



Comunità di Primiero
Provincia Autonoma di Trento

Piano Territoriale della Comunità di Primiero
Piano stralcio per il commercio

Relazione illustrativa

Febbraio 2015

Indice generale

1. Premesse.....	1
1.1. La legislazione della Provincia autonoma di Trento in materia di attività commerciale.....	1
1.1.1. Quadro legislativo e compiti della Comunità di Valle.....	1
1.1.2. Contenuti del Piano stralcio per il commercio.....	1
1.2. La formazione del PTC e gli altri strumenti di programmazione della Comunità.....	4
1.3. Il supporto della Valutazione Integrata Territoriale.....	6
1.4. La partecipazione degli addetti del settore e dei cittadini OST.....	7
2. Scambi e commerci a Primiero.....	8
2.1. Il dislivello economico di una valle di montagna.....	8
2.2. Scambi economici e qualità della vita.....	8
2.3. Commerci.....	9
2.4. Funzioni non prettamente economiche di scambi e commerci.....	10
3. Lo stato attuale.....	12
3.1. La struttura della domanda e dell'offerta commerciale.....	14
3.1.1. Lo stato attuale che emerge dalla VIT.....	14
3.1.2. Lo stato attuale descritto nel Documento Preliminare al PTC.....	24
3.2. Relazioni tra offerta commerciale e turismo.....	25
3.2.1. Lo stato attuale che emerge dalla VIT.....	25
3.2.2. Lo stato attuale descritto nel Documento Preliminare al PTC.....	35
3.3. Relazioni tra struttura distributiva commerciale ed assetto insediativo.....	35
3.3.1. Lo stato attuale che emerge dalla VIT.....	35
3.3.2. Lo stato attuale descritto nel Documento Preliminare al PTC.....	43
3.4. Relazioni tra ambiente, territorio, paesaggio e offerta commerciale.....	44
3.4.1. Lo stato attuale che emerge dalla VIT.....	44
3.4.2. Lo stato attuale descritto nel Documento Preliminare al PTC.....	52
3.5. La progettualità locale nel settore commerciale.....	52
3.5.1. Lo stato attuale che emerge dalla VIT.....	52
3.5.2. Lo stato attuale descritto nel Documento Preliminare al PTC.....	53
3.6. Le scale territoriali appropriate per obiettivi, strategie ed azioni.....	54
3.6.1. Criteri generali.....	54
3.6.2. Primiero nella scala extra-locale: provinciale, interregionale, nazionale e globale.....	54
3.6.3. Il sistema commerciale a scala dell'organismo territoriale di Primiero.....	56
3.6.4. Gli ambiti territoriali e la loro organizzazione interna.....	59
4. Obiettivi e linee di indirizzo per il commercio.....	65
4.1. Le indicazioni degli studi esistenti.....	65
4.1.1. Il Documento preliminare al PTC.....	65
4.1.2. Il Piano Sociale di Comunità.....	69
4.1.3. Il progetto Alimentare Primiero.....	71
4.1.4. La Valutazione Integrata Territoriale.....	73
4.1.5. L'Open Space Technology.....	73
4.2. Le proposte e indicazioni di piano.....	77

1. Premesse

1.1. La legislazione della Provincia autonoma di Trento in materia di attività commerciale

1.1.1. Quadro legislativo e compiti della Comunità di Valle

Con l'emanazione della L.P. 30 luglio 2010 n. 17, *Disciplina dell'attività commerciale* (d'ora in poi denominata *legge sul commercio*) Provincia autonoma di Trento ha assegnato alle Comunità di valle l'obbligo di conformare la pianificazione territoriale ai *criteri di programmazione urbanistica* stabiliti a seguito da quanto previsto dall'art. 13 e, più nello specifico e con effetti urbanistici cogenti, quello di individuazione di *grandi strutture di vendita* (art. 11).

Con deliberazione n. 1339 dell'1 luglio 2013 la Giunta provinciale ha approvato i *Criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale* previsti dall'articolo 13 della legge sul commercio. Tali *Criteri* sono stati, in seguito, modificati con deliberazione con la deliberazione della Giunta provinciale n. 678 del 9 maggio 2014.

In particolare, il comma 3 dell'articolo 13 della *legge sul commercio* prevede l'obbligo, da parte delle Comunità di valle a ad adottare (entro dodici mesi dall'approvazione dai *Criteri*, termine poi prorogato) varianti di adeguamento del Piano Territoriale di Comunità (d'ora in poi PTC) ai disposti della legge stessa e a localizzare le *grandi strutture di vendita*.

Con l'approvazione dei Criteri (punto 10. Disposizioni transitorie, in seguito rinumerato punto 11) l'obbligo a variare i piani in essere è stato esteso nel senso che “*le comunità [...] nell'esercizio delle loro funzioni di pianificazione territoriale, si conformano ai criteri di programmazione urbanistica stabiliti da questa deliberazione, adottando le varianti di adeguamento, anche mediante specifici piani stralcio del PTC secondo la procedura prevista dall'articolo 25 bis della legge urbanistica provinciale*”.

A partire da questa disposizione, la Comunità di valle ha pertanto l'obbligo di formare e adottare, entro i termini di legge, un *Piano stralcio per il commercio* (d'ora in poi PSC) per il proprio territorio, anche nel caso non fosse ancora adottato o approvati il PTC.

1.1.2. Contenuti del Piano stralcio per il commercio

Il punto 10 (ora punto 11) dei *Criteri* stabilisce l'immediata applicabilità e la prevalenza su strumenti di pianificazione territoriale esistenti per una serie di disposizioni riguardanti:

- a) l'insediamento di esercizi commerciali (di qualsiasi dimensione) negli insediamenti storici;
- b) l'insediamento di esercizi di vicinato all'esterno degli insediamenti storici;
- c) l'insediamento delle medie strutture di vendita all'esterno degli insediamenti storici;
- d) l'ampliamento di strutture di vendita esistenti (di qualsiasi dimensione);
- e) l'insediamento di attività ed esercizi commerciali nelle aree produttive del settore secondario;
- f) l'insediamento del commercio all'ingrosso.

