione, che oggi non sono più sfruttate sufficientemente. Cause generali di questo fatto sono i cambiamenti demografici e sociali del mercato interno, l'espansione e un migliore accesso alle principali mete turistiche nelle regioni delle Alpi (Grigioni, Vallese, Tirolo, Vorarlberg) e la mancanza di punti di attrazione sufficientemente forti e differenziati nel Toggenburgo (Beritelli et al. 2009).

La regione del Toggenburgo è stata costituita, nella sua forma attuale, il 1° gennaio 2007, sul perimetro LIM, con il sostegno di un progetto RegioPlus ed è ora gestita sotto forma di associazione da un direttore quale responsabile unico. L'associazione toggenburg.ch comprende 15 comuni (circa 45.000 abitanti), che versano delle quote associative e coprono la maggior parte dei costi dell’associazione. Un ulteriore finanziatore è il Cantone per i compiti permanenti assegnati all’associazione, ad esempio quelli nell’ambito della pianificazione territoriale.

2.2.2 Approccio allo sviluppo

L'associazione “toggenburg.ch” è intesa come una **piattaforma regionale**, che collega in rete gli attori regionali, e svolge attività di coordinamento e di informazione. Inoltre sostiene la ricerca di fonti di finanziamento. L’associazione non propone direttamente dei progetti, ma li accompagna e li rilascia quando diventano autonomi. L'associazione è costituita da un ufficio, un consiglio direttivo, che stabilisce le decisioni strategiche, da un'assemblea di delegati (autorità elette) e da gruppi di lavoro. I gruppi di lavoro sono costituiti da esperti locali, che contribuiscono a sviluppare idee di progetto, a valutarle e aiutare nella realizzazione.

Nel 2007, l’associazione “toggenburg.ch” ricevette un grande impulso allo sviluppo: su iniziativa del Dipartimento federale dell'economia (DFE) fu attivato il progetto "Toggenburg 2008". Il DFE decise allora di accompagnare e sostenere la regione quale **progetto pilota** nel suo sviluppo economico per un anno. In collaborazione con il Cantone e la Regione sarebbe stato più facile attuare la nuova politica regionale. Inoltre, l'effetto dei numerosi strumenti federali per migliorare il valore aggiunto e lo sviluppo nelle zone rurali avrebbe dovuto essere meglio conosciuto a livello locale, rispettivamente essere meglio adattate alle misure di sostegno del cantone e dei comuni. Gli uffici interessati dei dipartimenti sarebbero stati incoraggiati a cercare le soluzioni dei problemi economici anche oltre gli angusti confini giurisdizionali.

L'associazione "toggenburg.ch", il Canton San Gallo e il DFE convennero d'istituire quattro gruppi di lavoro, che analizzassero insieme le problematiche dello sviluppo e eventualmente completassero la base decisionale per le autorità responsabili della regione Toggenburg con le competenze della Confederazione o del Cantone. I gruppi di lavoro sono stati dedicati ai seguenti argomenti (SECO 2009):

- Agricoltura e silvicoltura
- Turismo
- Trasferimento di tecnologie e promozione delle PMI
- Infrastrutture / permessi / abitare nelle aree rurali

Una delle maggiori conquiste della Legge sugli investimenti nelle regioni di montagna del 1974 fu che vennero formate in totale di 54 regioni di montagna e ciascuna di queste regioni di montagna dovette sviluppare un concetto di sviluppo regionale: un prezioso strumento di coordinamento a livello regionale. Con la nuova politica regionale, a partire dal 2008, nel Toggenburgo questo concetto venne a cadere. Da allora mancava uno strumento per il coordinamento intersettoriale a livello regionale. La regione del Toggenburg ha quindi sviluppato nel 2012, di propria iniziativa, un **concetto territoriale**.

2.2.3 Insegnamenti

- La **struttura snella dell'associazione** con i gruppi di lavoro tematici ha dimostrato la sua validità. Nei gruppi di lavoro, i progetti sono valutati da esperti locali, analizzati e ulteriormente sviluppati. Il direttore partecipa a tutti i gruppi di lavoro, garantendo in tal modo la collaborazione intersettoriale.

- La regione **si concentra sul sostegno ai progetti e non è direttamente promotrice**. La regione non può fare altrimenti perché ha poche risorse per poter realizzare lei stessa i progetti e, d'altra parte, questa procedura permette un migliore legame dei progetti con gli attori regionali e i progetti stessi sono esattamente adattati alle esigenze di mercato. Un buon esempio è il progetto "Energietal (valle dell'energia) Toggenburg". In questo caso, la regione ha inizialmente svolto anche un lavoro di progettazione, poi il progetto ha potuto proseguire privatamente e indipendentemente.

- Le regioni sono un organizzazione flessibile, non sono istituite su imposizione ma dipendono **dall'impegno e dal volontariato dei cittadini**. Il presupposto è una buona interazione tra i volontari e la gestione della Regione. Il contatto personale e il buon legame del direttore nella regione del Toggenburgo facilita tale cooperazione.

- Il **fondo regionale** è una modalità non burocratica di dare un importante impulso, con 5-10'000 CHF, a persone con iniziativa nella fase di avvio. Questi fondi contribuiscono a tenere basse le barriere d'accesso. Spesso possono essere finanziati le prime analisi e gli studi che portano alle decisioni di base indispensabili.

- Il progetto di cui sopra, "**Toggenburg 2008**" fu un colpo di fortuna per l'allora giovanissima associazione Toggenburg per i seguenti motivi:

  a) l'associazione "toggenburg.ch" ricevette attraverso la partecipazione dello Stato e DFE un **supporto** aggiuntivo **per gli sforzi di riforma**, la cui necessità l'associazione riconosceva e promuoveva.

  b) Grazie al progetto hanno potuto essere elaborati alcuni **studi**, che costituiscono la base per indirizzare positivamente il futuro sviluppo della regione. La strategia dell'alloggio, la guida pratica per i piccoli e medi imprenditori o il programma di impulso per l'alloggio turistico nel Toggenburgo evidenziano il guadagno in basi decisionali, che è stato cercato con il progetto.

  c) Toggenburg 2008 è stato anche incubatore per **progetti concreti**, quali il programma di impulso per l'attività alberghiera e la collaborazione tra le scuole professionali del tessile (STF) a Wattwil e la Commissione per la tecnologia e l'innovazione (CTI).

  d) L'associazione ha potuto sperimentare la **cooperazione intersettoriale** a livello federale, cantonale e comunale. Proprio è riconoscibile da un esempio della pianificazione territoriale o del turismo quanto siano correlati i problemi di settori politici apparentemente separati tra loro e quanto sia grande la necessità di un coordinamento intersettoriale.

  e) Anche il DFE e il Cantone di San Gallo hanno potuto beneficiare di questo progetto pilota. Il progetto ha permesso al DFE e al Cantone una migliore comprensione dei problemi specifici di una regione e un guadagno nella conoscenza ad esempio per la revisione della legge sulla pianificazione del territorio o la nuova politica regionale e la politica agricola.

- Con il concetto territoriale Toggenburgo (**Raumkonzept Toggenburg**) si mira a coordinare a livello regionale le politiche settoriali e lo sviluppo territoriale. Il concetto si pone tra il piano direttore cantonale e i piani regolatori comunali. Il concetto territoriale definisce quattro **strategie di sviluppo** e le concretizza in quattro **campi di azione concreti**: alloggio e mobilità, economia e lavoro, agricoltura e silvicoltura / paesaggio / energia e turismo, svago e cultura. Tra i principali campi d'intervento sono stati definiti dei progetti chiave, come ad esempio una gestione regionale delle zone di costruzione. Il concetto territoriale mostra anche i **collegamenti con le aree circostanti**, in particolare l'area metropolitana di Zurigo. I concetti territoriali non sono vincolanti, ma servono come guida, definiscono priorità e sono la base per le decisioni dei comuni o servono come ausilio di discussione con gli investitori. Inoltre, i risultati del "Raumkonzept Toggenburg" sono stati inclusi nel concetto territoriale cantonale, che è destinato a servire da base per la revisione del piano direttore che dovrebbe iniziare nel 2013.

- È importante **venire seriamente accettati del Cantone come partner**. In questo caso "Toggenburg 2008 "e il concetto territoriale hanno notevolmente aiutato. La

regione viene consultata dal Cantone per prese di posizione in particolare nei settori della sanità, finanza, trasporti è consulenze. A tal fine il direttore può rivolgersi ad esempio al gruppo tematico pianificazione, che è composto da tutti i sindaci della regione. Peccato che le regioni non sono state coinvolte per la preparazione dei programmi di attuazione NPR e che anche la gestione dei progetti NPR è stata centralizzata dal Cantone. A questo scopo le regioni potrebbero offrire una preziosa preselezione. Il Fondo Regione è attualmente alimentato da eccedenze della regione, sarebbe auspicabile se la politica regionale del canton San Gallo includesse questa idea e che il fondo fosse integrato con dei fondi della NPR. Infine, la cooperazione con il Cantone dipende dalle persone e dagli uffici ed è complessivamente migliorabile.

2.2.4 Collegamenti, altra documentazione, contatti

Daniel Blatter, Geschäftsführer Toggenburg.ch, Volkshausstrasse 21 b, Postfach 16, 9630 Wattwil, Tel: 071 987 00 52, email: daniel.blatter@toggenburg.sg.ch, Internet: http://www.toggenburg.ch

2.3 Val d'Anniviers

2.3.1 Contesto

La Val d'Anniviers è una delle sette grandi vallate laterali del Vallese. Vi si trovano quattro stazioni turistiche (Chandolin, Grimentz, St-Luc e Zinal), tre villaggi principali (Ayer, Saint-Jean e Vissoie) e diversi altri villaggi e frazioni distribuiti tra i 1000 e i 2000 metri di altitudine. Il territorio della valle si estende per oltre 24'000 ettari, fatto ciò rende Anniviers il quinto comune svizzero per territorio. Il punto più alto della valle è la vetta del Weisshorn: 4'505 m slm.

Dall'inizio del 20° secolo fino a circa il 1970, la Val d'Anniviers conosce un esodo regolare e perde circa un terzo della popolazione, passando da 2'250 abitanti nel 1929 a 1'500 abitanti nel 1970. Con lo sviluppo del turismo questa tendenza si inverte e alla fine del 2011 la valle contava più di 2'600 abitanti.

La regressione dell'agricoltura tradizionale, la diminuzione degli effettivi scolastici e lo sviluppo turistico, hanno avuto la conseguenza di favorire la collaborazione tra i comuni, le stazioni turistiche e gli attori economici. L'esempio più significativo è la realizzazione di un centro scolastico unico per tutta la valle, inaugurato a Vissoie nel 1974. Progressivamente anche la gestione della raccolta dei rifiuti urbani, gli impianti di evacuazione e trattamento delle acque luride e la sicurezza (polizia) sono stati raggruppati.

Dopo la fusione[1] politica dei sei vecchi comuni, dal 1° gennaio del 2009 la Val d'Anniviers conta un solo comune. Attualmente l'amministrazione comunale comprende tre sedi amministrative principali in tre villaggi. Alcuni sportelli sono aperti mezza giornata a settimana in altri villaggi.

2.3.2 Approccio allo sviluppo

La Val d'Anniviers negli ultimi anni è stata interessata da vari tipi di collaborazione tra gli attori pubblici e privati a livello comunale, turistico e nell'agricoltura. A seguito dell'aggregazione comunale diversi attori si sono organizzati in enti o associazioni che ora operano sull'insieme del territorio della valle.

Struttura comunale

- L'aggregazione dei comuni è nata da un lungo processo di avvicinamento segnato da numerose collaborazioni iniziate negli anni '70. Degna di nota, in particolare, la realizzazione del **centro scolastico intercomunale** a Vissoie. Il carattere pionieristico di questa struttura è dimostrato dall'orario scolastico continuato, voluto per dare la possibilità agli allievi di pranzare in un refettorio scolastico. L'aggregazione ha dunque innescato un processo di visione globale dello sviluppo comunale della valle. Per strutturare e organizzare lo sviluppo della valle sono nati diversi gruppi di lavoro[2] che operano nei vari settori del turismo, dell'agricoltura, delle infrastrutture comunali o più recentemente della politica dell'alloggio come reazione all'iniziativa Weber.

Agricoltura

- Dal 1956, data dell'inaugurazione della «Centrale del latte di Anniviers» a Vissoie (oggi Caseificio di Anniviers); la **produzione invernale dei prodotti caseari è centralizzata**. Nel primo anno (1957), 54 produttori fornirono 265'000 litri di latte e furono prodotti 32'000 Kg di formaggio da raclette. Oggi 39 produttori forniscono 435'000 litri di latte con una produzione di 45'000 Kg di formaggio all'anno.
- Confrontata con un'importante diminuzione di produttori tradizionali, il Caseificio di Anniviers non sarebbe certamente sopravvissuto senza la realizzazione di **stalle comunitarie** (stalle consortili). Tra il 1970 e il 1988 sono state costruite sette stalle che ospitano circa 330 UBG[3] su un totale di 440 UBG che conta l'insieme della valle. Il principio che regge le basi della realizzazione delle stalle consortili è la costruzione in comune di uno stabile per un numero variabile di «consorziati». Ognuno di essi è proprietario del suo bestiame e ha il compito di raccogliere il quantitativo di foraggio necessario per l'inverno e deve fornire un certo numero di ore sotto forma di «corvées» (lavoro gratuito per il consorzio). Per contro la cura e la gestione della mandria al di fuori del periodo di alpeggio, mungitura in particolare, è affidata ad un impiegato salariato dalla

---

[1] Sito della fusione dei comuni: http://infusion.anniviers.org/

[2] Giornale «les 4 saisons d'Anniviers» : http://www.anniviers.org/net/Net_Anniviers.asp?NoOFS=6252&Sty=&NumStr=04.15

[3] UBG: Unità Bestiame Grosso; una vacca = 1 UBG

comunità. Questo sistema è tuttora in vigore anche se il numero di consorziati è in diminuzione e alcuni **privati** hanno ripreso la gestione, in parte o completamente, di certe aziende.

- Il comune sostiene in modo importante l'agricoltura che, dal punto di vista economico, rappresenta meno del 2% delle entrate da attività lucrative della valle, ma è molto importante per assicurare la gestione del paesaggio. Il comune accorda dei contributi per ogni UBG, per la gestione delle superfici di sfalcio, per il latte fornito al Caseificio di Anniviers e anche per il miglioramento (livellamento) delle superfici di sfalcio. Il comune ha inoltre promosso gli studi necessari per il "progetto di sviluppo rurale" e più recentemente per il "progetto paesaggio".

Turismo

- La Val d'Anniviers è stata pioniera nel processo di **raggruppamento delle strutture turistiche**, con la realizzazione de «l'association des intérêts d'Anniviers» (AIDA) già nel 1996. Nel 2001 la struttura si è ampliata con la creazione di Sierre-Anniviers tourisme. Un tentativo di «avvicinamento» con la regione di Sion è stato provato sotto il nome «Coeur du Valais» ma questa entità si è dissolta nel 2010, a seguito della defezione di alcune destinazioni della regione di Sion. Attualmente Sierre-Anniviers Marketing[4], basato a Sierre, si occupa della responsabilità del marketing globale della destinazione. Una nuova struttura, «Anniviers tourisme», è stata creata nel 2011 e raggruppa le società che operano per lo sviluppo della valle: gli Enti turistici locali. Anniviers tourisme è incaricata di valorizzare le offerte proposte in valle tramite la pubblicazione di una brochure (Anniscope) e l'offerta agli ospiti del "Pass Anniviers liberté" dal 2012. Gli enti turistici locali hanno degli sportelli in ogni stazione turistica che si occupano unicamente dell'accoglienza e delle attività di animazione. Anniviers tourisme assicura la gestione (salari, contabilità, ecc.) dell'insieme degli Enti turistici locali e riscuote le tasse di soggiorno.

- Il pass **Anniviers liberté**[5] é **offerto a tutti gli ospiti** che alloggiano in valle durante la **stagione estiva** e pagano la tassa di soggiorno. Il Pass permette all'ospite di utilizzare gratuitamente i trasporti pubblici e gli impianti di risalita all'interno della valle, da libero accesso alle piscine pubbliche e offre diverse visite e attività di animazione (miniere di rame di Zinal, serate astronomiche a St-Luc, ecc.). Anche se il Pass non è proposto nella stagione invernale, bisogna considerare che da diversi anni, in inverno, gli automezzi postali all'interno della valle sono gratuiti.

- Gli **impianti di risalita**[6] nel corso degli anni hanno conosciuto diverse fasi di aggregazione; tra le società di Chandolin e St-Luc nel 1999, seguita dalla recente fusione di quelle di Grimentz e Zinal, avvenuta nel 2012. Al di fuori di queste fusioni le società

---

[4] Sierre-Anniviers : http://www.sierre-anniviers.ch/

[5] Pass Anniviers-liberté : http://www.sierre-anniviers.ch/fr/Offres/Ete/Anniviers-Liberte/

[6] Remontées mécaniques d'Anniviers : http://www.rma.ch/anniviers/suisse/

collaborano strettamente in seno al gruppo “Remontées mécaniques d’Anniviers” che comprende anche la società che gestisce gli impianti di Vercorin. Da diversi anni gli **abbonamenti e i titoli di trasporto si possono utilizzare indifferentemente per qualsiasi impianto**. Le società hanno delle situazioni finanziarie relativamente sane e sinora hanno assicurato il rinnovamento e lo sviluppo dei propri impianti. Nonostante questo esse sono confrontate con dei pesanti investimenti previsti, come per esempio nel 2012-2013 la nuova teleferica che collega Grimentz e Zinal, il cui costo è valutato sui 30.5 millioni di franchi. Il finanziamento sarà assicurato da un aumento di capitale (circa 6 milioni), un prestito della NPR (8 milioni), un prestito di 12.5 milioni rilasciato dal Comune che ha permesso di ottenere dei tassi di interesse molto favorevoli e infine i prestiti delle banche. Gli impianti di risalita rappresentano il principale datore di lavoro della valle e assicurano delle importanti ricadute economiche per l’insieme dei settori del turismo e dei servizi. Considerata l’importanza del settore il **partenariato pubblico (comune) e privato** (imprese e singoli privati), sembra essere la soluzione più adeguata.

- Da parte sua il comune porta avanti, dal 2009, una riflessione sulla politica turistica futura. L’accettazione dell’iniziativa Weber del 2012, che avrà certamente delle conseguenze negative sull’impiego, ha rafforzato la volontà di mettere in atto una sorta di “**business plan” turistico**. Nella primavera del 2013 un gruppo di lavoro si è chinato sull’avvenire del settore dell’alloggio in Val d’Anniviers, affrontando i temi “dinamizzazione delle residenze secondarie”, “prolungamento delle stagionalità” e “ruolo del comune e sistemi di finanziamento”. Questi lavori hanno portato in un primo tempo all’elaborazione, da parte del Municipio, di un regolamento basato sulla creazione di una “taxe incitative” sulle residenze secondarie. Nel giugno del 2013 il regolamento proposto dal Municipio è stato accettato da legislativo comunale. Con riserva di approvazione da parte del Consiglio di Stato vallesano, questo regolamento entrerà in vigore il 1° gennaio 2014. Bisogna notare che l’adozione di questo regolamento non è stata cosa facile e ha suscitato le reazioni, a volte vigorose, da parte dei proprietari di residenze secondarie.

- La **“taxe incitative”**[7] *“interessa tutte le residenze secondarie esistenti e nuove, gli ampliamenti ed i cambiamenti di destinazione degli edifici esistenti, come pure i cambiamenti di utilizzo delle residenze principali in secondarie e viceversa. Essa è calcolata sulla base dei locali abitabili censiti”.* Questa tassa dovrà portare annualmente alle casse comunali tra i 3 e i 4 milioni di CHF e i suoi scopi sono i seguenti:
  a) *Assicurare un duraturo sviluppo economico, turistico della valle e la sua attrattività;*
  b) *Incoraggiare i proprietari a meglio occupare e a facilitare l’affitto delle proprie residenze secondarie;*
  c) *Sostenere le società di gestione degli impianti di risalita e partecipare in generale al finanziamento delle attrezzature sportive e delle infrastrutture pubbliche a vocazione turistica;*

[7] Tassa d’incentivazione sulle residenze secondarie
http://www.anniviers.org/net/com/6252/Images/file/Administration/AP 17.06.2013/Avenant aux rglements communaux des constructions et des zones 2.pdf

d) assicurare un aiuto finanziario a una struttura d'alloggio diversificata e rinnovata;
e) lottare contro le dichiarazioni incomplete delle tasse di soggiorno;
f) Sostenere il rinnovamento delle residenze secondarie destinate all'affitto.

I proprietari che sono sottoposti alla tassa beneficeranno di alcune prestazioni in contropartita, in particolare del rimborso della tassa di soggiorno e delle tasse di promozione turistica. Inoltre riceveranno dei buoni di trasporto validi sugli impianti di risalita fino al 10% della cifra lorda versata per la "taxe incitative".

2.3.3 Insegnamenti

- Da parecchi anni, tra passi avanti e indietro, gli attori politici, economici e sociali hanno riunito le loro forze per lanciare e concretizzare importati progetti. La regressione dell'agricoltura tradizionale, la diminuzione degli effettivi scolastici e lo sviluppo turistico, hanno avuto la conseguenza di favorire la collaborazione. L'esempio più significativo è la realizzazione di un **centro scolastico** unico per tutta la valle, inaugurato a Vissoie nel 1974.
- Passo dopo passo, realizzazione dopo realizzazione, si rafforza una visione per lo sviluppo futuro della valle: **trasformazione centralizzata del latte**, creazione di **stalle comunitarie**, **raggruppamento delle strutture turistiche,** pass **Anniviers liberté, fusioni delle società d'impianti di risalita, abbonamenti e i titoli di trasporto valevoli in tutta la valle,** volontà di mettere in atto una sorta di "**business plan" turistico, "taxe incitative" per l'affitto delle residenze secondarie**
- L'**aggregazione** dei comuni è un fattore importante che ha permesso di rafforzare questa "solidarietà" al di là dei retaggi ancestrali ancora esistenti. È nata da un lungo processo di avvicinamento segnato dalle numerose collaborazioni iniziate negli anni '70.
- Le autorità comunali remano nella stessa direzione, al di là dei retaggi partigiani, con alla guida un sindaco rispettato, capace di promuovere delle iniziative, di creare il consenso e anche di fare da arbitro tra gli interessi degli uni e degli altri.
- Partendo dalle semplici collaborazioni, il raggruppamento delle strutture (economiche ma anche culturali e sportive) permette di mantenere un tessuto socio-economico vivo e in grado di evolversi seguendo l'evoluzione del contesto.

2.3.4 Collegamenti, altra documentazione, contatti

Commune d'Anniviers : http://www.anniviers.org/

Commune d'Anniviers : Case postale 46, 3961 Vissoie, Tél. +41 (0)27 476 15 00, Fax +41 (0)27 476 15 09, info@anniviers.org

Anniviers Tourisme : Case postale 38, 3961 Vissoie, Tél. +41 (0)27 476 16 00, Fax +41 (0)27 476 16 09, info@anniviers.ch

2.4 Pays d'Enhaut

2.4.1 Contesto

Il Pays d'Enhaut è un lembo di terra vodese della valle della Sarine, nell'alta Gruyère storica, situato tra il Saanenland (Gstaad) e l'Intyamon friborghese. È composto da tre comuni, Rougemont, Château-d'Oex e Rossinière, che raggruppano una decina di villaggi e frazioni. Il territorio del Pays d'Enhaut si estende per più di 18'000 ettari, tra gli 850 e i 2'250 m slm. Nonostante sia stato molto presto allacciato all'economia internazionale, con l'esportazione del formaggio attiva già nel XVI secolo e la florida economia generata nel XVIII secolo e l'avvento del turismo, sull'asse Montreux – Interlaken, a partire dalla metà del XIX secolo, il Pays d'Enhaut è rimasto fuori dai moderni assi di transito ed è ancora considerato come un paese isolato. Il Pays d'Enhaut si caratterizza inoltre per l'assenza totale di attività industriali.

A partire dalla crisi degli anni '30 fino a circa il 1980, il Pays d'Enhaut conosce un esodo regolare e perde un terzo della popolazione, passando da 6'300 abitanti nel 1930 a 4'200 nel 1980. Da allora la popolazione si è stabilizza e conosce addirittura un leggera crescita (4'700 abitanti nel 2012).

Fino al 2008 distretto a pieno titolo, dotato di servizi pubblici delocalizzati (ospedale regionale, scuola secondaria, diversi servizi amministrativi) e numerosi servizi privati alle imprese e alla popolazione, il Pays d'Enhaut non dipende da un centro urbano specifico. A seconda dei settori, le relazioni sono più o meno orientate verso Bulle, Montreux-Vevey, Gstaad o Aigle. Tuttavia, dagli anni '90, la concentrazione dei servizi si fa sentire, tanto nel settore pubblico (posta ecc.), quanto nell'ambito privato (banche, piccoli commerci ecc.). Un cambiamento della scala delle referenze è progressivamente in atto: anche se l'aggregazione dei comuni non è politicamente una priorità, sempre più le collaborazioni tra i comuni sono all'ordine del giorno, dalla scuola all'organizzazione forestale. Le sfide odierne sono quelle di mettere in atto delle collaborazioni al di fuori della regione.

Il turismo è confrontato con l'importante questione dell'adeguamento e del rinnovamento strutturale: una gran parte del settore alberghiero non è più al passo con i tempi e il numero di letti d'albergo è diminuito drasticamente. Il modello turistico basato sulle residenze secondarie, che aveva toccato certi limiti, deve essere rivisto in funzione della nuova legge sulle residenze secondarie. Il modello della "piccola" stazione invernale familiare, che ha funzionato bene per una trentina d'anni, è ora confrontata con importanti difficoltà economiche, legate all'evoluzione delle attività della clientela, alla concorrenza internazionale dei grandi comprensori sciistici e ai cambiamenti climatici.

2.4.2 Approccio allo sviluppo

La strategia di sviluppo del Pays d'Enhaut è basata sin dall'inizio (1969) sulla volontà non solo di avvicinare i comuni, ma anche di favorire la collaborazione di tutte le forze vive e radicate nel territorio: imprese, associazioni agricole, turistiche e culturali e popolazione interessata. L'**associazione per lo sviluppo** del Pays d'Enhaut, nata nel 1975, incarna

questa volontà e da allora dispone di un segretariato regionale (circa l'equivalente di un tempo pieno) che opera per animare e mettere in atto questa volontà. Questa struttura regionale è stata sostenuta anche nel quadro della nuova politica regionale come uno dei 10 enti di sviluppo regionale riconosciuti dal canton Vaud, per assicurare la promozione e lo sviluppo economico delle sue regioni. Essa, dal 2010, si chiama Pays-d'Enhaut Région (in seguito: la Regione).

Molto presto la questione delle **condizioni quadro** (ambiente, spazi abitabili, servizi) è stata molto importante, paragonabile a quella della creazione di posti di lavoro prevista dalla strategia di sviluppo regionale. In effetti abitare in questo tipo di regione rurale e delocalizzato è, per la maggior parte degli abitanti, un progetto di vita, almeno quanto, se non più, di una semplice opportunità di impiego. E un saldo migratorio positivo si avvera indispensabile per compensare le conseguenze di una struttura demografica relativamente anziana.

Così, anche se il contesto è sensibilmente evoluto, la finalità dello sviluppo regionale del Pays d'Enhaut non è fondamentalmente cambiata dalla nascita della regione LIM[8]. Lo slogan «le Pays-d'Enhaut, un pays à vivre » corrisponde sempre pienamente alle aspettative delle autorità e della popolazione.

La finalità della strategia di sviluppo del Pays d'Enhaut del 2011, è così formulata:

"Il benessere della popolazione, con una crescita demografica moderata e lo sviluppo di attività economiche con una valorizzazione sostenibile delle risorse del territorio e una diversificazione dei settori d'impiego che permetta di accrescere il valore aggiunto regionale."

La **strategia regionale di sviluppo** 2012-2017 del Pays d'Enhaut si basa su due assi trasversali:

Approccio territoriale:

- Rafforzare la funzione di centro regionale di Château-d'Oex, come pure i centri locali di Rougemont e Rossinière;
- Rafforzare la concertazione regionale in materia di pianificazione del territorio, la coerenza con la strategia turistica delle Alpi vodesi[9] e gli obiettivi strategici del Parco naturale regionale Gruyère Pays d'Enhaut[10]
- Perseguire il rafforzamento delle cooperazioni con le regioni limitrofe: Riviera, Alpi vodesi, Saanenland e Gruyère.

[8] Legge sugli investimenti alle regioni di montagna, che ha preceduto l'attuale Legge federale sulla politica regionale

[9] Communauté d'intérêt touristique des Alpes vaudoises (avec notamment tous les rapports Alpes vaudoises 2020): www.alpes.ch ; www.av2020.ch

[10] Parc naturel régional Gruyère Pays-d'Enhaut: www.gruyerepaysdenhaut.ch

Approccio economico:

- Rafforzare la valorizzazione delle **risorse primarie del territorio** tramite un posizionamento mirato e delle catene di valore aggiunto indirizzate verso "l'esportazione" (vendita di beni e servizi ad una clientela non domiciliata nella regione), nell'ambito **agricolo, forestale** (filiera del legno), **turistico e della salute**.
- Favorire l'attualizzazione e lo sviluppo di strutture e imprese di servizio a favore della popolazione e delle imprese (salute e medico-sociale, commercio ecc.)
- incoraggiare l'**innovazione** nelle imprese esistenti e l'insediamento di imprese di servizi che propongono delle nuove attività nei settori in crescita a livello nazionale.