Ciò premesso, i *Criteri* definiscono nello specifico le competenze in capo alla Comunità di valle ed i contenuti del *PSC*, riprendendo in ciò anche i disposti dell'art. 32 comma 1 e 3 delle *Norme di attuazione del Piano urbanistico provinciale* (d'ora in poi *PUP*) e quelli dell'art. 21 comma 3, lettera j della *legge urbanistica* (L.P. n. 1 del 4 marzo 2008).

Tali contenuti si possono suddividere in due gruppi, a seconda se rivestano carattere di cogenza urbanistica oppure si costituiscano come indirizzi strategici per le pianificazioni subordinate o per la definizione di politiche locali.

Le comunità provvedono, attraverso il *PSC* in quanto stralcio anticipato del *PTC* e con effetti cogenti:

A. alla localizzazione delle grandi strutture commerciali di vendita al dettaglio.¹ Il *PSC* individua pertanto le aree anche mediante la definizione delle relative regole insediative e degli indici edilizi di riferimento. In seguito all'approvazione del *PTC* la localizzazione determina l'effetto conformativo delle relative previsioni, anche in deroga alle previsioni, vigenti ed adottate, dei *PRG* dei comuni interessati.

La localizzazione si basa sull'approfondimento di scenari territoriali del commercio e, fatti salvi i vincoli e la disciplina specifica stabiliti dal *PUP* e le linee strategiche emerse dalla metodologia di *valutazione integrata territoriale* (d'ora in poi *VIT*), le Comunità provvedono, previa intesa con il Comune interessato, alla localizzazione delle aree destinate all'insediamento di grande superfici di vendita al dettaglio mediante il *PTC*.

Nella localizzazione le Comunità assicurano il rispetto dei vincoli e del quadro di riferimento del *PUP*, garantendone la coerenza con la relativa disciplina ed evidenziando nell'ambito della *valutazione strategica* gli elementi di approfondimento.

Ai fini della localizzazione le Comunità considerano i seguenti criteri:

- a) miglioramento della competitività della distribuzione commerciale in particolare negli insediamenti storici;
- b) priorità all'utilizzo di insediamenti esistenti, possibilmente già destinati ad aree commerciali, già infrastrutturate, in modo da ammodernare e riqualificare il patrimonio edilizio esistente e ridurre ulteriore consumo di suolo non edificato;
- c) priorità al mantenimento di previsioni vigenti dei *PRG* concernenti l'individuazione delle aree destinate all'insediamento delle grandi strutture di vendita;
- d) posizione defilata rispetto alle principali visuali panoramiche e, in generale, coerenza i contenuti e le regole definiti dalla carta del paesaggio del *PTC*, redatta secondo le linee guida di cui all'articolo 6, comma 3 delle norme del *PUP*;
- e) considerazione dei criteri previsti dall'articolo 63 della legge urbanistica provinciale, con riferimento alla tutela dagli inquinamenti, alla sicurezza del territorio e all'igiene;
- f) integrazione degli insediamenti commerciali con servizi pubblici o di interesse collettivo nonché con altre attività economiche per la qualificazione e la diversificazione dell'offerta;

1 Le specifiche alla presente lettera sintetizzano i disposti di cui ai *Criteri*, pp. 1, 10, 18-19, 25.

- g) facile accesso rispetto al bacino d'utenza, anche con riferimento alla mobilità ciclo-pedonale, e prossimità alle principali vie di comunicazione e di trasporto pubblico;
- h) facilità di infrastrutturazione dell'area per la realizzazione di idoneo collegamento alla viabilità principale e per la necessaria dotazione di parcheggi.

Anche le zone produttive con carattere multifunzionale possono essere individuate dal PTC come compatibili all'insediamento delle grandi strutture di vendita con le medesime procedure di localizzazione delle nuove aree.

B. alla localizzazione delle aree da destinare

all'insediamento del commercio all'ingrosso, nel rispetto dei vincoli del PUP, secondo i seguenti criteri:

- a) il commercio all'ingrosso è in generale una attività compatibile con le zone individuate al fine dell'insediamento del commercio al dettaglio qualora esercitato congiuntamente con il commercio al dettaglio stesso;
- b) l'individuazione di aree da destinare al commercio all'ingrosso deve considerare la presenza di infrastrutture di collegamento e dei servizi complementari richiesti, la compatibilità sotto il profilo della tutela ambientale e paesaggistica con i contesti insediati;
- c) l'esclusione delle aree destinate prevalentemente alla residenza dall'insediamento di attività di commercio all'ingrosso relativo a merci ingombranti e che comportano afflussi e movimentazione di mezzi anche pesanti.

Ove la Comunità non intenda provvedere direttamente alla localizzazione del commercio all'ingrosso, può stabilire indirizzi e criteri generali per la predetta localizzazione da parte dei PRG.²

I PTC provvedono inoltre, pur se con effetti non immediatamente cogenti³:

A. a specificare e integrare i criteri di programmazione commerciale;

B. alla promozione di misure di carattere urbanistico atte a migliorare la competitività della distribuzione commerciale negli insediamenti storici. Ciò deve avvenire favorendo al contempo anche il razionale orientamento verso determinati segmenti di domanda. In questa prospettiva, il centro storico va pensato come parte del "sistema territoriale di offerta commerciale", in cui competitività e funzionalità delle attività commerciali dipendono dalle condizioni che lo caratterizzano; attraverso l'azione su queste condizioni che si differenzia l'offerta delle aziende commerciali dei centri storici rispetto ad altre modalità di offerta e si creano elementi di valore, orientando l'insediamento verso segmenti di domanda più idonei;

C. a incentivare la riqualificazione dei centri storici dei Comuni, anche di dimensioni minori, orientata alla rivitalizzazione delle aree commerciali, anche attraverso il sostegno agli investimenti necessari;

D. a favorire modalità di connessione fra attività commerciali e offerta turistica con una strategia di sviluppo territoriale che tenga conto della connessione tra attività commerciali e strutture per il tempo libero, legate in particolare all'offerta turistica.

² Le specifiche alla presente lettera sintetizzano i disposti di cui ai *Criteri*, p. 26.