Agricoltura

Tradizionalmente forte nella regione (150 aziende agricole, con ancora il 17% di addetti), l'agricoltura è un pilastro dell'economia e dell'identità regionali. Gli **strumenti della politica agricola** sono stati notevolmente utilizzati, in particolare per il migliaramento delle strade agricole e la razionalizzazione degli stabili. I comuni hanno sostenuto questa evoluzione, partecipando sia come collettività sia come proprietari e assicurando la manutenzione delle strade alpestri. L'azione generale, complementare e concertata in accordo con la consulenza agricola, si concentra oggi sulla valorizzazione dei prodotti e tramite il **Parco regionale** Gruyère Pays d'Enhaut, la realizzazione di progetti collettivi sulla qualità ecologica e paesaggistica.

La **cooperativa dei produttori di formaggio d'alpe** L'Etivaz DOP[11], fondata nel 1932 per la stagionatura e la commercializzazione del prodotto, conosce un successo costante. Dal 1970 il numero dei produttori e la quantità prodotta sono sensibilmente aumentati. Dal 1986 (secondo ampliamento delle cantine) l'insieme della produzione è di nuovo stagionata sul posto e la coperativa ha ripreso la gestione della commercializzazione in precedenza delegata alla federazione lattiera. L'identità "L'Etivaz" è stata definita in quest'epoca (con il deposito del marchio) con la prospettiva di **ottenere la DOP**, quando le basi legali non esistevano ancora. La DOP è stata ottenuta, prima in Svizzera, nel 2001. La cooperativa ha sempre avuto una politica esemplare di **controllo della qualità e della promozione**, completamente adattata al prodotto, facendo leva sulla relazione tra il produttore e il territorio d'origine (anche se i formaggi non sono commercializzati con il nome del produttore, conformemente alla strategia di promozione solidale della cooperativa). Con il fine di rimediare agli inconvenienti legati alla tendenza oligopolistica (mercato dominato da pochi attori) del mercato svizzero, è stato fatto uno sforzo particolare per aumentare l'esportazione che assorbe il 40% della produzione attuale. Una **politica d'investimenti offensiva**, sostenuta dagli strumenti della politica agricola e regionale, ha permesso alla cooperativa di adattarsi all'evoluzione del mercato e alla crescita della produzione. 1986: secondo ampliamento delle cantine, 1995: costruzione della "Maison de l'Etivaz", con annesso negozio promozionale, in conproprietà con il comune (in particolare per la sala multiuso e di

[11] Cooperativa dei produttori dei formaggi d'alpe l'Etivaz DOP (Denominazione d'origine protetta): www.etivaz-aop.ch

promozione che funge anche da sala per manifestazioni a disposizione della comunità). 2012: terzo ampliamento delle cantine, con la riorganizzazione dei flussi e la sostituzione del "grenier à rebibes" (soffitta per l'essicazione di speciali formaggi "da raschiare" = à rebibes) del 1945. Oggi la cooperativa conta 70 produttori, tra i quali molti giovani, ed ognuno di loro produce il formaggio in modo tradizionale sul proprio alpeggio. La cooperativa stagiona più di 450 tonnellate di formaggio, assicurando, con questa produzione estiva, un valore aggiunto indispensabile all'equilibrio di numerose aziende agricole.

Diverse produzioni di specialità regionali si sono attivate parallelamente a L'Etivaz DOP, approfittando dell'esemplarità della cooperativa de L'Etivaz. A Rougemont il caseificio Florette si è specializzato nella produzione di formaggi a pasta molle a latte crudo. Nel 2000 la costruzione di un caseificio promossa dalla stessa azienda ha permesso al produttore indipendente di sviluppare diverse specialità apprezzate in tutta la Svizzera. La produzione è passata da 35'000 kg a 1,1 mio de kg, ed è pianificato un prossimo ampliamento del caseificio con annesso un punto di vendita diretta. Diverse produzioni agricole si sono sviluppate come l'azienda Le Sapalet sàrl di Rossinière, che produce formaggi bio a base di latte di pecora, un'azienda familiare che impiega 6 persone e commercializza i propri formaggi in tutta la Svizzera romanda. L'Etivaz, Fleurette, le Sapalet e gli apicoltori del Pays d'Enhaut sono i partner della prima ora del **marchio del *terroir*** *Pays-d'Enhaut Produits Authentiques*, creato nel 1996 dalla Regione. Oggi questo label fa parte dell'identità e del paesaggio turistico della valle; esso raggruppa una decina di aziende o organizzazioni ed è attribuito a più di 70 prodotti di provenienza 100% regionale. Il label ha permesso di mettere in atto delle sinergie in termini di promozione, con l'integrazione di quest'ultima nei processi dei marchi sovraregionali e di creare una rete di cooperazione tra i produttori regionali. Vari commerci e ristoranti ambasciatori del label Pays-d'Enhaut Produits Authentiques assicurano che i prodotti siano presentati ai clienti turisti. Il label può ora essere rafforzato da quello del Parco naturale regionale che ha un potenziale di comunicazione importante. L'ultimo partner del label è il caseificio des Moulins, che, grazie alla tenacia dei produttori e del casaro indipendente, è stato salvato malgrado la chiusura programmata dalla federazione lattiera che lo gestiva: la conversione dell'insieme di produttori nel bio ha permesso di ottenere un contingente di Gruyère DOP bio e di sviluppare diverse specialità della casa (1.5 mio di Kg di latte trasformato). Anche in questo caso è previsto un'ampliamento delle cantine con il sostegno della Regione.

Turismo e manifestazioni culturali

La politica di diversificazione turistica è più delicata da mettere in atto, infatti questo settore è molto "atomizzato" e ha meno esperienza in fatto di azioni collettive e solidali. Una **commissione regionale del turismo** raggruppa i responsabili incaricati dai comuni e dagli enti turistici e permette di promuovere la coerenza degli sforzi di sviluppo dell'offerta turistica e della promozione, mantenendo l'attenzione sull'evoluzione delle tendenze della clientela.

Tenendo conto del numero di imprese coinvolte, il riposizionamento del turismo deve realizzarsi senza rotture e con l'obiettivo di mantenere una densità dell'impiego relativamente elevata. Lo sviluppo di **nuove offerte quattro stagioni**, per esempio il Musée du Ballon (museo della mongolfiera), è confrontato al difficile contesto del turismo di media montagna e

all'isolamento relativo dei progetti o della stessa regione. La strategia di sviluppo turistico si basa sull'**unione delle forze** così da avere una certa massa critica, lo sviluppo di catene di valore aggiunto e un posizionamento più chiaro. Il **Parco naturale regionale** Gruyère Pays d'Enhaut, concepito con le regioni vicine (14 comuni e 502 Km2, coinvolge 4 regioni) è un elemento importante di questa strategia. Con l'ottenimento del label di parco svizzero nel 2012, il Parco realizza delle nuove offerte di diversificazione turistica su di un piano sopraregionale, permette di lavorare sulla qualità dei fondamentali del turismo regionale (patrimonio naturale e culturale), permette una importante visibilità alla regione e offre un quadro di cooperazione interessante, sia sul piano intersettoriale sia per la realizzazione di una rete interegionale a livello turistico.

Un progetto di **polo escursionistico** è allo studio a Château-d'Oex in connessione con lo **sviluppo della stazione** MOB Golden Pass (treno a scartamento ridotto che dal 2016 proporrà il collegamento Montreux, Interlaken, Lucerna senza cambi). Il progetto raggrupperà in un insieme coerente di cooperazione diversi partner localizzati al centro di Château-d'Oex: il Golden Pass, il Musée du Vieux Pays-d'Enhaut (del quale è pianificato un'ampliamento che permetterà di rafforzare il suo posizionamento come sito di referenza "de l'art du papier découpé" (arte della carta intarsiata tipica di Château-d'Oex), il caseificio dimostrativo di Le Chalet, la Maison du Ballon e l'Ente turistico, con un nuovo centro di *interpretazione* del territorio e delle azioni comuni di marketing, segnaletica, ecc.

Il **turismo degli eventi** è un altro componente di questa strategia. Svariate manifestazioni culturali sono in particolare state offerte in questi ultimi anni in modo di proporre un programma di eventi per le quattro stagioni. Un **programma d'interesse sovraregionale** e complementare al Festival internazionale delle mongolfiere ad aria calda, alla *désalpe* dell'Etivaz (il tradizionale ritorno delle vacche dall'alpe in autunno) e alle molteplici animazioni e manifestazioni proposte nell'ambito di una ricca vita associativa e culturale della regione e del programma di animazione dell'Ente turistico. Sono proposti due festival di musica (Rougemont e Château-d'Oex), un festival dei racconti (Rossinière), un festival di fotografia di montagna in alternanza con un'esposizione estiva sull'architettura tradizionale (Rossinière), un rallye del gusto con le racchette da neve (Château-d'Oex). Dal 2013 questa paletta è completata dal Festival Au Pays des Enfants (Festival nel paese dei bambini) che offre sull'arco di 9 giorni e nei tre comuni, più di 100 spettacoli e una cinquantina di altelier e animazioni destinate ai bambini e alle loro famiglie.

In tema di alloggio turistico il principale potenziale è costituito dagli **appartamenti di vacanza** (commercializzati delle agenzie immobiliari e da una **centrale di riservazione regionale** realizzata dell'Ente turistico una ventina d'anni fa). Il comune di Château-d'Oex ha **acquisito un terreno** per la costruzione di un villaggio di vacanze, la Regione sostiene la creazione di *chambres d'hôtes* e svariate misure sono allo studio per favorire i proprietari ad affittare le proprie residenze secondarie e creare nuovi letti caldi.

Le ristrutturazioni a livello organizzativo sono importanti. Dopo diverse fusioni delle società di gestione degli impianti di risalita, gli Enti turistici sono stati **raggruppati a livello regionale**

(Pays-d'Enhaut Tourisme[12], costituito nel 2012). Il coordinamento dello sviluppo dell'offerta turistica e della promozione è applicata su modello di quello delle Alpi Vodesi, organizzata in una comunità d'interessi che raggruppa i comuni (10), gli Enti turistici regionali (3) e gli Enti regionali di sviluppo (2). In cooperazione con i principali partner (Impianti di risalita, alberghi, società di trasporti pubblici) e il cantone è stata definita nel 2013 una **visione *Alpi vodesi 2020***, integrando uno studio strategico ambientale e uno studio sui cambiamenti climatici. Questa visione accorda un posto di centralità allo sviluppo della mobilità (trasporti pubblici) e alla relazione tra lo sviluppo delle infrastrutture quattro stagioni e quello dell'alloggio.

Nel 2008 il Pays d'Enhaut ha avviato una revisione totale dei regolamenti comunali sulla tassa di soggiorno che ha permesso di applicare una tassazione al valore fiscale delle residenze secondarie (che non è più penalizzante per quelle che sono utilizzate più regolarmente) e soprattutto ha creato un ***Fondo regionale di equipaggiamento turistico*** che permette di sostenere significativamente lo sviluppo dell'offerta conforme alla strategia regionale.

Diversificazione economica

La Regione accompagna e sostiene la creazione e lo sviluppo di micro e piccole imprese (sportello di promozione delle imprese). Essa dispone anche di un *Fonds régional d'encouragement à l'économie* (**Fondo di promozione regionale**), finanziato dai comuni fin dal 1979 e che beneficia anche del sostegno complementare del cantone dal 2009. Il Fondo sostiene (modestamente) le imprese nel loro sforzo in favore della creazione di nuove attività o nell'acquisizione di nuovi mercati.

La Regione e il comune di Château-d'Oex sono anche attivamente coinvolti nei due progetti di grande importanza per l'insieme del Pays d'Enhaut: il Polo salute e il centro artigianale.

Il **Polo salute** riunisce la ristrutturazione sul medesimo sito dell'ospedale del Pays d'Enhaut, con la creazione di uno studio medico collettivo che permetterà ai giovani medici indipendenti di avviare la propria attività, la ricostruzione di una struttura medico-sociale e l'integrazione del centro medico-sociale di servizio a domicilio. Oltre all'importanza evidente dei servizi offerti alla popolazione (e in una certa misura al turismo), è da segnalare che l'insieme di questo settore (salute e sociale) è un datore di lavoro importante come il turismo e la diversità degli impieghi offerti contribuisce in modo significativo a mantenere e sostenere l'arrivo di giovani famiglie.

Considerato che i terreni e i locali adibiti all'artigianato sono scarsi (a causa dei prezzi dei terreni molto alti e della volontà di conservare i buoni terreni per l'agricoltura), il Centre artisanal du Pays-d'Enhaut (**Centro artigianale**) permetterà di offrire degli spazi e degli uffici a diverse imprese della valle. Questo progetto, previsto su un terreno comunale, è stato concepito tramite un **partenariato pubblico-privato**, in collaborazione con due imprese

[12] Office du tourisme régional (Pays-d'Enhaut Tourisme): www.chateau-doex.ch

sovraregionali, permettendo così di liberare i capitali necessari e attivare il *savoir faire* (competenze Know-how).

2.4.3 Insegnamenti

La ricerca dei **punti di forza da capitalizzare** (compresi gli attori o le reti di attori locali interessati a uno sviluppo regionale costruttivo), permette di ancorare l'azione di sviluppo sociale nel territorio. Una **comunicazione** regolare e aperta al dialogo su obiettivi e progetti, una valorizzazione dei dati acquisiti sui quali ci si basa, il sostegno di dati e analisi oggettive della situazione socio-economica, ecc. sono altrettanti elementi che permettono allo stesso tempo di rafforzare il posizionamento della regione e d'instaurare una relazione di fiducia con gli attori regionali (reti di cooperazione).

L'elaborazione di una **strategia** di sviluppo regionale (qualunque sia il suo nome) offre un quadro di concertazione propizio ad uno sviluppo responsabile e non limita la partecipazione della popolazione alla consultazione sugli sviluppi auspicati o all'informazione sugli orientamenti scelti. Un **approccio partecipativo** alla strategia di sviluppo regionale deve permettere di meglio capire collettivamente le poste in gioco e a confronto e i margini di azione possibili per gli uni e gli altri. Questo approccio partecipativo dev'essere continuo e costante nel tempo, per definire ed mettere in atto gli orientamenti prioritari, senza togliere agli attori coinvolti le proprie responsabilità.

Gli orientamenti dello sviluppo su un'orizzonte di 10 / 20 anni e una strategia di sviluppo regionale (priorità di azione e assegnazione delle risorse disponibili) su un'orizzonte di 3 / 5 anni sembrerebbe appropriato, tanto più se la strategia può essere adattata regolarmente all'evoluzione del contesto (in un processo continuo, come permette la procedura adottata dal canton Vaud).