³ Le specifiche di seguito elencate sintetizzano i disposti di cui ai *Criteri*, pp. 1-2 e 10-11.

E. a porre attenzione alla localizzazione ottimale delle strutture commerciali rispetto al territorio della comunità, tenendo conto dell'integrazione con le infrastrutture di collegamento e con i servizi complementari. L'utilizzazione non ottimale degli spazi a causa della piccola dimensione dei Comuni, con interessi non sempre coerenti, e con la conseguente difficoltà di attuare una politica integrata, va superata prevedendo l'equa distribuzione dei vantaggi e degli svantaggi tra le diverse aree coinvolte. I PTC sono chiamati ad approfondire tale integrazione, in modo da favorire le potenziali externalità positive, verificando in particolare che siano assicurate la razionalità della localizzazione rispetto al territorio della Comunità, la vicinanza ai nodi di scambio della rete stradale e ferroviaria, la capacità delle reti infrastrutturali, la vicinanza e le condizioni di accesso agli insediamenti urbani.

F. a contenere l'impiego di nuovi suoli mediante la riconversione di aree dismesse: il tema, sottolineato dal PUP in materia di localizzazione dei complessi produttivi, si pone come prioritario in sede di PTC per affrontare la pianificazione degli insediamenti commerciali e l'adozione di scelte che agiscano da motore di nuovo sviluppo territoriale. (p. 11)

1.2. La formazione del PTC e gli altri strumenti di programmazione della Comunità

Il processo di formazione del PTC ha preso formalmente avvio con l'approvazione da parte dell'Assemblea della Comunità della *Proposta di documento preliminare di indirizzi al Piano territoriale della Comunità di Primiero* (deliberazione n. 25 del 14 luglio 2011).⁴

A questa approvazione sono seguite l'istituzione e l'attivazione del Tavolo di confronto e consultazione avvenute con le deliberazioni dell'Assemblea della Comunità nn. 28 e 29 del 14 luglio 2014. La composizione definitiva del Tavolo è stata sancita dalla deliberazione della Giunta della Comunità n. 162 del 14 dicembre 2011. I lavori del Tavolo si sono svolti in 11 incontri di lavoro, una giornata formativa e tre sedute conclusive svoltisi tra il 25 gennaio 2012 e il 12 dicembre 2012. Esito di quest'ultimo incontro è stato il *Documento di sintesi del Tavolo di confronto e consultazione per la formazione del Piano Territoriale di Comunità* consegnato all'amministrazione.

Dopo la consegna del *Documento di sintesi* l'Ufficio Tecnico della Comunità, d'intesa con l'assessore di riferimento, ha provveduto alla formulazione del *Documento preliminare per la formazione del Piano Territoriale della Comunità di Primiero. Visioni, strategie e azioni per un futuro sostenibile* che si è conclusa nel marzo 2014. Il *Documento preliminare* è accompagnato da tre allegati:

Allegato I – Ambiente, territorio e società a Primiero, datato marzo 2014;

Allegato II – Documento preliminare – Elaborati paesaggistici, datati luglio 2013;

Allegato III - Documento di sintesi del Tavolo di confronto e consultazione per la formazione del Piano Territoriale di Comunità, datato dicembre 2012;

Al *Documento preliminare* si affianca anche l'esito della Valutazione Ambientale Strategica costituito dallo *Schema di rapporto ambientale per il Documento preliminare al Piano Territoriale della Comunità di Primiero*, datato luglio 2014.

Sottoposto alla valutazione dei Comuni attraverso la Conferenza dei Sindaci, il Documento preliminare è stato adottato dall'Assemblea della Comunità con deliberazione n. 14 del 19 maggio

⁴ Si espone qui in estrema sintesi il prosecco di attuazione del PTC svoltosi a Primiero. Per una più ampia illustrazione dello stesso, si veda: Comunità di Primiero, *Schema di rapporto ambientale per il Documento preliminare al Piano Territoriale della Comunità di Primiero*, luglio 2014, pp. 2-7.

2014.

Nell'ambito delle competenze attribuitele, la Comunità di Primiero ha anche provveduto alla formazione del *Piano sociale della Comunità di Primiero*, approvato con deliberazione dell'Assemblea n. 9 del 2 aprile 2012. I temi del *Piano sociale* inerenti questioni comuni al PTC sono stati condivisi dal Tavolo di confronto e consultazione anche attraverso specifici incontri congiunti con il Tavolo territoriale sociale. I contenuti specifici sono formulati in termini sia di bisogni (informativi, di occupazione e formazione, assistenziali, di integrazione e in formazione tra servizi, di prevenzione e informazione, abitativi, di mobilità), sia di piano attuativo inerente i bisogni socio-assistenziali, socio-sanitari e sociali.⁵

Il *Piano sociale* ha subito un primo aggiornamento con deliberazione dell'Assemblea della Comunità n. 13 del 19 maggio 2014. La struttura del *Piano sociale* è stata reimpostata con una differente suddivisione delle aree di intervento e su questa nuova base è stato riformulato il *Piano attuativo 2014-2015*.⁶ In particolare, sono individuati alcuni obiettivi, con relative azioni proposte, che possono orientare azioni inerenti le tematiche affrontate dal PSC:

- a) migliorare l'informazione tra le risorse (tra servizi, istituzioni, realtà associative e tra le diverse organizzazioni;
- b) dare avvio al *Distretto amico della famiglia*;
- c) sviluppare cultura dell'accoglienza, vivibilità, legalità e condizioni per la sicurezza;
- d) mantenere e migliorare le opportunità di lavoro offerte sul territorio, con particolare attenzione alle fasce deboli del mercato (donne, giovani, soggetti con fragilità);
- e) migliorare e riorganizzare la mobilità interna con una visione di sistema per favorire l'accesso ai servizi di prossimità dislocati sul territorio.

Le specifiche azioni proposte in relazione a questi obiettivi sono integrate nella stesura della proposta di PSC come qui illustrata al successivo capitolo 4 e in particolare al paragrafo 4.1.2 e nella tabella *Azioni inerenti il commercio definite dal Piano Sociale di Comunità*.

Con deliberazione n. 83 del 3 luglio 2013 la Giunta della Comunità ha approvato il progetto *Alimentare Primiero: ricerca intervento per la valorizzazione delle produzioni e dei consumi alimentari locali*. Il progetto propone una dettagliata analisi del settore agroalimentare locale per giungere alla formulazione di 33 *Progetti di sviluppo* per la valorizzazione del prodotto locale e il miglioramento dell'alimentazione.⁷ Le proposte sono articolate in 11 Azioni di miglioramento di processi e prodotti, 9 Azioni di promozione del prodotto locale, 5 Interventi organizzativi, imprenditoriali e strutturali e 8 Azioni di informazione, formazione e ricerca. Tra questi progetti, alcuni risultano direttamente pertinenti il tema commerciale, mentre molti altri sono inerenti due

5 Comunità di Primiero, *Piano Sociale della Comunità di Primiero*, aprile 2012, rispettivamente alle pp. 117-136, 144-156.

6 Comunità di Primiero, *Aggiornamento del Piano Sociale della Comunità di Primiero*, maggio 2014, pp. 59-63.

7 Bruno Turra, *Alimentare Primiero: una ricerca per la valorizzazione del prodotto locale. Rapporto conclusivo*, luglio 2013: *Parte A – Costellazioni alimentari, Parte B – Progetti di sviluppo, Parte C- Allegati*.

tematiche connesse: quella dell'offerta turistica e quella delle produzioni locali e tipiche.⁸ Dato il carattere di azioni di tutti questi progetti, se ne tiene debito conto nella stesura della proposta di PSC come qui illustrata al successivo capitolo 4 e in particolare al paragrafo 4.1.3 e nella tabella *Azioni inerenti il commercio definite dal progetto Alimentare Primiero*.

1.3. Il supporto della Valutazione Integrata Territoriale

Quale supporto per la formazione del PSC, il 24 novembre 2014 è stato inviato da parte di Trentino Sviluppo spa il documento “Applicazione dei criteri della metodologia di Valutazione Integrata Territoriale nei comuni delle Comunità di Valle del Trentino – Rapporto finale di ricerca – Comunità di Primiero” (n. prot. 7876 del 24 novembre 2014). Il documento, curato dal Dipartimento Interateneo di Scienze, Progetto e Politiche del Territorio (DIST) del Politecnico di Torino sotto la responsabilità scientifica della prof.ssa Grazia Brunetta, è datato 10 novembre 2014 e viene riportato in allegato alla presente relazione.

Esso comprende due sezioni: una prima parte analitica ed una seconda di proposizione di obiettivi ed azioni per lo sviluppo del commercio.

Nella prima viene calcolata una serie di indicatori volti a valutare non solamente l'offerta commerciale ma anche le sue relazioni con gli altri settori secondo cinque temi:

- a) la struttura distributiva dell'offerta commerciale
- b) il turismo
- c) l'assetto insediativo
- d) l'ecosistema/paesaggio
- e) la progettualità locale, vale a dire la capacità imprenditoriale di valorizzare l'offerta locale.

Al termine dell'esposizione dei singoli indicatori in ciascun tema viene data una valutazione complessiva dei punti di forza e debolezza degli ambiti per mezzo di un'analisi multicriteriale; i risultati vengono infine sintetizzati in una tabella riassuntiva dei temi nella quale si evidenzia come, nella maggior parte dei comuni, gli elementi di debolezza siano prevalenti.

La seconda parte della VIT traccia alcune linee di indirizzo per lo sviluppo del commercio, assumendo come obiettivo generale quello di *“valorizzare l'identità paesaggistica del sistema territoriale progettando politiche commerciali integrate di valorizzazione e sviluppo”*.

La metodologia utilizzata nella prima parte della VIT è parzialmente ripresa nel capitolo 3 del presente documento per la descrizione dello stato attuale, mentre gli scenari delineati nella seconda parte costituiscono un punto di partenza per l'elaborazione delle strategie commerciali individuate al

8 *Alimentare Primiero, cit. Parte B*. Si possono considerare direttamente pertinenti l'organizzazione e l'offerta commerciale i seguenti progetti:

n. 10 Valorizzazione dell'acqua delle Dolomiti

n. 12 Catalogo dei prodotti e dei produttori del Primiero Vanoi

n. 13 Il calendario della produzione locale

n. 16 Il marchio dei prodotti del territorio Primiero Vanoi

n. 18 Razionalizzazione della comunicazione in internet sul prodotto locale

n. 20 Miglioramento dell'esposizione dei prodotti nei punti vendita

n. 30 Formazione del personale di contatto delle strutture commerciali ed alberghiere

n. 33 Valorizzazione del prodotto e della produzione locale tramite i media.

capitolo 4.

1.4. La partecipazione degli addetti del settore e dei cittadini OST

Al fine di assumere nella redazione del PSC indicazioni dirette da parte degli operatori del commercio e della cittadinanza di Primiero, la Comunità ha organizzato nella giornata di domenica 25 gennaio 2015 una *Open Space Technology* (OST) dal titolo *Quale commercio a Primiero?*

Hanno preso parte alla giornata di lavoro 43 persone che hanno dato vita a 10 gruppi di lavoro su altrettante tematiche proposte dai partecipanti. Ciascun gruppo di lavoro si è chiuso con la redazione di un report che fornisce, per il tema trattato, una descrizione dello stato di fatto (criticità e potenzialità), gli obiettivi della proposta con le eventuali priorità ed alcune future azioni concrete, specificando i destinatari ed i soggetti da coinvolgere. Gli esiti dell'OST sono illustrati in dettaglio nel *Report istantaneo* allegato alla presente Relazione come sua parte integrante.

Delle azioni proposte si tiene debito conto nella stesura della proposta di PSC come qui illustrata al successivo capitolo 4 e in particolare al paragrafo 4.1.4 e nella tabella *Azioni inerenti il commercio definite dall'Open Space Technology*.