Tuttavia nelle regioni a basso potenziale è importante **cogliere le opportunità** che hanno senso in rapporto agli orientamenti di sviluppo auspicati. In queste condizioni la pianificazione di progetto o degli obiettivi non deve farsi a detrimento del processo di **animazione regionale**, che deve essere sempre molto attenta e reattiva (radar). Una struttura organizzativa che riunisca nello stesso contesto rappresentanti delle autorità comunali, dell'economia privata e della popolazione, permette di mantenere un costante riferimento all'interesse generale della regione, al di là degli interessi particolari sui quali si concentrano in modo naturale le singole energie. La dotazione professionale di questa struttura consente di garantire la regolarità della sua missione di animazione dello sviluppo regionale o locale, pur rimanendo sussidiaria e complementare ad altri attori locali. Questa missione deve essere esercitata con la costante preoccupazione di non sostituirsi nella gestione dei progetti degli attori coinvolti, ma piuttosto di rafforzare questi attori nelle loro responsabilità.

Il lavoro di animazione regionale è in gran parte facilitato se si ha qualcosa da offrire: una rete di relazioni e di competenze professionali, di informazioni utili, un marchio (parco naturale regionale, marchio regionale territoriale), delle competenze professionali di moderazione, animazione, pianificazione, comunicazione ecc., o degli strumenti di

finanziamento (preavvisi regionali tramite gli strumenti della politica regionale cantonale e della Confederazione/LPR, i fondi regionali per il turismo e per l'economia).

Per le regioni a basso potenziale la **visibilità dall'esterno** è un elemento determinante della riuscita dello sviluppo locale: relazioni regolari e costruttive con le istanze politiche e amministrative del cantone, partecipazione attiva alle istanze centrali o sovraregionali nei settori di pertinenza, presenza nei media extraregionali. In chiaro posizionamento (prodotti regionali, DOP, tradizioni), eventi turistici e culturali regolari (festival delle mongolfiere, festival au Pays des Enfants), e la creazione di un parco naturale regionale facilitano molto questa visibilità.

L'economia non è sufficiente: per mantenere la popolazione e le attività nelle regioni a basso potenziale di sviluppo, i progetti che creano valore aggiunto economico sono una condizione necessaria ma insufficiente. È indispensabile che vi sia un'**accoglienza regionale,** tradotta in qualità della vita tale da sviluppare un capitale di simpatia che incentivi nuove famiglie a insediarsi e mettere le radici nella regione. La creazione di condizioni favorevoli alla vita associativa e al divertimento nel tempo libero, completa la realizzazione di infrastrutture destinate alle famiglie (una rete d'accoglienza per l'infanzia). Allo stesso modo la realizzazione di progetti nei quali la popolazione indigena ed i nuovi abitanti possano facilmente identificarsi e investire parte del loro tempo, ha un'effetto positivo. Questi progetti possono avere un'origine economica (promozione delle specialità regionali, festa della *désalpe*, festival *au Pays des Enfants*) o meno (passaporto vacanze, biblioteca o cinema gestito da associazioni di volontariato).

2.4.4 Collegamenti, altra documentazione, contatti

Pays-d'Enhaut Région: www.pays-denhaut.ch

Ente turistico regionale (Pays-d'Enhaut Tourisme): www.chateau-doex.ch

Pays-d'Enhaut Région, Place du village 6 1660 Château-d'Oex, Tél. +41 26 924 72 80, francois.margot@pays-denhaut.ch

2.5 Lake District (UK)

2.5.1 Contesto

Il Lake District o Distretto dei laghi si trova a un'ora e mezza di automobile dalla città di Manchester. Manchester è il terzo più grande agglomerato del Regno Unito con una popolazione di quasi tre milioni di abitanti. Anche se il Lake District è più grande delle valli ticinesi (55 km x 64 km) il paragone con le nostre realtà alpine è interessante per la sua configurazione geografica di laghi e montagne, la sua vicinanza ad una grande Città (il Comune di Milano contava 1.25 milioni alla fine di 2012) e il suo approccio allo sviluppo dove il Parco Nazionale ha un ruolo preponderante.

L'economia regionale è essenzialmente basata sull'allevamento di pecore (compresa una razza locale) e sul turismo dolce. A metà del XIX secolo, metà delle forniture di bobine per l'industria tessile mondiale provenivano dalla zona di Lake District.

Miniere di rame, piombo (spesso associata a significative quantità di argento), barite, grafite e ardesia, sono state storicamente le grandi industrie della Lakeland, soprattutto dal XVI al XIX secolo. I boschi cedui sono stati utilizzati per fornire carbone per le fonderie. Questa attività ha permesso lo sviluppo delle reti ferroviarie che sono ancora usate a scopo turistico. Alcune miniere sono ancora utilizzate, per esempio nella parte superiore dell'Honister Pass viene estratta l'ardesia dalle Honister Mines. Impianti minerari abbandonati si trovano nelle montagne del distretto. La grafite ha portato allo sviluppo dell'industria della produzione di matite, in particolare intorno a Keswick. Nel corso del secolo passato, tuttavia, il turismo è cresciuto rapidamente fino a diventare la principale fonte di reddito della zona.

La regione è molto legata alla poesia dell'inizio del XIX secolo, in particolare gli scritti di William Wordsworth e dei cosiddetti Poeti del lago (*Lake Poets*) che sono considerati parte del movimento romantico. Il Lake District viene associato anche alla scrittrice Beatrix Potter e molti turisti visitano la sua casa di famiglia. Helen Beatrix Potter è stata una scrittrice, illustratrice e naturalista inglese, ricordata soprattutto per i suoi libri illustrati per bambini. Le sue opere celebrano la vita e la natura nella campagna inglese attraverso il racconto delle avventure di animali antropomorfizzati come il celebre Peter Coniglio (*Peter Rabbit*) in inglese[13].

La regione è conosciuta principalmente per il suo paesaggio fatto di laghi e colline, di conseguenza le attività' principali sono legate all'escursionismo, anche se la zona è piuttosto piovosa (sono disponibili anche delle guide per passeggiate sotto la pioggia[14]). Attorno a questa USP gli attori della regione hanno sviluppato un'ampia offerta di attività molto diversificate, sia all'aria aperta sia in spazi interni, per adulti e bambini, anche se non sono presenti delle grandi infrastrutture. In questo ambito il Lake District è una fonte d'ispirazione per tutti coloro che si chiedono cosa offrire ai turisti. Da notare che gli operatori sono molto professionali, informano i turisti con competenza e facilitano l'organizzazione delle attività.

L'alloggio avviene nella maggioranza dei casi in "Self catering Cottages", quindi il paralbergherio è predominante. Gli alberghi sono infatti pochi e ovviamente ci sono presenti molte residenze secondarie. Grazie alla presenza del parco nazionale, creato in 1951, attivo soprattutto nell'ambito della pianificazione e della tutela dello sviluppo territoriale, il paesaggio è rispettato senza pregiudicare lo sviluppo economico di questa regione a tessuto abitativo diffuso.

Il Distretto dei laghi è conosciuto anche per le imprese della famiglia Campbell. Sir Malcom e suo figlio Donald hanno collezionato ben 21 record di velocità su terra ed acqua a bordo dei

13 http://it.wikipedia.org/wiki/Beatrix_Potter

14http://www.go4awalk.com/walk-ideas-and-collections/the-best-walks/the-lake-district-in-the-rain.php

loro famosi Bluebird. Donald Campbell morì nel 1967 tentando di battere il suo record di velocità sull'acqua sul lago di Coniston[15]. Il record, che non ha potuto essere omologato a causa dell'incidente, raggiungeva una velocità superiore ai 515 km/h[16].

Verso la fine del XVIII secolo, la zona è diventata sempre più popolare e turistica. William Wordsworth pubblicò la sua "*Guide to the Lakes"* nel 1810 e questo libro contribuì in modo determinante a far conoscere e apprezzare la regione. Nel secolo scorso un'altra pubblicazione ha contribuito a far conoscere ulteriormente il Lake District: la guida in più volumi "*Pictorial Guide to the Lakeland Fells"*di Alfred Wainwright. Pubblicata la prima volta tra il 1952 e il 1965, questa guida ha fornito informazioni dettagliate su 214 vette della regione, con mappe e panorami accuratamente disegnati a mano, ma anche storie e aneddoti che aggiungono vivacità alla narrazione.(1)

2.5.2 Approccio allo sviluppo

La parte centrale del Lake District, è la più visitata, fa parte del Lake District National Park, divenuto Parco Nazionale nel 1951. La storia del parco dal 1951 al 2011 è descritta molto bene nella brochure "A sort of national property..." pubblicata all'occasione del sessantesimo anniversario del parco[17].

Al momento della sua creazione il territorio del parco era gestito da tre autorità di pianificazione, quando la legge ne permetteva solo uno. Quindi è stato creato il **Lake District Planning Board (Comitato di pianificazione del Distretto dei laghi)** per realizzare gli obiettivi del parco. Da questo momento uno dei principali compiti del comitato è stato quello di valutare le domande inerenti agli interventi che influenzano il paesaggio, l'edilizia e altri fattori di forte impatto sul territorio: gestione dei boschi, camping e caravanning, approvvigionamento delle valli (elettricità, acqua, accessibilità), servizio di guardie volontarie, parcheggi e centri d'informazione, alloggi, casa del parco[18], regolamentazione delle barche a motore, gestione dell'escursionismo, gestione dell'afta epizootica nel 1967 e delle sue conseguenze economiche, ecc..

In 1997 è stata pubblicata la **strategia di sviluppo del parco[19]**, in revisione dal 2013, che contiene un' interessante proposta per una **politica attiva** da parte del parco per **favorire**

---

15 http://en.wikipedia.org/wiki/Coniston_Water

16 http://en.wikipedia.org/wiki/Donald_Campbell

17 http://www.lakedistrict.gov.uk/__data/assets/pdf_file/0008/168587/birthday_book_for_web.pdf

18 www.brockhole.co.uk

19 http://www.lakedistrict.gov.uk/planning/planning_policies/ldf/ldf-corestrategy

l'accesso all'alloggio alla popolazione. La proposta è basata sull'acquisizione di terreni, il loro inserimento in zone edificabili residenziali e la loro rivendita ad associazioni promotrici.

Nel 2005, dopo un periodo di instabilità e una valutazione di esperti esterni è stato creato il **Lake District National Park Partnership** (Partenariato per il parco nazionale del Distretto dei laghi). 18 organizzazioni[20] si sono riunite per realizzare gli obiettivi del parco e si sono accordate su una visione:

"Il Parco nazionale del Lake District sarà un esempio ispirato al concetto di sviluppo sostenibile attivo: lavorare insieme per un'economia prospera, esperienze turistiche di livello mondiale, comunità energiche - che nel loro insieme sostengono le peculiarità del parco: un paesaggio spettacolare, la natura e l'eredità culturale." La visione ed il piano d'azione si trovano nel sito del Parco[21]. Per la prima volta la pianificazione è concepita con la partecipazione delle organizzazioni responsabili della sua attuazione.

2.5.3 Insegnamenti

- L'immagine del turismo regionale è incentrata sulla **calma e la meditazione**, sull'escursionismo, i "self catering cottage" ed una **accoglienza di qualità**; ogni operatore è allo stesso modo un mini-ufficio d'informazione e un organizzatore di attività (incoming operator).

- La zona offre una grande quantità di **attrazioni e attività** legate al territorio che permettono a grandi e piccoli di passare un soggiorno divertente. Il marketing che fa riferimento alle personalità che hanno fatto conoscere la regione, non è stato dimenticato. L'offerta è promossa e coordinata nel suo insieme tramite gli uffici del parco. Esistono degli uffici d'informazione turistica pubblici e privati. Anche gli operatori turistici costituiscono una rete densa di punti d'informazione e di sostegno all'organizzazione delle attività. Si coordinano di maniera informale per rispondere al meglio ai desideri dei turisti.

- Il Parco è stato l'attore chiave per la conservazione della qualità del paesaggio fatto di laghi e colline che identifica la zona. Il **Parco** ha avuto dall'inizio la possibilità di agire in tutti gli ambiti concernenti il territorio (politica integrata). E stato attivo in modo conseguente nella creazione di condizioni quadro favorevoli sia all'ambiente che allo sviluppo economico e residenziale. Per questo si è dotato di strategie regolarmente messe in atto. Il parco è da 60 anni il luogo di concertazione e negoziazione per eccellenza per risolvere i problemi e i conflitti del territorio nonché pianificare la sua evoluzione in partenariato con gli attori presenti sul territorio.

---

[20] http://www.lakedistrict.gov.uk/__data/assets/pdf_file/0003/170643/Partnerships-List-LDNPP-2013.pdf

[21] http://www.lakedistrict.gov.uk/aboutus/partnership/ldnppmanagementplan

2.5.4 Collegamenti, altra documentazione, contatti

Lake District Natinal Park: http://www.lakedistrict.gov.uk/

Stephen Radcliffe, Lake District National Park Murley Moss, Oxenholme Rd, 015 39 724 555

2.6 Valle Maira (I)

2.6.1 Contesto

La Valle Maira si trova a ovest della Città di Cuneo. È lunga circa 45 km ed è tagliata a metà dal torrente che le dà il nome: il Maira.

Ritrovamenti archeologici risalenti all'età del Bronzo, sono documentati sul monte RocceRé, dove attualmente la Soprintendenza Archeologica del Piemonte ha rivolto il proprio interesse, con studi e approfondimenti che presto entreranno in fase operativa. Il sito del RocceRè è stato scoperto nel 1991 da Riccardo Baldi e certificato sulla carta archeologica del Piemonte nel 1993. Dell'epoca romana, sono stati trovati oggetti che dimostrano che i Romani furono presenti in valle22.

A partire dalla fine del XIX secolo, a causa delle condizioni economiche sfavorevoli, la valle conobbe in maniera sensibile il fenomeno dell'emigrazione, soprattutto verso la vicina Francia, che portò ad un suo progressivo spopolamento nel corso del XX secolo. Lo spopolamento della zona delle alpi piemontesi, alle quali appartiene la Valle Maira, è stato tanto estremo che le è stato dato il nome de "il buco nero dell'Europa". Ora la situazione demografica è relativamente stabilizzata, con gli abitanti rimasti che vivono soprattutto di agricoltura, allevamento, artigianato e turismo.

La Valle Maira appartiene alle Vallate occitane italiane. Vi si parla correntemente la lingua occitana; in bassa valle, è diffuso anche il piemontese. È, insieme alla vicina val Varaita, una delle principali aree piemontesi di diffusione della danza occitana.

Nella valle si trovano numerose opere di arte medioevale. Tipico, ad esempio, è il santuario di San Costanzo al Monte, a Villar San Costanzo, risalente al XII secolo.

Di notevole interesse naturalistico e ambientale è la Riserva naturale speciale dei Ciciu del Villar[23], sempre a Villar San Costanzo. Il territorio dell'alta valle (Cascate di Stroppia - Rocca Provenzale - Chiappera) è stato riconosciuto zona di notevole interesse pubblico. L'offerta turistica della valle è incentrata sulle sue ricchezze naturali. Notevoli sono le opportunità per la pratica dell'escursionismo e dell'alpinismo.

---

22 http://it.wikipedia.org/wiki/Valle_Maira

23 http://it.wikipedia.org/wiki/Riserva_naturale_speciale_dei_Ciciu_del_Villar

Le produzioni alimentari valmairesi costituiscono un importante tassello dell'economia valliva. Sempre più produttori si dedicano a un'agricoltura biologica, con particolare attenzione alla qualità del prodotto, anche in funzione del maggior rispetto possibile del territorio e dell'ambiente. Un territorio che si presta bene ad alcune importanti produzioni agricole come le erbe officinali, i formaggi d'alpeggio, le coltivazioni degli ortaggi e di alcune varietà di frutti in alta valle e dei cereali e dei vigneti in bassa valle. In Valle Maira troviamo però anche un abbinamento gastronomico inusuale; la grande tradizione delle acciughe, un prodotto ittico importato per ragioni economiche nella cultura valmairese che oggi rivive un momento di grande riscoperta e valorizzazione. Una Fiera degli acciugai è organizzata ogni anno il primo week-end di giugno. Le acciughe sono il pretesto per proporre un intenso week-end con numerose attività diversificate.

2.6.2 Approccio allo sviluppo

- I percorsi occitani[24]: quasi vent'anni fa, un gruppo di visionari tra cui personalità pubbliche e non, guide alpine impegnate, un presidente carismatico della Comunità Montana Valle Maira, albergatori, ristoratori, operatori turistici, giramondo e persone cui piace camminare, ebbero un'idea semplice, ma molto provocatoria nella sua realizzazione: rendere utilizzabili come sentieri per escursioni le **antiche mulattiere** della Valle Maira che, in passato, collegavano tra loro le borgate situate sui ripidi versanti delle montagne. In questo caso, i modelli da seguire sono stati la Grande Randonnée in Francia, i grandi itinerari escursionistici europei e naturalmente anche la **Grande Traversata delle Alpi, GTA**, nata alla fine degli anni settanta. Creare un **circuito di sentieri** da percorrere per la durata di due settimane, con tappe di diverse lunghezze, in una valle unica nel suo genere per la varietà degli ambienti; era un'idea straordinaria. È stato necessario creare, per il nuovo e contemporaneamente antico sentiero per escursioni, delle **nuove case per ferie**, a distanze sostenibili una dall'altra. Inizialmente (anni '80) vi furono interventi privati, poi dopo qualche anno la Comunità Montana è intervenuta su un progetto della Regione Piemonte. Negli anni '90 sono stati agganciati dei finanziamenti europei - Programma Leader (bandi GAL con finanziamenti intorno al 50%). Parallelamente il Gruppo d'azione locale (GAL) sta promuovendo, nella valle e in altre valli vicine, la creazione di una rete di "Locande occitane"[25]. Il GAL sovvenziona la ristrutturazione di vecchie case private, con meno di venti posti letto, tramite fondi dal programma europeo LEADER, per questo ha aperto un bando pubblico[26].

- Contemporaneamente Werner Bätzing (il papa delle Alpi, come è chiamato volentieri) scrisse una nuova edizione della **guida escursionistica**: GTA, il sud. Per la prima volta sono stati descritti in essa in lingua tedesca i "percorsi occitani". Così, divenuta

24 http://www.percorsioccitani.com/

25 http://turismo.provincia.cuneo.it/occitania/locande/index.jsp?lang=it

26 http://www.tradizioneterreoccitane.com/public/allegati/In_pubblicazione20110707_112332.pdf

nota a una piccola cerchia d'intenditori, arrivarono i primi curiosi "scopritori", tra cui anche i Transalpedes, un gruppo di "attivisti delle Alpi" sulla via da Vienna a Nizza attraverso la Valle Maira. Tra loro vi era il giornalista e autore Jürg Frischknecht che poco dopo ritornò con la sua compagna e coautrice Ursula Bauer[27]. La Valle Maira aveva catturato entrambi. Nacque l'idea di una guida escursionistica, e nel 1999 apparve la prima edizione di "Antipasti e antichi sentieri" presso l'editore Rotpunkt di Zurigo. Iniziò quindi la storia veramente di successo dei "percorsi occitani". Nel frattempo la guida escursionistica è stata pubblicata e rivista sette volte. Agli autori Ursula Bauer e Jürg Frischknecht spetta un "monumento nazionale" poiché il successo del loro libro è divenuto contemporaneamente il successo di un ambizioso progetto turistico.

- Il **sito del RocceRé dell'età del Bronzo** viene ora valorizzato: Associazione Amici del RocceRé, manifestazioni, libro.

2.6.3 Insegnamenti

- Un'iniziativa locale forte ha permesso di creare i "Percorsi occitani", un ampio prodotto turistico basato su un **elemento d'identità molto chiaro**, specifico alla valle. Questa iniziativa ha attirato l'interesse di alcune **persone famose** che l'hanno fatta conoscere considerevolmente, integrandola in un prodotto turistico noto al livello alpino (Grande Traversata delle Alpi). In conclusione una sinergia tra un'iniziativa locale intelligente e un po' di fortuna.

- Il turismo si basa molto sulle **storie da raccontare**. La Valle Maira ha trovato gli ingredienti e si è raccontata. Sembra che la stessa metodologia sarà adottata per valorizzare il sito di RocceRé.

- Il prodotto "Percorsi occitani" è un esempio interessante di sinergia tra due particolarità culturali, cultura occitana / mulattiere e natura.

- Lo sviluppo dell'**agricoltura biologica**, si adatta bene alla natura particolare della valle e presenta anche un notevole potenziale.

- I percorsi occitani rappresentano un esempio dal quale si potrebbe ispirare il Ticino nel suo progetto NPR di valorizzazione degli "**Itinerari storico-culturali**". Potrebbe anche approfittare facilmente dell'esperienza della Valle Maira poiché le persone implicate nella sua valorizzazione, sono Svizzere come pure svizzera è la casa editrice della guida.

27 http://www.wanderweb.ch/#Antipasti

2.6.4 Link verso altra documentazione, contatti

Comunità montana Valli Grana e Maira, Sede A: Via Torretta, 9 - 12029 San Damiano Macra (CN), Tel: 0171.90.00.61, Fax: 0171.90.01.61
E-mail: segreteria@valligranaemaira.it, http://www.invalmaira.it/

G.A.L Gruppo Azione Locale- Tradizione delle Terre Occitane, Tel: 0171.61.03.25,
E-mail: info@tradizioneterreoccitane.com

***Ufficio turistico, IAT - Valli Grana e Maira**, Tel. 0171 917080**,** iatvallemaira@virgilio.it, http://www.invalmaira.it/*

2.7 Regionalmanagement Osttirol (A)

2.7.1 Contesto

Il turismo inizia nel Tirolo orientale (distretto di Lienz) dopo il 1945 a crescere fortemente, ad esempio, Matrei nel Tirolo orientale raddoppiò, nel 1948, il numero di pernottamenti rispetto al periodo tra le due guerre. Il collegamento del distretto di Lienz con la zona circostante rappresentava tuttavia un problema. Dal 1919, Tirolo orientale era in effetti isolato a causa della separazione del Sud Tirolo (Alto Adige) dal Tirolo: un viaggio verso la capitale provinciale Innsbruck richiedeva una grande deviazione attraverso l'Alto Adige o la provincia di Salisburgo.

Il Tirolo orientale ha dovuto combattere negli anni '60 e '70, con il surriscaldamento del settore delle costruzioni. L'invito a presentare ulteriori progetti su larga scala era molto forte. Uno di questi progetti consisteva nel drenaggio di 20 corsi d'acqua e nella costruzione della più grande diga dell'Austria nella Dorfertal, del comune di Kals. Nel frattempo, lo sviluppo del movimento ambientalista divenne un serio avversario al progetto. La disputa sulla Dorfertal paralizzò il Tirolo Orientale per lungo tempo, fino a quando, nel 1987, il 63.49% della popolazione di Kals votò contro il progetto. Tale decisione ha rappresentato una svolta verso la protezione della natura e reso possibile un riposizionamento del Tirolo orientale. Il Parco Nazionale degli Alti Tauri, fondato nel 1984, è diventata una parte dell'identità del Tirolo orientale e anche un importante elemento della promozione turistica. Negli anni '90 avvenne un potenziamento degli alberghi di qualità, mentre il numero di pernottamenti in camere private diminuì perché vennero utilizzate per uso privato, a seguito del crescente benessere e del cambiamento strutturale. Il calo del turismo estivo è stato compensato in parte dal turismo invernale. Il turismo nel Tirolo Orientale non ha però mai assunto le dimensioni e il significato che ricopre negli altri distretti del Tirolo (2011: 3,3% dei pernottamenti estivi del totale del Tirolo - WKO 2012).

Solo il 7,3% della superficie totale del Tirolo orientale utilizzabile per l'agricoltura. Gli alpeggi, che non sono considerati superfici agricole, occupano gran parte del territorio distrettuale e modellano il paesaggio in modo significativo. (BLK Lienz 2006). L'agricoltura nel distretto di Lienz è principalmente di montagna, condizionata dalla natura montuosa del paesaggio.

Quasi tutte le aziende agricole sono considerate fattorie di montagna. Le dimensioni medie delle aziende è di 7,1 ettari di superficie agricola utile (esclusi i pascoli e boschi) significativamente inferiore alla media nazionale di 16,4 ettari (BLK Lienz 2006, Lebensministerium 2005). L'agricoltura nel Tirolo orientale può essere descritta come relativamente estensiva e rispettosa dell'ambiente. Quasi tutte le aziende fanno parte del "programma austriaco per un'agricoltura rispettosa dell'ambiente" (ÖPUL). Partecipando a questo programma, le aziende si impegnano a rispettare diversi obblighi di gestione. Per il carico di lavoro superiore e il minor reddito sono compensati con sovvenzioni (Diemling 2006).

Il Tirolo orientale con il distretto di Lienz conta 49'568 abitanti e si estende su 33 comuni. Nell'agglomerato del capoluogo Lienz vive oltre il 50% della popolazione del distretto. L'Austria classifica il Tirolo orientale come particolarmente debole economicamente e una regione UE a sviluppo speciale. Ancora oggi, il distretto di Lienz soffre di spopolamento . Entro il 2050 si prevede un calo della popolazione: dagli abitanti odierni, poco meno di 50.000, a circa 43.000 abitanti e quasi un raddoppio della percentuale di persone di età superiore ai sessanta (WKO 2012).

2.7.2 Approccio allo sviluppo

Le gestioni regionali in Austria consistono in organizzazioni di piccole dimensioni la cui missione è lo sviluppo, la creazione di reti, la consulenza e la realizzazione di progetti pilota e progetti strategici a livello regionale. Sono collegate con la gran parte dei programmi austriaci realizzati con i Fondi strutturali dell'UE, sia finanziariamente sia per contenuti.

Dal punto di vista organizzativo, esse sono promosse da comuni o associazioni di comuni e, a seconda della struttura, dai principali partner regionali; nel Tirolo orientale, ad esempio, l'**ente del turismo**. Le organizzazioni regionali sono finanziate principalmente da fondi comunali, statali e dell'UE. L'organizzazione regionale del Tirolo orientale (Regionalmanagement Osttirol - RMO) ha scelto come assi portanti **l'energia, la mobilità, l'istruzione e l'agricoltura**. Il Tirolo orientale è una **regione modello** per il clima e l'energia e quindi ha investito delle risorse di personale per questo tema. Negli altri casi, la RMO è raramente promotore diretto di progetti: la collaborazione con i progettisti e promotori di progetti avviene principalmente con incontri relativi ai progetti.

2.7.3 Insegnamenti

- Le organizzazioni regionali sono riconosciute come una grande innovazione nel panorama austriaco dello sviluppo regionale. Esse **operano a un livello tra territorio e piccole autorità locali**, dove il pensiero strategico e la cooperazione che oltrepassa i confini amministrativi può essere particolarmente efficace. Si tratta di una istituzione importante ben ancorata nelle regioni, attiva trasversalmente ai comuni, che sviluppa la messa in rete, suggerisce argomenti di sviluppo strategici, sviluppa piani di progetto concreti, implementa, consiglia e accompagna l'attuazione di progetti.

- Secondo il direttore della RMO, nel Tirolo Orientale non sussiste una difficoltà d'ideazione, ma un **problema di realizzazione**. I comuni hanno poche risorse finanziarie e, fatto ancora più importante, sono **senza risorse umane**. Mancanza di risorse umane significa che, a causa dalla forte emigrazione, si è arrivati alla fuga di cervelli. Ci sono pochissime persone a cui si potrebbe affidare dei progetti. Benché ci sono buone scuole nel Tirolo Orientale, per un'istruzione superiore le persone devono emigrare. Al contrario i pensionati prendono spesso la residenza in Tirolo Orientale, grazie all'elevata qualità della vita. La fascia della popolazione attiva tra i 15-59 anni ne resta indebolita. A peggiorare le cose si aggiunge una diffusa sottomissione alle istituzioni, e una perdita d'identità che risale al tempo degli imperatori e alla separazione dal Tirolo del Nord.

- I **sindaci** sono degli interlocutori molto importanti per lanciare dinamiche di sviluppo. Portano una grande responsabilità, sono autorità pubbliche e hanno ampi poteri. Il contatto con loro è intensamente coltivata dalla RMO, sono particolarmente presi di mira con informazioni sui finanziamenti e le opportunità di sviluppo dei progetti e sono utilizzati, quando possibile, come "cavalli da tiro".

- La collaborazione con le **scuole e i giovani** ha dato buoni risultati (ad esempio il progetto scolastico regione dell'energia). È importante conoscere le esigenze dei giovani, al fine di coinvolgerli nei futuri progetti.

- Sul sito web del RMO ogni mese viene scelta una personalità come "est-tirolese" dell'anno. Questa rubrica sarà ampliata e diffusa sui media utilizzati. Si spera che con questi "modelli comportamento" si possano fornire degli **esempi**, che incoraggino le cittadine e i cittadini ad avere maggiore impegno e iniziativa.

- Grandi speranze sono poste nella **missione "Anticipare per il Tirolo orientale",** lanciata nella primavera 2013, un progetto che è sostenuto dalla RMO in collaborazione con la camera del commercio. Come inizio, l'11 marzo, a Tristach, numerosi esperti, davanti a quasi 250 partecipanti, hanno abbozzato come il Tirolo orientale, negli anni a venire, potrebbe realizzare con le proprie forze la crescita regionale. nonostante la marginalità e l'emigrazione.