2. Scambi e commerci a Primiero

2.1. Il dislivello economico di una valle di montagna

Come molte vallate di montagna, Primiero è cronicamente in una posizione di deficit, alimentare ma anche di altri tipi di risorse, rispetto ai bisogni della propria popolazione. Un dislivello storico con cui Primiero si deve tutt'oggi misurare e che non è pensabile si annullerà nel prossimo futuro. Un tratto peculiare che deriva alla nostra realtà da fattori naturali (posizione geografica, orografia, clima, risorse disponibili), ma che è di certo influenzato da altri fattori quali l'assetto politico istituzionale e il mutevole quadro economico nazionale e mondiale in cui si inserisce.

Il quadro delle carenze di risorse e servizi è immediatamente correlato al flusso quotidiano di merci e persone che entrano a Primiero attraverso le sue quattro “porte” geografiche: la stretta dello Schenèr a sud, verso il Feltrino e la Valsugana, ed i passi del Broccon, di Rolle e Cereda, rispettivamente aperti sulle contermini vallate del Tesino, di Fiemme e Fassa e dell'Agordino. Ciò colloca l'economia di Primiero in una peculiare posizione a cavallo tra provincia di Trento e regione Veneto e motiva anche un consistente turismo commerciale in uscita da Primiero verso poli commerciali esterni, collocati prevalentemente nel Veneto.

A questo mutevole quadro di importazione di merci si è contrapposto (e si contrappone tutt'oggi) un altrettanto mutevole export fondato su poche risorse tipiche delle valli di montagna: storicamente legno, erba e suoi derivati, minerali (per un breve secolo tra XVI e XVII secolo) ed oggi energia idroelettrica, attualmente la risorsa più rilevante in assoluto. Su questa trama di scambi si innestano le altre attività economiche, primo tra tutti il comparto turistico.

Nonostante una posizione geografica spesso considerata marginale e chiusa e, in certa misura, anche proprio a causa di essa, Primiero si trova al centro di un sistema di flussi di scambio di assoluto rilievo sia per la propria vita economica sia per i due sistemi regionali con i quali si rapporta. Questa posizione interregionale, così spiccatamente distinta dall'asse geografico dell'Adige, costituisce un tratto distintivo di Primiero rispetto alle altre valli del Trentino.

A questi flussi da e per l'esterno è direttamente connesso il sistema interno di distribuzione delle merci, sia su base prettamente commerciale sia secondo modalità di scambio non immediatamente riconducibili al commercio.

2.2. Scambi economici e qualità della vita

In adempimento a quanto richiesto dal *Documento Preliminare* per la formazione del PTC, il Piano stralcio per il commercio cercherà di inquadrare le proprie analisi e proposte entro una visione del commercio come parte organica, ma non esaustiva ed esclusiva, di un sistema di scambi di merci, servizi e tempo più ampio e vario, determinante in un approccio che mira al perseguimento del “benessere collettivo e individuale e la ricerca dell'equilibrio tra queste dimensioni”.

Il *Documento preliminare* elenca le seguenti politiche per il commercio che costituiscono, per il piano stralcio, un imprescindibile riferimento:

- a) Intercettare la domanda dei residenti che acquistano fuori valle, considerando e valorizzando a tal fine anche offerte alternative di intermediazione commerciale tra le quali, ad esempio, i GAS (gruppi di acquisto solidale) e gli scambi di filiera corta con i produttori locali.

- b) Tenere in debito conto la qualità abitativa e vivacità che è conferita agli insediamenti dalle piccole attività commerciali riconoscendo a queste proposte un valore di socializzazione, specie nelle realtà più periferiche..
- c) Verificare e valorizzare, alla giusta scala territoriale, la funzione del “centro commerciale naturale” di Fiera di Primiero.
- d) Creare le condizioni culturali e funzionali per favorire la collocazione commerciale dei prodotti locali o tipici anche all'esterno dell'ambito territoriale di Primiero.⁹

In altri termini, si vuole qui inquadrare il commercio in una cornice più ampia, con l'esplicito scopo di tener conto anche delle fondamentali funzioni di carattere socio-culturale che il settore può svolgere nella nostra specifica realtà. In questa prospettiva il commercio, modalità oggi largamente predominante nel campo degli scambi di merci, può costituire sia un'importante risorsa socio-economica sia, in taluni casi, una deriva che incentiva un eccesso di *consumo* di merci, di suoli e di risorse territoriali.

2.3. Commerci

Ai fini del presente lavoro, sembra pertanto opportuno evidenziare che ai caratteri peculiari base dell'attività commerciale se ne aggiungono altri di carattere per così dire “complementare”, che però assumono particolare rilevanza per Primiero.

In ordine alle sue finalità primarie, il commercio può essere descritto come un'attività volta a raggiungere due scopi principali:

- a) lo scambio sotto forma di compravendita di merci, attuato attraverso una o più intermediazioni da parte di un soggetto terzo rispetto al produttore ed il consumatore finale;
- b) la realizzazione, da parte di chi intermedia (il commerciante) di un utile d'impresa che giustifichi l'iniziativa commerciale.

L'intermediazione commerciale è caratterizzata da una pluralità e mutevolezza di modi, tanto da consigliare l'impiego del termine commercio al plurale. Tale molteplicità può essere, in via preliminare, ordinata secondo due grandi categorie.

Si possono considerare *attività commerciali convenzionali* (o perlomeno in tal modo intese ancora da gran parte dell'opinione pubblica) tutte quelle che si incentrano su un luogo fisico in cui si collocano le attività di offerta e vendita al dettaglio delle merci. In tutti questi casi, pur su dimensioni fisiche ed economiche molto differenziate, siamo in presenza di strutture edilizie o spazi reali (l'*hardware* indispensabile del commercio), con conseguenti ricadute dirette sull'assetto territoriale. Soprattutto ad esse fanno riferimento le definizioni di legge stabilite dai *Criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale* approvati con deliberazione della Giunta Provinciale 1339/2013.

Si possono invece strumentalmente definire *attività commerciali non convenzionali* quelle che,

⁹ Comunità di Primiero, *Documento preliminare per la formazione del Piano Territoriale di Comunità. Visioni, strategie e azioni per un futuro sostenibile*, Marzo 2014, p. 34.

Lo stesso documento individua (alle pp. 25-28) gli *Indirizzi strategici per il futuro della comunità di Primiero* dai quali si segnalano, in questa parte di relazione, i passaggi che motivano le politiche sopra citate e che costituiscono il nucleo essenziale di quanto qui più in dettaglio si descrive.

Altri riferimenti al tema commerciale sono rinvenibili, nel *Documento preliminare*, alle pp. 12, 15, 17, e 22-24, tenuto anche conto del versante di *servizio* che molte attività commerciali possono assumere nella nostra realtà.

svolgendosi in genere a scala sovralocale e non presupponendo un *hardware* in loco, non hanno ricadute dirette sull'assetto territoriale ma, ciononostante, hanno rilevante influsso anche sulla realtà di Primiero. Tra queste modalità sono già presenti e rilevanti il commercio elettronico ed i gruppi di acquisto solidale, ma ad essi si può anche assimilare, per certi versi, il cosiddetto *turismo commerciale*.

Appare evidente che il Piano stralcio non si può limitare alla trattazione e localizzazione del primo tipo di attività, ma deve anche tenere ben evidenti gli effetti crescenti e talora dirompenti di quelle del secondo tipo.

2.4. Funzioni non prettamente economiche di scambi e commerci

L'approccio auspicato dalle politiche elencate al precedente punto 2.2 suggerisce di mettere meglio a fuoco alcuni degli scopi del commercio che abbiamo definito “complementari”.

Come anche diverse altre attività di scambio, a molte attività o iniziative commerciali si possono riconoscere delle valenze di carattere socio-culturale utili per promuovere la qualità della vita e dell'abitare intese come “*benessere collettivo e individuale*” in corretto equilibrio. In diversi passaggi (che saranno più puntualmente evidenziati nel seguente capitolo 3) il *Documento preliminare* segnala il valore aggregativo e socializzante dei servizi, evidentemente inglobando in questa valutazione anche quella parte di “servizi” offerta dall'attività commerciale.

In termini generali di *qualità della vita* l'attività commerciale può dare apporti costruttivi in termini di:

- a) corretta informazione, educazione e trasmissione di saperi e conoscenze sia tradizionali che innovative;
- b) maturazione della consapevolezza dei limiti dello sviluppo e della necessità della loro gestione nella prospettiva di promuovere stili di vita sostenibili;
- c) costruzione e condivisione diffusa nella cittadinanza di una coscienza indipendente e matura sul rapporto tra bisogni ed aspirazioni e quello conseguente tra servizi e consumi;
- d) la nascita e lo sviluppo di reti sociali di relazione in rapporto a tematiche inerenti il soddisfacimento di esigenze collettive;
- e) la valorizzazione di produzioni che impiegando risorse e materiali locali, risolvano problemi locali applicando soluzioni locali e contenendo gli sprechi;
- f) il riconoscimento e la valorizzazione di attività di prossimità e di autoconsumo, commercialmente marginali ma importanti dal punto di vista della micro-economia familiare e della qualità della vita.

In termini più specifici di *qualità dell'abitare* la presenza di attività commerciali può dare un apporto alla corretta gestione di aspetti più specificamente territoriali quali:

- a) la cura e il potenziamento dei luoghi urbani d'incontro e socializzazione anche attraverso la promozione di luoghi economici di prossimità;
- b) il rafforzamento del ruolo dei centri storici nel contesto della razionale e complementare collocazione delle attività e delle attrezzature commerciali e di servizio;

- c) la riqualificazione delle aree di recente espansione, in genere sguarnite di spazi aggregativi e di relazione;
- d) l'attento bilanciamento delle esigenze di razionalizzazione dei servizi e delle attrezzature anche commerciali con il necessario presidio degli insediamenti minori e periferici;
- e) il contenimento del consumo di suolo quale coerente sinergia con una più vasta consapevolezza della necessità di gestione dei limiti dello sviluppo e di uso appropriato delle risorse territoriali e del riuso del patrimonio edilizio ed insediativo esistente.

3. Lo stato attuale

Si propone in questo capitolo un'analisi dello stato attuale dell'offerta commerciale in Primiero in un contesto più generale di interrelazione con gli altri settori, non soltanto economici. La struttura dell'analisi riprende quella della prima parte della Valutazione Integrata Territoriale (VIT) del Politecnico di Torino citata nel paragrafo 1.3. Essa fornisce un buon approccio metodologico ed un solido impianto teorico, ma la valutazione della situazione commerciale locale che viene illustrata in tale documento presenta un aspetto critico: il set di indicatori scelto, essendo applicato allo stesso modo per l'analisi di tutte le realtà della Provincia di Trento, in alcune parti si rivela inadeguato per descrivere alcune peculiarità locali. In termini generali, per Primiero si rileva infatti che:

- la suddivisione per comuni amministrativi non rispecchia le gerarchie dei nuclei urbani, per la cui comprensione è necessario operare su scale territoriali diverse, come è stato sottolineato nel Documento Preliminare al Piano Territoriale della Comunità di Primiero. Particolarmente problematica è la situazione di San Martino di Castrozza, che in quest'analisi non emerge come nucleo urbano proprio ma altera significativamente i valori dei comuni cui appartiene, Siror e Tonadico;
- gli indicatori, tutti normalizzati alla scala della Comunità di Valle, da un lato sono necessari in questa forma per valutare la distribuzione interna dei fenomeni, ma dall'altro non tengono conto della rilevanza in termini assoluti del fenomeno, né consentono di confrontare quel che accade in Primiero con realtà analoghe al di fuori di esso;
- non sono presenti indicatori che permettono di valutare le connessioni con l'esterno, che soprattutto nel settore commerciale sono forti in Primiero, in particolare nei confronti degli ambiti contigui della regione Veneto;
- alcuni indicatori misurano fenomeni significativi a livello macroregionale, ma si prestano male a qualificare l'offerta locale: un esempio è dato dall'indicatore B.08 “Consistenza piste ciclabili”, che cattura una tendenza rilevante nel turismo regionale ma è poco pertinente nell'ambito di Primiero, isolato dai circuiti ciclistici di lunga percorrenza e limitato nello sviluppo chilometrico dell'unica pista locale;
- la costruzione di alcuni indicatori è vanificata dalle dinamiche locali: ad esempio il consumo di suolo normalizzato a scala locale perde di significato per la presenza di Fiera, la cui superficie urbana coincide interamente con quella comunale sfalsando così la media per gli altri comuni;
- viene sottovalutata la temporalità delle attività commerciali: sebbene gli indicatori B.04 e B.05 (tasso di turisticità estiva ed invernale) prendano in considerazione il problema della stagionalità, in generale viene sottovalutato l'impatto che la connessione tra offerta commerciale e turismo fortemente stagionalizzato ha sul ruolo del commercio come servizio alla popolazione locale;
- il tema della progettualità locale non appare ben qualificato dalla scelta dei due indicatori E.01 “Botteghe storiche” ed E.02 “Iniziative di valorizzazione integrata commercio-turismo”, poco significativi allo scopo.