- Il concetto di **regione modello per il clima e l'energia, e il parco nazionale Alti Tauri** hanno aiutato la Regione del Tirolo orientale a focalizzare le proprie particolarità, le quali facilitano il posizionamento turistico e l'acquisizione di finanziamenti.

2.7.4 Collegamenti, altra documentazione, contatti

Michael Hohenwarter, Geschäftsführung Regionsmanagement Osttirol, Amlacher Str. 12, 9900 Lienz, Tel: +43 (0)485272 820571, email: m.hohenwarter@rmo.at, Internet: www.rmo.at

2.8 La Valle dei Mocheni / Bersntol / Valle incantata (I)

2.8.1 Contesto

Immersa tra le montagne a venti chilometri da Trento, la Valle dei Mòcheni (attualmente 2000 ab.) è nota per essere un'isola linguistica di origine tedesca, cimbra, in Trentino. Fu verso il 1400 che si vennero a formare le prime comunità stabili. Si trattava di coloni tedeschi provenienti per lo più dalla Baviera e dalla Boemia. Da un'occupazione prevalentemente agricola, forestale e pastorale, si passò allo sfruttamento dei ricchi giacimenti di ferro, rame e argento.

Con il passare dei secoli le miniere si esaurirono e la gente ritornò alle primitive attività ovvero l'agricoltura, l'allevamento, la caccia e la pesca. Unico supporto era il piccolo commercio ambulante, praticato solamente dagli uomini nei mesi invernali, che consistente nella vendita di tessuti e piccoli oggetti.

Nel 1914 la valle fu completamente militarizzata mentre il secondo conflitto mondiale vide un esodo massiccio verso la Boemia Meridionale. Partirono nel 1942 e fecero ritorno alla fine di 1945. Non trovarono più nulla, i loro beni erano stati acquisiti dalla società Fiduciaria di Liquidazione, che li restituì solo quattro anni dopo. Terminata la guerra si passò alla ricostruzione dei quattro comuni della valle.

Il suo paesaggio suggestivo ha indotto lo scrittore austriaco Robert Musil a definirla "la valle incantata". Una valle incantata per le sue bellezze naturali, ricca di storia e tradizione, abitata dai Mòcheni, comunità di origine tedesca.

2.8.2 Approccio allo sviluppo

- La Comunità Alta Valsugana e Bersntol[28] ha pubblicato un **Piano Territoriale di Comunità (PTC)**. L'obiettivo del Piano è quello di individuare le strategie per lo sviluppo sostenibile del territorio, inquadrando entro una prospettiva comune le tendenze e le vocazioni già in atto nel tessuto economico, sociale, culturale e ambientale dell'Alta Valsugana.

- Da oltre vent'anni il **Consorzio Pro Loco** Valle dei Mocheni[29] organizza e coordina le varie iniziative rivolte agli ospiti. È il punto informativo turistico della Valle ed ha un operatore alle sue dipendenze. Ad esso fanno riferimento le 4 Pro Loco e tutti gli operatori che si occupano di ricettività. Le Pro Loco sono basate sul volontariato. Organizzano manifestazioni e animazioni.

[28] http://www.altavalsuganaebersntol.it/

[29] http://www.valledeimocheni.it/

- Le **"Piccole Imprese Rurali Lavorano per l'Ospite"**[30] in valle dei Mòcheni (P.I.R.L.O) si sono **raggruppate in associazione** e offrono alloggio e attività. Esse hanno concluso degli **accordi** e stipulato un **protocollo sulla qualità**. Le P.I.R.L.O. hanno creato un sito Web che dà un'informazione molto completa sulla valle. Lavorano in simbiosi con la Pro Loco con la differenza che la Pro Loco lavora per tutte le piccole imprese mentre le P.I.R.L.O. rappresentano un gruppo d'interesse.
- Prodotto globale legato all'acqua: Il **"Simposio degli albi"**[31] è un simposio biennale degli artisti del legno che partecipano ad un concorso di albi. Gli Albi sono delle fontane tradizionali scavate in grossi tronchi di larice, ed usati nei masi della valle. Sono parte integrante dell'eredità culturale e storica della Valle dei Mòcheni. Gli intagliatori del legno che aderiscono al concorso sono impegnati nella rivisitazione in chiave artistica degli Albi in legno seguendo un tema che nel 2011 era: "L'Uomo Selvatico, tipica leggenda dell'arco alpino" e nel 2012 "Miniere e minerali nella valle del Fersina". In complemento al concorso è pubblicata una guida turistica esperienziale. Una segnaletica a posto viene istallata sul territorio. Delle attività sono organizzate nei musei, nonché diverse microattività sul territorio ed una festa, la "notte bianca".
- Nel dicembre 2012 si è concluso il progetto "Bersntol/Lusérn[32] (Rivista LEM 2013_12): "Turismo e minoranze linguistiche", si è analizzato con l'EURAC di Bolzano non solo se le minoranze possano essere uno strumento per valorizzare il settore turistico, ossia se la presenza di minoranze implichi una maggiore attrattività turistica ma anche se vale la relazione inversa. Sono state elaborate delle **strategie di sviluppo turistico** che prendono in considerazione tre aspetti: risorse naturali, cultura e lingua. Le misure esposte nella relazione finale mirano a promuovere una maggiore interazione fra turisti e minoranza, affinché i primi possano avvicinarsi alla cultura della seconda, senza però rappresentare un elemento invasivo.
- Tra le strategie di breve periodo si annovera la creazione di maggiori occasioni durante le quali il turista viene in contatto con la lingua mòchena.
- Nel medio-lungo periodo è auspicabile consolidare l'**uso della lingua minoritaria nella comunicazione turistica** al fine di rendere le particolarità linguistiche e culturali una delle caratteristiche di **attrazione e unicità** della destinazione, insieme agli aspetti naturalistici.
- Nel lungo periodo si potrebbero pianificare **attività culturali più articolate** per residenti e visitatori, come, ad esempio, serate di rivisitazione storica.

  Non bisogna, tuttavia, dimenticare che le risorse naturali ricoprono un'importanza centrale per la domanda turistica. Nel breve periodo, ad esempio, si potrebbero creare

[30] http://www.valledeimochenipirlo.it/it/Istituzionale/Chi_siamo/Chi_siamo.aspx
[31] http://www.visittrentino.it/it/cosa_fare/eventi/dettagli/dett/il-simposio-degli-albi
[32] http://www.bersntol.it/cms-01.00/articolo.asp?IDcms=292&s=128&l=IT

materiali cartografici e guide con indicata la toponomastica in mòcheno, mentre nel medio-lungo periodo potrebbe rivelarsi vincente la combinazione di **visite a importanti punti d'attrazione** culturale con le particolari bellezze naturali della Valle dei Mòcheni.

Le strategie e le azioni elaborate, tuttavia, non possono prescindere da due presupposti fondamentali, ossia che i residenti e gli operatori turistici siano informati sia delle potenzialità del turismo come sostegno alla tutela dell'identità culturale, sia delle peculiarità del proprio territorio.

2.8.3 Insegnamenti

- La valle usa in modo conseguente, la sua **specificità di minoranza linguistica** sulla quale basa la sua strategia di sviluppo economico.

- L'Istituto Culturale Mocheno Cimbro, si occupa della **tutela ambientale e culturale** di questa valle. L'istituto pubblica la rivista culturale della comunità mòchena "Lem", che in mòcheno significa sia 'vita' sia 'vivere..

- Marketing delle personalità: La Valle ha adottato il proprio **slogan "Valle incantata"**, prendendolo "in prestito" dal libro scritto da un **scrittore conosciuto**, Robert Musil, approfittando quindi dalla sua **reputazione**. Il nome usato per la promozione della valle si basa di conseguenza non sulla fantasia ma su un fatto concreto. Per consolidare il nome di "Valle incantata" sul terreno, è stato creato un **percorso letterario** che porta il nome "Musil en Bersntol" .

- L'associazione P.I.R.L.O. funziona come un **ente turistico privato**.

- La strategia di valorizzazione di un elemento culturale specifico alla valle, in sinergia con la promozione dei valori naturalistici, può servire da esempio a qualsiasi zona che possiede nella sua **identità** un elemento distintivo forte. La cultura è usata per intensificare le relazioni tra i turisti e la popolazione locale, poi per farli scoprire le ricchezze naturali locali ... e viceversa.

- La Valle dei Mocheni rappresenta un esempio che potrebbe ispirare ad esempio la **zona Walser di Bosco Gurin**. Inoltre si potrebbe anche immaginare un **marketing incrociato** tra le due valli, isole di lingua germanica in un territorio italofono.

2.8.4 Collegamenti, altra documentazione, contatti

Consorzio ProLoco Valle dei Mocheni, Walter Moser, Loc. Pintarei, 75/A, 38050 Sant'Orsola Terme, Italy, Tel: +39 0461 551440, Fax: +39 0461 551030,
E-mail: info@valledeimocheni.it, www.valledeimocheni.it

Kulturamt, Bersntoler Kulturinstitut / Istituto mòcheno, Leo Toller, Palai en Bersntol, I - 38050 Palù del Fersina (TN), Tel. +39 0461 550073, www.bersntol.it

2.9 Colline metallifere - Toscana (I)

2.9.1 Contesto

Le “Colline Metallifere” costituiscono il principale e più esteso sistema collinare e montuoso dell'Antiappennino. Si estendono nella parte centro-occidentale della Toscana, interessando ben quattro province, la parte sud-orientale della provincia di Livorno, la parte meridionale della provincia di Pisa, la parte sud-occidentale della provincia di Siena e la parte nord-occidentale della provincia di Grosseto (Colline Metallifere grossetane).

Già al tempo degli Etruschi le Colline Metallifere erano conosciute e sfruttate per i loro giacimenti; l'attività estrattiva continuò sempre incessante e raggiunse il suo picco tra la seconda metà del XIX secolo e il secondo dopoguerra quando furono sfruttati soprattutto i giacimenti di lignite, attività che declinò poi rapidamente. A servizio di tali miniere fu sviluppata una variegata **rete di ferrovie**, la maggior parte delle quali oramai soppresse.

La dismissione delle miniere verso la fine del secolo scorso ha profondamente cambiato l’intero territorio delle Colline Metallifere (economia, occupazione, rapporti sociali, immigrazione, espansioni urbane e villaggi minerari, paesaggio, rapporti città-campagna, cave, discariche) lasciando letteralmente un “vuoto di futuro” per le attuali e le nuove generazioni. Negli ultimi decenni le risorse culturali e naturali sono al centro di un dibattito che le vede come fattore di sviluppo economico e territoriale. La necessità di ripensare la natura degli interventi di valorizzazione del patrimonio culturale e naturale ridefinendoli nell’ambito di una strategia più integrata a livello territoriale, ha aperto la strada a una politica di sinergie nei diversi campi dello sviluppo locale. (3)

2.9.2 Approccio allo sviluppo

Il progetto **Parco Tecnologico e Archeologico delle Colline Metallifere** si colloca fra i parchi di **archeologia industriale**. Le finalità del Parco riguardano il recupero, la conservazione e la valorizzazione del patrimonio ambientale, storico-culturale e tecnico-scientifico delle Colline Metallifere, segnate in particolar modo dall'esperienza mineraria, promuovendo un circuito turistico-culturale.

Il progetto nasce dalla volontà di non disperdere la storia delle attività minerarie e della metallurgia che si sono succedute nel comprensorio delle Colline metallifere Grossetane per circa tre millenni e che hanno influito alla determinazione del loro paesaggio culturale. La tutela dei siti industriali e minerari dismessi, integrata alle notevoli risorse naturalistiche e a fulgidi esempi dell’architettura e dell’arte medioevale, presenti copiosamente nella zona, fa delle Colline Metallifere un itinerario per un turismo diverso. Il tema conduttore è la **riscoperta delle tracce delle miniere e il lavoro nel sottosuolo**. Inevitabilmente, nel viaggio, attraverso queste terre, si sovrappongono una natura straordinaria e testimonianze di cultura di grande interesse.

Il percorso intrapreso, è stato inteso come strumento per una complessa valorizzazione del territorio basata sulla fruizione del patrimonio culturale attraverso lo strumento

dell'**ecomuseo** e, più in generale, sulla riqualificazione ambientale contribuendo alla ridefinizione degli indirizzi culturali, socio-economici e di pianificazione territoriale delle Colline Metallifere. Un nuovo modello di sviluppo, quindi, che fonda le sue radici sulle risorse culturali, museali e ambientali. Le offerte culturali del Parco, oltre a richiamare un particolare target di turisti, possono offrire un'opportunità di crescita culturale anche a visitatori che hanno l'opportunità di trovare nuove chiavi di lettura per la comprensione del territorio. Ed è proprio questo il senso del progetto: la capacità di sviluppare un'**offerta originale basata sulla tradizione del lavoro e di antichissimi saperi e su un ambiente naturale suggestivo e unico**.

L'originalità del Parco è dovuta al suo carattere **multitematico**: il suo pregio e la sua attrattiva dipendono da un'offerta molteplice di temi di interesse, legati all'archeologia etrusca e medievale, all'archeologia industriale, al patrimonio naturalistico e ambientale, al patrimonio storico-architettonico (centri storici, castelli, ecc.) e al paesaggio. Per la sua struttura multipolare il parco non costituisce un areale continuo che si sovrappone a tutto il territorio delle Colline Metallifere, esso ha invece, natura di Network Park la cui unitarietà non è data dalla continuità territoriale quanto dalle sue caratteristiche di rete che interconnette un sistema disgiunto di "zone a parco" dove si concentrano le maggiori occasioni di offerta culturale e di intrattenimento. Il parco infatti per la sua profondità storica abbraccia un insieme di testimonianze dell'attività metallurgica e mineraria che si distribuiscono su un lunghissimo arco storico, dall'epoca etrusca fino all'età contemporanea.

Un aspetto fondamentale comunque per lo sviluppo del Parco, è l'attivazione di una sinergia con tutti gli attori del territorio in modo da realizzare un piano d'indirizzo generale per permettere il coordinamento degli aspetti di conservazione, valorizzazione, fruizione e gestione del patrimonio ambientale e culturale in rapporto con lo sviluppo della ricerca scientifica, dei progetti culturali legati alle forme di espressione artistica, della formazione, della didattica e della promozione turistica.

La gestione di tutti questi aspetti non poteva prescindere dalla realizzazione di un vero e proprio **Masterplan** la cui idea progetto non fosse orientata soltanto alla conservazione di qualche emergenza isolata, ma alla valorizzazione di un vasto territorio investito da una plurisecolare attività estrattiva e metallurgica.