Accanto a questi rilievi specifici per la realtà di Primiero, desta qualche perplessità di carattere metodologico la costruzione di alcuni indicatori, in particolare la scelta della scala su cui vengono

normalizzati. Si tratta in particolare di quelli più strettamente legati all'assetto insediativo, quali C.03 "Dotazione infrastrutturale" o A.02 "Vocazione commerciale": per il primo, misurare le lunghezze assolute della viabilità senza normalizzare sulla superficie comunale porta porta all'errata conclusione che la migliore dotazione infrastrutturale sia nei comuni a maggior superficie, mentre sarebbe più corretto parlare di densità della rete infrastrutturale; per il secondo, una normalizzazione basata sulla superficie urbana invece che sull'intera superficie territoriale totale darebbe un quadro più preciso della dotazione commerciale dei nuclei abitati. Oggetto di riflessione poi può essere la misura della qualità paesaggistica in termini di invarianti presenti sulla superficie comunale, come se essi, in particolare quelli areali quali le Dolomiti UNESCO, non contribuiscano alla qualità paesaggistica dei comuni limitrofi, dai quali sono pur visibili; o il trattamento omogeneo degli indicatori di valore ambientale, pressione antropica e rischio idrogeologico in una medesima categoria. Si rimanda ai paragrafi successivi per un'analisi più dettagliata dei singoli indicatori e delle eventuali criticità che ne emergono.

Per questi motivi si ritiene utile riformulare parzialmente l'analisi VIT, pur mantenendone l'assetto metodologico di fondo. Di seguito si propone quindi un riesame dei singoli indicatori per cercare di renderli più adatti alla descrizione della realtà locale. Lo schema adottato segue quello proposto nel citato Rapporto finale della VIT. Ogni indicatore, tuttavia, viene presentato con un'introduzione di carattere descrittivo per qualificarne lo scopo e la validità; al calcolo di ciascun indicatore segue un commento relativo al suo significato nella descrizione della realtà locale. Quanto proposto può risultare più debole dal punto di vista matematico rispetto agli indicatori originali (ad esempio viene meno l'omogeneità di tutti gli indicatori alla medesima scala territoriale), ma si ritiene che, per lo meno per una descrizione iniziale della situazione attuale, risponda meglio all'esigenza di caratterizzare la situazione commerciale locale ed il contesto in cui si colloca.

La descrizione che segue riprende la suddivisione nei cinque temi proposti dalla VIT. Al ricalcolo degli indicatori segue, a completamento del quadro per ciascun tema, un estratto delle analisi svolte nel Documento Preliminare al Piano Territoriale inerenti il medesimo tema. Non viene invece riproposta l'analisi multicriteriale degli indicatori ritenendo sufficiente, per delineare i punti di forza e debolezza della situazione, la parte descrittiva di dettaglio espressa a corredo dei singoli indicatori.

La suddivisione territoriale adottata nel ricalcolo degli indicatori è quella che viene definita "per ambiti", vale a dire in cinque zone corrispondenti agli ambiti urbani che più facilmente possono essere riconosciuti sul territorio per caratteri di relativa unitarietà:

- *Basso Primiero*: il territorio dei comuni di Imer e Mezzano compreso nell'asta del Cismon
- *Altro Primiero*: il nucleo urbano formato dai centri storici di Tonadico, Siror, Fiera, Transacqua e Pieve, ed il territorio di fondovalle che gravita direttamente su di essi;
- *San Martino di Castrozza e Rolle*: l'alta valle del Cismon con i suoi nuclei urbani, nonché la parte di territorio oltre il Passo Rolle;
- *Vanoi*: il bacino idrografico del torrente Vanoi, per lo più coincidente con il comune di Canal San Bovo ma che comprende anche la parte di territorio nella Val del Lozen che dal punto di vista catastale ricade nei comuni di Siror, Mezzano e Imer;
- *Sagron Mis*: l'alta valle del torrente Mis, che coincide con il territorio comunale di Sagron Mis.

3.1. La struttura della domanda e dell'offerta commerciale

3.1.1. Lo stato attuale che emerge dalla VIT

A.01 - Consistenza Commerciale

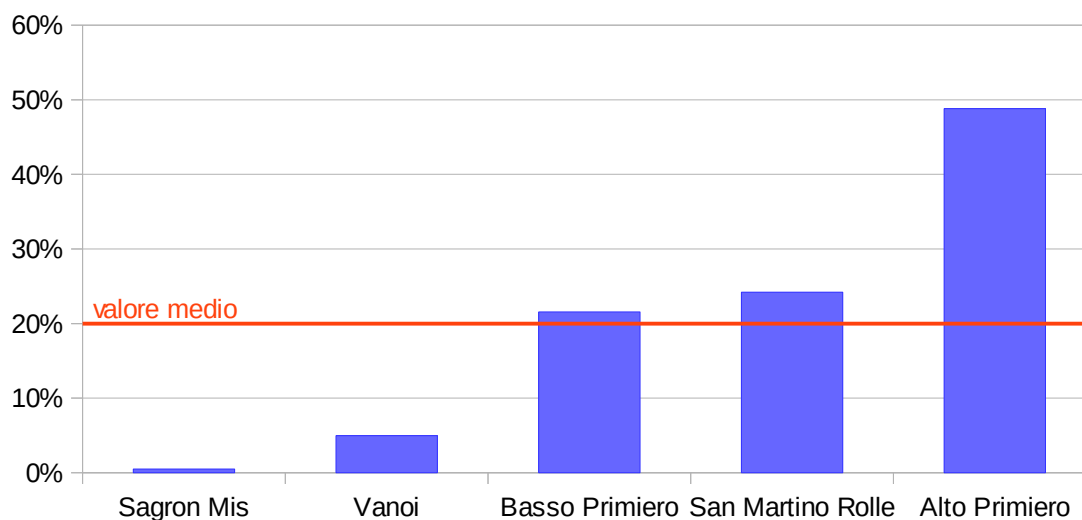
L'indicatore misura la superficie di vendita commerciale complessiva in ciascuno dei cinque ambiti in rapporto al totale della medesima superficie per l'intera Comunità di Valle. Dà quindi una misura di quanto ciascuna zona si qualifichi come polo commerciale all'interno dell'ambito della Comunità.