- Il Master Plan ha prodotto una serie di elaborati cartografici e di documenti propositivi intesi a favorire puntualmente le c**aratteristiche funzionali e organizzative dei diversi luoghi del Parco**. In particolare:

- la mappa localizzativa e l'inventario dei siti;

- l'individuazione dei **luoghi di eccellenza**;

- i **percorsi di visita** e le **attrezzature di supporto**;

- l'individuazione delle porte di accesso;

- la definizione del **contenuto museografico** dei siti espositivi;

- la **fattibilità urbanistica** del Master Plan in armonia con gli strumenti vigenti e della pianificazione territoriale e urbanistica;

- le **fasi di attuazione** del Parco.

Dal 1° ottobre 2010 il Parco è entrato nella European and Global Geoparks Network sotto gli auspici dell'UNESCO con il nome di Tuscan Mining Geopark, una **rete mondiale** di geoparchi. Questa rete è una reale opportunità di confronto con altre esperienze europee e del mondo per continuare a percorrere la strada verso un turismo sostenibile, lento e di qualità.

2.9.3 Insegnamenti

- La rete ferroviaria costruita per lo sfruttamento delle miniere è stata smantellata. Quindi al contrario di altre zone (per es. il Lake District) non ha potuto servire da infrastruttura di base, potenziale per lo sviluppo di un'offerta turistica attraente.

- Sviluppo di un'offerta turistica originale costruita sulla base di una storia fortemente ancorata nella regione (miniere ed industria legata, tradizione del lavoro, antichissimi saperi). Abbinamento con un ambiente naturale suggestivo e unico tramite la creazione di un parco multitematico

- Messa in rete internazionale tramite l'iscrizione allo European and Global Geoparks Network[33] sotto gli auspici dell'UNESCO[34]. Questa appartenenza permette non solo lo scambio delle esperienze con gli altri parchi ma anche di ottenere una migliore visibilità al livello mondiale.

- Costituzione di un ecomuseo come strumento diffuso per una complessa valorizzazione del territorio basata sulla fruizione del patrimonio culturale.

- Le Colline metallifere sono molto visibili sul Web tramite la loro presenza sulle reti sociali, e in diverse lingue. Questa **promozione in linea professionale** marca la loro volontà di attirare attivamente dei visitatori da tutta l'Europa se non da tutto il mondo.

- Il Parco multitematico è promosso con un messaggio unico e distintivo basato sulla sua più grande forza. Una volta che i turisti sono stati attirati da questo messaggio sono guidati alla scoperta delle altre offerte del territorio.

- La regione delle Colline Metallifere potrebbe ispirare la Leventina, che pure possiede una consolidata tradizione industriale.

[33] http://www.europeangeoparks.org/?page_id=648

[34] http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/earth-sciences/global-geoparks/members/italy/tuscan-mining-geopark/

2.9.4 Collegamenti, altra documentazione, contatti

http://www.youtube.com/user/parcominerario?feature=watch

Consorzio del Parco Tecnologico e Archeologico delle Colline Metallifere, Loc. Piazzale Livello +240, Pozzo Impero, 58023 Gavorrano (GR)

Tel. (+39) 0566.844247

Email segreteria segreteria.parco@comune.gavorrano.gr.it

http://www.parcocollinemetallifere.it

Unione di Comuni montana Colline Metallifere, Piazza Dante Alighieri, 4 58024 Massa Marittima (GR) Tel. 0566/906111, Fax 0566/903530,
E-mail: info@unionecomunicollinemetallifere.it, http://www.unionecomunicollinemetallifere.it

2.10 Val de Travers

2.10.1 Contesto

La Val de Travers è un vallone giurassiano dalla superficie di 166.3 km^2. La valle è caratterizzata da decenni, anzi da alcuni secoli, dalla presenza dell'industria orologiera con una produzione e una manodopera di alta qualità. Questa regione non è stata risparmiata dalla crisi orologiera degli anni '70. In Svizzera questo settore è passato da 90'000 impiegati nel 1970 a 30'000 nel 1984. Da allora il paese ha ripreso il cammino della crescita e nel corso degli ultimi cinque o sei anni ha superato, anno dopo anno, i suoi record di esportazione passando da 4.3 miliardi di franchi nel 1986 ai 19.3 miliardi nel 2011. Questa crescita non si è necessariamente tramutata in un conseguente e proporzionale aumento degli addetti nel settore che erano circa 40'000 nel 2004[35]. Attualmente il settore crea ancora numerosi posti di lavoro, ma non è possibile conoscere il numero esatto di impiegati del ramo.

L'evoluzione della popolazione della Val de Travers è estremamente influenzata dagli alti e bassi dell'industria orologiera: nel 1960 la regione contava 14'400 abitanti, diminuiti a 12'500 nel 1970 e 11'400 nel 1980. Da allora la tendenza si è invertita e il numero di abitanti si aggira oggi attorno ai 12'000 abitanti.

Dal punto di vista turistico, la regione ha basato la sua immagine sull'assenzio (tornato legale in Svizzera nel 2005 e in Francia nel 2011) e il mito della «fée verte». Tutto questo si è

[35] Fonte: Federazione dell'industria orologiera svizzera

concretizzato, in collaborazione con la regione di Pontarlier, nel progetto Interreg «Route de l'Absinthe»[36].

Un altro elemento importante che ha caratterizzato la politica della valle negli ultimi anni è l'aggregazione dei comuni. Le prime riflessioni sono iniziate nel 1996 e diverse commissioni hanno lavorato sul tema prima che la questione fosse posta ai cittadini. Nel giugno 2007 il popolo si è pronunciato sul progetto di aggregazione dei comuni della valle. Nove comuni lo accettano e due la rifiutano. Immediatamente un progetto di fusione a nove comuni è rilanciato e accettato dal 72% della popolazione e da tutti i nove comuni. Oggi il distretto di Val de Travers è composto di tre comuni: Val de Travers (ca. 11'000 abitanti), La Côte-aux-Fées (450 abitanti) e Verrières (750 abitanti).

2.10.2 Approccio allo sviluppo

Nel 2006 è stato attribuito un mandato a uno studio bernese per identificare le imprese della regione degne di essere inserite in un gruppo dei "fleurons" (fiori all'occhiello): le prime sei imprese selezionate impiegano 700 persone nella regione. Nel 2007 è iniziato un negoziato tra i "fleurons", raggruppati prima in una rete e dal 2011 in **associazione, i comuni e il Consiglio di Stato** che è sfociato in un "**contrat de région**" Val de Travers (sotto l'egida[37] del RUN), firmato dagli undici comuni, da nove imprese del **settore orologiero di punta**[38] e dalla Repubblica e Cantone di Neuchâtel. In seguito sono stati creati due piani di lavoro; uno per l'associazione dei fleurons e l'altro per i comuni ed è stato anche sviluppato uno strumento per il seguito dei lavori.

Dalla sua creazione, l'associazione dei "fleurons" ha integrato delle nuove imprese che hanno aderito al "contrat de région", attualmente in fase di aggiornamento.

Le imprese dell'**Associazione «Réseau des fleurons»** rappresentano ora circa 1'500 posti di lavoro su 4'500 impieghi in Val de Travers. L'Associazione accetta nuove imprese solo se esse adempiono ad almeno 2 dei seguenti requisiti richiesti:

- essere attivi nel settore dell'orologeria, della meccanica di precisione o della microtecnica
- essere presenti in modo radicato e stabile in Val de Travers;
- beneficiare di una buona visibilità internazionale;
- impiegare più di trenta collaboratori.

Il "contrat de région[39]" ha come obiettivo di formulare gli elementi del **programma cantonale** pluriennale, come richiesto dalla legge sulla nuova politica regionale federale, per il progetto

---

[36] Route de l'Absinthe : www.routedelabsinthe.com/fr/

[37] RUN : Réseau Urbain Neuchâtelois, www.lerun.ch (Rete Urbana Neocastellana)

[38] Bourquin S.A., Chopard Manufacture S.A., ETEL S.A., Mauleret Cie S.A., ParmigianiFleurier S.A., Piaget Branch of Richemont International S.A., Manufacture Horlogère ValFleurier Branchof Richemont International S.A., Vaucher Manufacture Fleurier S.A., Waeber HMS S.A.

[39] Contrat de région Val-de-Travers : www.val-de-travers.ch/fr/association-region-val-de-travers/

di Regione Val de Travers. Esso determina e fissa gli elementi necessari alla **concretizzazione del progetto di regione**, stima a grandi linee i costi delle misure, definisce le prestazioni delle parti, precisa le modalità di esecuzione e di valutazione delle citate prestazioni.

Il contratto definisce quattro assi di sviluppo: lo sviluppo economico, la visibilità turistica, la formazione (learning region) e la politica familiare (sviluppo demografico). L'attuazione delle misure è ripartita esplicitamente tra i comuni e i "fleurons" che in particolare devono:

- nominare un incaricato (chargé de mission) che si occupa per conto dei "fleurons" di accompagnare e seguire i processi amministrativi legati ai nuovi insediamenti o all'espansione delle attività economiche esistenti;
- creare un sito internet che precisi le misure di promozione economica;
- raccogliere in una banca dati le informazioni su terreni e stabili disponibili;
- realizzare diverse misure di promozione economica;
- cofinanziare posti di lavoro per giovani ingegneri e dottorandi che lavorano su progetti di ricerca e sviluppo.

La regione si prefigge quindi chiaramente una politica di sviluppo basata sul settore economico che costituisce la sua forza e la sua reputazione.

L'assenzio rappresenta un'altra sfacettaura di questa reputazione, caratterizzato dalla clandestinità della distillazione dal 1910 al 2005. Questa pianta e questo distillato sono al centro dell sviluppo del **progetto Interreg «route de l'absinthe»**[40] (strada dell'assenzio), che valorizza la storia dell'assenzio tra i poli di Pontarlier in Francia e la Val de Travers in Svizzera. Percorrendo tutto o in parte l'itinerario proposto (oppure visitando il sito molto esaustivo), l'ospite può conoscere la **storia dell'assenzio** nella regione franco-svizzera e la **nascita del mito** legata ed esso. Può anche scoprire un ricco patrimonio, visitare l'una o l'altra distilleria in attività, conoscere la cultura della pianta come pure il processo di distillazione e infine…**degustare il prodotto** e i suoi derivati: cioccolato e biscotti all'assenzio per esempio. Da segnalare che a Pontarlier esiste dal 1977 il **museo dell'assenzio** e che eventi come la **festa dell'assenzio** sono organizzati ogni anno a Boveresse e Pontarlier. Questo progetto dovrà permettere di dinamizare il turismo regionale, un settore economico complementare a quello dell'orologeria e della microtecnica. La Val de Travers è anche ricca di **particolarità naturalistiche** come il Creux-du-Van e architettoniche, borghi e villaggi, che meritano di essere visitati e meglio conosciuti.

[40] http://www.routedelabsinthe.com

2.10.3 Insegnamenti

- La regione Val de Travers basa la sua politica di sviluppo sui consolidati **punti di forza** presenti sul territorio da decenni: orologeria, assenzio.
- Questa politica è formalizzata in un **contratto** che impegna le collettività (comuni e cantone) e i privati ("fleurons = fiori all'occhiello" dell'orologeria). Si tratta di un modello unico in Svizzera, forse anche grazie alla presenza di uno dei pochi veri distretti industriali che, notoriamente, promuovono lo spirito d'impresa e il coinvolgimento istituzionale.
- Sono definite **misure specifiche** a favore dei bisogni delle **imprese**, in particolare la promozione della formazione e di ricerca e sviluppo.
- Per la maggior parte delle misure e dei progetti, la **collaborazione "pubblico – privato"** rappresenta una dimensione importante ed è prodiga di successi.
- Oltre ai progetti legati al settore dell'orologeria e della microtecnica, sono sviluppate altre iniziative nell'ambito dell'autonomia energetica e del turismo.
- Sono ricercate delle **sinergie** con progetti economici e turistici presenti in altre regioni e cantoni.

2.10.4 Collegamenti, altra documentazione, contatti

Association Région Val-de-Travers, Case postale 10, 2114 Fleurier, Tél. +41 (0)32 886 43 00, arvt@ne.ch

3 Raccomandazioni

Dagli esempi presentati si possono dedurre una serie di raccomandazioni per il trattamento delle zone a basso potenziale. Queste raccomandazioni sono elencate qui sotto in una sequenza logica. Nella realtà si riscontreranno spesso lavori preparatori o elementi già esistenti. Di conseguenza l'approccio dovrà essere applicato tenendo conto di essi.

- Eseguire un'**analisi territoriale**. Quali sono i potenziali esistenti? Quali fattori favoriscono o impediscono l'utilizzo di questi potenziali? Lo studio delle reti, delle catene di valore e dei sistemi di produzione presenti nella regione, nonché le loro relazioni con l'estero fornisce delle indicazioni molto valide sulle forze e debolezze della zona. Permette di identificare potenziali di ottimizzazione e di sinergie e di generare delle idee di misure appropriate, sia organizzative sia costruttive. Per esempio la Val de Travers, le Colline metallifere, il Parc du Pays d'Enhaut e la Val Lumnezia hanno realizzato una tale analisi territoriale all'inizio dei loro lavori.

- Quali indirizzi emergono dai potenziali esistenti per trovare delle soluzioni? A quali **scenari** si può pensare?

- Determinare una **strategia di sviluppo** per la regione. Questa strategia può presentarsi sotto diverse forme: Contratto di regione nella Val de Travers, concetto territoriale nel Toggenburg, masterplan nelle Colline metallifere, piano territoriale di Comunità nella Valle dei Mocheni o strategia di Parco nel Lake District.

- Un'argomentazione esclusiva di vendita - **USP (Unique Selling Proposition) specifica** deve essere elaborata per ogni regione. Nel caso ideale deve rappresentare e comunicare tutte le attività presenti sul territorio. Le Colline metallifere lo fanno in maniera esemplare. Un progetto strutturato come i percorsi occitani della Valle Maira può essere utile, agendo da legame tra i diversi progetti e le catene di creazione di valore. L'USP deve essere promossa in maniera unitaria. Messaggi contraddittori devono essere assolutamente evitati. La Val d'Anniviers ha fatto un grande sforzo in questa direzione. Secondo le condizioni, le organizzazioni di marketing dovranno essere aggregate. Per queste quattro tappe può essere utile chiedere aiuto ad esperti esterni. Sicuramente non per la realizzazione.

- La strategia di sviluppo deve essere messa in pratica, il processo non deve fermarsi a livello di strategia. Per contro è fondamentale attuare rapidamente delle prime misure visibili. Generare progetti è quindi fondamentale ("**motore**") ed è importante che ciò avvenga tramite una persona o un gruppo di persone **della regione** e nella regione e non da persone provenienti da fuori. Per questo la Val Lumnezia ha assunto un **coordinatore dei progetti**. Il suo compito è generare progetti, uno dopo l'altro. il **management regionale** come nell'Osttirol, nel Toggenburg o il Parcmanagement svolgono una funzione simile.

- Il lavoro di “motore“ sarà facilitato se si dispone di una **rete forte** e sarà valido non solo per la messa in rete (networking) interna alla regione ma anche all’esterno di essa, a livello cantonale, federale e internazionale. Reti come la rete di comuni Alleanza nelle Alpi o la Rete dei parchi svizzeri permettono lo scambio di esperienze con territori che vivono in condizioni simili. Questo **scambio di esperienze** è arricchente per lo sviluppo di nuove idee.

- Il processo non deve svolgersi in modo isolato. Si trovano sempre altri attori e iniziative che si sviluppano in parallelo; ciò non è a priori un male per lo sviluppo della regione. È però importante che le iniziative non si annullino e non si facciano concorrenza. La ricerca di potenziali sinergie e soprattutto di **collaborazioni** tra tutti i settori rappresenta uno dei compiti più importanti dell'attuazione dei processi. In fondo si tratta di **sviluppo regionale integrato**.

- E possibile realizzare dei progetti solamente se sono finanziati. La mobilizzazione di **fonti di finanziamento**, anche al di là della NPR, è uno dei compiti prioritari del coordinatore e del direttivo regionale. Le reti menzionate sopra possono essere utili e aprire nuove porte. Dov'è possibile le regioni possono anche creare degli strumenti di promozione specifici come per esempio il Fondo regionale di attrezzatura turistica del Pays d'Enhaut.

- Tutto il processo deve essere **democraticamente legittimato** da una struttura portante locale. Si tratta del Consiglio di circolo in Val Lumnezia, del Consorzio Pro Loco nelle Colline metallifere, del comune aggregato in Val d'Anniviers, dei comitati di parco nei territori con parchi come per esempio il District Planning Board nel Lake District ecc. La struttura portante locale concretizza l'appropriazione del processo. I responsabili locali hanno un interesse vitale per l'attuazione delle misure previste.

- È fondamentale realizzare un **approccio partecipativo** dall’inizio del processo e durante tutta la sua durata e quindi anche per la diagnosi, la pianificazione e l'attuazione delle misure. Infatti lo sviluppo dipende, in primo luogo, dalla gente attiva sul territorio e dalla sua motivazione. Il processo nel suo insieme deve svolgersi dal basso, quindi **bottom up**. Gli attori regionali più importanti e, se possibile, tutta la popolazione devono essere inclusi nel processo partecipativo. Anche nelle zone a basso potenziale si trovano sempre persone disponibili a contribuire ad un progetto. Una larga partecipazione alla pianificazione è importante per facilitare la comunicazione dei lavori, i ritorni d'informazione dalla base e, alla fine, l'accettazione dei risultati e l'attuazione delle misure. Ci sono diversi metodi per lanciare un approccio partecipativo. Con l'utilizzo mirato di metodi come il World Café, l'"interrogazione apprezzativa" (Appreciative Inquiry = approccio alla costruzione di percorsi partecipati), l'Open Space o altri, i gruppi interessati entrano in discussione tramite un processo che utilizza il sapere collettivo per elaborare delle soluzioni sostenibili. Lo sviluppo comune di soluzioni aumenta il senso della responsabilità, l'impegno, l'emergere dell'innovazione e facilita l'attuazione delle misure decise.

Excursus metodi partecipativi

World Café:

I partecipanti si distribuiscono in diversi tavoli ospitanti da quattro a otto persone. I tavoli sono forniti di tovaglie di carta bianca su cui è possibile scrivere, di penne ed evidenziatori. Un facilitatore o moderatore per tavolo funge da "ospite di tavola" e introduce inizialmente al metodo di lavoro, spiega la procedura e indica le regole di comportamento. Durante la procedura sono trattate due o tre diverse domande in susseguenti giri di discussione di 15 – 30 minuti a tutti i tavoli. Tra ogni giro di discussione, i gruppi si rimescolano. Solo gli "ospiti di tavola" restano tutto il tempo allo stesso tavolo, accolgono i nuovi ospiti, riassumono brevemente i precedenti colloqui e rilanciano nuovamente la discussione. Il World Café si conclude con una fase di riflessione.

Appreciative Inquiry (AI):

AI si concentra sui punti di forza, sul positivo, sul potenziale di un sistema e non pone i punti negativi in primo piano. Al contrario degli approcci tradizionali, i problemi con AI non sono direttamente elaborati ma riformulati come richieste di cambiamenti. L'elemento centrale di AI è "l'intervista di valutazione del valore". L'Appreciative Inquiry è suddivisa in quattro fasi:

- Discovery: fase di scoperta, comprensione; tramite interviste riconoscere e comprendere il meglio,
- Dream: le visioni sono progettate; si sogna di quello che potrebbe essere nella migliore delle ipotesi,
- Design: progettare il futuro, elaborare cosa dovrebbe essere, sviluppare le visioni e trovare le decisioni,
- Destiny: fase di realizzazione, definizione, cosa succederà; sviluppare nuove idee

Open space:

Open space è un metodo di moderazione di grossi gruppi, per strutturare conferenze. È adatto per gruppi tra i 50 e i 2000 partecipanti. Caratteristica è l'apertura di contenuto e di forma: i partecipanti propongono i propri argomenti nel plenum e formano per ogni argomento un gruppo di lavoro. In questi gruppi sono sviluppati i progetti potenziali. I risultati sono raccolti alla fine (vedi http://www.partizipation.at/methoden.html).

Si possono anche utilizzare delle **forme elettroniche di partecipazione** come il ViaMala-Blog, Facebook ecc. Le forme di partecipazione che si basano sul Web 2.0 permettono la partecipazione attiva di persone domiciliate fuori regione che hanno ancora un forte legame con essa o un alto interesse materiale.

4 Allegati

4.1 Sintesi degli insegnamenti

Misure	Val Lumnezia	Toggenburg	Anniviers	Pays d'Enhaut	Lake District	Valle Maira	Osttirol	Valle dei Mocheni	Colline metallifere	Val de Travers
Visione / Unique Selling Proposition (USP)	Val Lumnezia "Tal des Lichts"			Le Pays-d'Enhaut, un pays à vivre	Qualcosa per ciascuno	Percorsi occitani	Klima- und Energiemodellregion, Nationalpark hohe Tauern	Valle incantata	Archeologia industriale (miniere)	Fleurons (fiori all'occhiello) dell'orologeria assenzio (mito della "Fée verte")
Strategia di sviluppo / Piano di marketing territoriale	Rinuncia ad investimenti intensivi di capitale	Toggenburg 2008 (coordinamento delle politiche settoriali)	Passo dopo passo: turismo (in corso)	Strategia regionale di sviluppo 2012-2017, Strategia turistica delle Alpi vodesi 2020	Strategia di sviluppo poi visione		"Vordenken für Osttirol"	Piano Territoriale di Comunità (PTC)	Masterplan	Contratto di regione
Struttura di coordinamento	Organizzazione formale dagli attori: Pro Val Lumnezia Ente responsabile composto dai comuni	Associazione toggenburg.ch Gruppi di lavoro tematici Ente responsabile composto dai comuni	Fusione di comuni	Pays-d'Enhaut Région, Parco naturale regionale Gruyère Pays-d'Enhaut Ente responsabile composto dai comuni	Lake District National Park Partnership	Comunità Montana, gruppo di leader Ente responsabile composto dai comuni	Parco nazionale Hohe Tauern, Regionalmanagement Osttirol (RMO)	Comunità Alta Valsugana e Bersntol, Istituto culturale Mocheno Cimbro Ente responsabile composto dai comuni	Parco Tecnologico e Archeologico, Unione di Comuni montana Colline Metallifere	Rete urbana Neocastellana (RUN) associazione "Réseau des fleurons",

Misure	Val Lumnezia	Toggenburg	Anniviers	Pays d'Enhaut	Lake District	Valle Maira	Osttirol	Valle dei Mocheni	Colline metallifere	Val de Travers
Direzione/animazione operazionale	Generazione/creazione di progetti	Concepimento ed accompagnamento di progetti pubblici e privati	SEREC	Animazione regionale (rete, accesso ai finanziamenti, competenze, marchio)	Lake District Planning Board	Comunità Montana, Associazione Amici del RocceRé	Regionalmanagement Osttirol	Istituto culturale Mocheno Cimbro	Consorzio del Parco Tecnologico e Archeologico delle Colline Metallifere	Incaricato assunto della Associazione "Réseau des fleurons", assenzio
Sponsor privati	Pro Natura, Fondo per il paesaggio, Lotteria,			Parmigiani (Festival internazionale delle Mongolfiere) COOP (festival "Au Pays des Enfants")						
Organizzazioni di aiuto	Pro Natura, Fondo per il paesaggio, Lotteria,									
Fondo di promovimento regionale		Piccoli progetti, "seed money"		Fondo regionale d'incoraggiamento all'economia (finanziamento dei comuni)						
Messa in rete delle forze ed attrazioni regionali		Zone edificabili	Scuola, agricoltura, turismo	Imprese, associazioni agricole, turistiche e culturali, salute, popolazione interessata	Lake District National Park Partnership (18 org.)	Percorsi occitani	Associazione di sviluppo regionale, turismo, ufficio per la promozione economica.		Parco Tecnologico e Archeologico	Associazione "Réseau des fleurons", assenzio

Misure	Val Lumnezia	Toggenburg	Anniviers	Pays d'Enhaut	Lake District	Valle Maira	Osttirol	Valle dei Mocheni	Colline metallifere	Val de Travers
Partecipazione a reti sovra regionali, nazionali ed internazionali	Alleanza delle Alpi, SAB	Gruppo svizzero per le regioni di montagna (SAB) Conferenza delle Regioni (CdR)		Alpi vodesi, Golden Pass (MOB, Montreux - Lucerna), Parco naturale regionale Gruyère Pays-d'Enhaut, Integrazione dei marchi regionali in marchi sovraregionali (p.es.Parco naturale regionale)		Grande Traversata delle Alpi, GTA			European and Global Geoparks Network (UNESCO)	Strada dell'assenzio (transfrontaliera)
Ambizione, coraggio, fortuna	Rapidità nell'osare, pazienza	Coaching da parte del Cantone e della Confederazione		Cooperativa dei produttori di formaggio d'alpe L'Etivaz AOP (fondata nel 1932)	Creazione del parco nazionale					
Marketing d'appropriazione	Consenso alla Pro Val Lumnezia, comunicazione dei successi			Comunicazione regolare, reti di cooperazione, approccio di pianificazione partecipativa						
Appoggio (coaching) ufficiale		Cantone, Confederazione (DEFR)	Cantone	Confederazione, Cantone (parco regionale)						RUN (cantone), NPR
Marketing delle personalità			Simon Epiney, anziano consigliere ai stati e presidente del comune fusionato	Bertrand Piccard, Mike Horn	Poeti del lago, Beatrix Potter, famiglia Campbell	Werner Bätzing (professore tedesco)		Percorso letterario Robert Musil		

4.2 Link diversi

- Valle Vigezzo - Valle dei Pittori - Magica Valle - Spazzacamini:

  http://it.wikipedia.org/wiki/Val_Vigezzo
  http://www.valvigezzo.com/
  http://www.cmvo.it/

- Valsesia - Freride Paradise - Walser - Ecomuseo diffuso

  http://www.alagna.it/
  http://it.wikipedia.org/wiki/Valsesia

- Valle delle chiese – Trentino

  http://www.visitchiese.it

- Grosses Walsertal (A) – Biospherenpark

  http://www.grosseswalsertal.at
  http://de.wikipedia.org/wiki/Gro%C3%9Fes_Walsertal

- Ernen (VS) – Musikdorf

  http://www.musikdorf.ch/

- St-Pierre-de-Clages - Village suisse du livre

  http://www.village-du-livre.ch/

- Valle Camonica - Distretto culturale UNESCO - Valle dei Segni

  http://www.vallecamonicacultura.it/valledeisegni.php

- Reti nazionali ed internazionali

  http://www.parchi-svizzeri.ch/
  http://whc.unesco.org/
  http://www.viaferrata.org
  http://parc-aventure.ch/
  http://fr.wikipedia.org/wiki/Sacri_Monti_du_Pi%C3%A9mont_et_de_Lombardie
  http://www.alpenallianz.org/it/?set_language=it
  http://www.bergsteigerdoerfer.at/

- UNESCO Welterbe Jungfrau-Aletsch

http://www.jungfraualetsch.ch/
http://www.myswissalps.ch/

- Metodologia
  http://www.businessmodelcanvas.it/bmc/strategia-oceano-blu.html
  http://www.manageronline.it/articoli/vedi/1394/strategia-oceano-blu-cose/

  http://www.partizipation.at/methoden.html

4.3 Letteratura aggiuntiva

Die unbewältigte Gegenwart als Zerfall einer traditionsträchtigen Alpenregion
Sozio-kulturelle und ökonomische Probleme der Valle Stura di Demonte (Piemont) und Perspektiven für ihre Zukunftsorientierung. Geographica bernensia P 17. Bern 1988. Was Bätzing zum Nachbartal schreibt, gilt weitgehend auch für das Valle Maira. Eignet sich sehr für eine vertiefte Auseinandersetzung mit der Gegend.

Potenzialarme Räume – Umgang mit ungenutzten Potenzialen, Instrumente und Erfahrungen in den Mitgliedsländern der Arbeitsgemeinschaft Alpenländer Arge Alp, Zürich, Mai 2008. http://www.argealp.org/presse-publikationen/studien/potentialarme-raeume

Welche Zukunft für strukturschwache, nicht-touristische Alpentäler?
Eine geographische Mikroanalyse des Neraissa-Tals in den Cottischen Alpen (Prov. Cuneo/Piemont/Italien) auf dem Hintergrund zunehmender Probleme im Beziehungsdreieck Wirtschaft-Gesellschaft-Umwelt im Alpenraum. Dissertation. Geographica bernensia P 21. Bern 1990 - Auf 15 Seiten seiner späten Dissertation schildert Bätzing, wie er die Gegend 1977/78 kennenlernte und vor allem, wie sich sein Blick im Lauf der Jahre veränderte.

The Master Plan for The Mining Park of The Colline Metallifere, Tuscany, Italy, Massimo Preite, in Sustainable Development Policies for Minor Deprived Urban Communities, Ventura P., Calderon E. J., Tiboni, M. (eds.), McGraw-Hill: Milano, capitolo 10.

Le sursaut local, Un destin commun pour Koutiala et ses environs (République du Mali), Capitalisation de dix ans d'expérience d'appui de la coopération suisse, Bureau de la coopération suisse à Bamako, Novembre 2012 (http://www.cooperation-suisse.admin.ch/mali/fr/Accueil/Programmes_pays/Developpement_Rural_et_Economies_Locales/ressources/resource_fr_216453.pdf).