Si tratta di un indicatore generale, che non tiene conto della tipologia delle attività commerciali o della loro temporalità, il che ne limita la significatività nel definire la valenza di servizio nei confronti della popolazione locale; fornisce tuttavia una prima importante indicazione sulla localizzazione dei “luoghi del commercio” tradizionali.

Rispetto all'indicatore originale si opera qui una suddivisione per nuclei urbani invece che per comuni, secondo l'impostazione adottata nel PTC, al fine di fornire un quadro più coerente con l'assetto insediativo reale sul territorio.

Struttura	Criterio		
		zona	A.01 [%]
Superficie di vendita zona / Superficie di vendita CV	minimo	0,01	Sagron Mis
			0,50%
			Vanoi
			4,96%
	media	0,20	Basso Primiero
	massimo	0,49	San Martino Rolle
			24,18%
			Alto Primiero
			48,80%

A.01- Consistenza commerciale



Dati		
zona	sup. vendita [m²]	A.01 [%]
Sagron Mis	90	0,50
Vanoi	887	4,96
Basso Primiero	3859	21,56
San Martino Rolle	4328	24,18
Alto Primiero	8734	48,80
Comunità di Valle	17898	100,00

Il grafico rende evidente come, in termini di superfici commerciali, vi sia un netto squilibrio tra l'asta del Cismon e le valli laterali: nella prima la dotazione commerciale appare relativamente buona e non del tutto squilibrata, ferma restando la netta prevalenza del nucleo dell'Alto Primiero; molto più povera risulta la dotazione commerciale del Vanoi e di Sagron Mis.

A.02 -Vocazione Commerciale

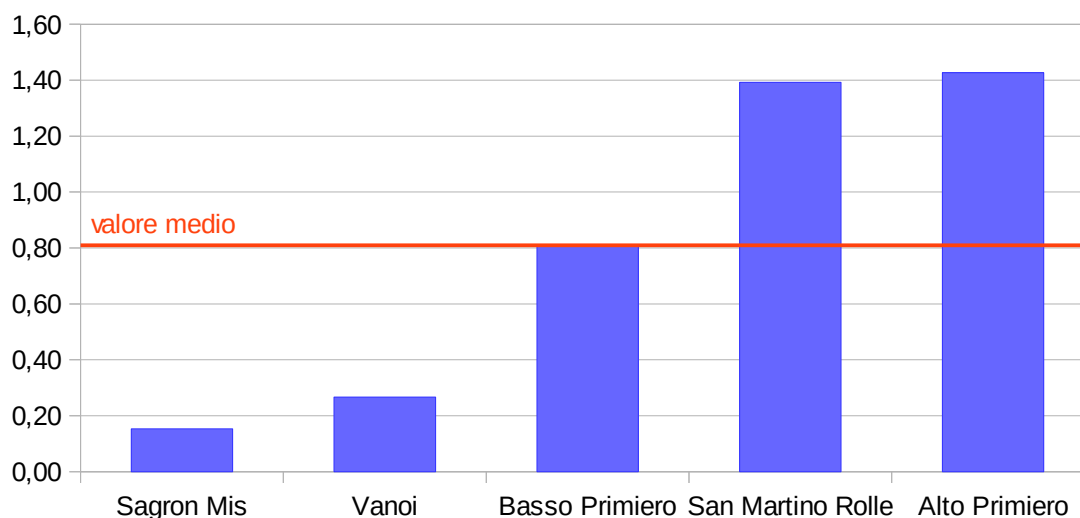
L'indicatore valuta se ciascun nucleo abitato abbia una superficie commerciale proporzionale all'importanza (quantificata per mezzo della superficie urbana) del nucleo medesimo.

L'indicatore originale viene falsato da due fattori. Il primo è l'uso della superficie amministrativa comunale in luogo della superficie urbana, che meglio si adatta a qualificare la funzione commerciale nei luoghi dove si colloca la maggior parte della popolazione residente. Il secondo è la normalizzazione sulla Comunità di Valle, dove il dato medio viene falsato dalle caratteristiche peculiari di Fiera di Primiero, il cui territorio comunale è interamente urbano e ad alta concentrazione commerciale, per cui i valori di tutti gli altri comuni risultano trascurabili.

Si propone quindi di modificare l'indicatore tenendo conto delle superfici urbane delle subaree: per tali dati si fa ricorso all'indagine descritta nell'allegato 1 del Documento Preliminare al Piano Territoriale, paragrafo 2.8.7, del quale si prendono in considerazione le superfici urbane al 2011. L'uso degli ambiti risolve anche il problema di scala legato alla presenza di Fiera di Primiero nella normalizzazione alla scala di valle, dal momento che il nuovo ambito in cui essa si trova, l'Alto Primiero, risulta complessivamente più equilibrato e proporzionato agli altri nuclei urbani.

Struttura	Criterio		
(Superficie di vendita zona / Superficie urbana zona) / (Superficie di vendita CV / Superficie urbana CV)	minimo	0,15	zona A.02 [-]
			Sagron Mis 0,15
	media	0,81	Vanoi 0,27
			Basso Primiero 0,81
	massimo	1,43	San Martino Rolle 1,39
			Alto Primiero 1,43

A.02- Vocazione commerciale



Dati			
zona	sup. vendita [m ²]	sup. urbana [ha]	A.02 [-]
Sagron Mis	90	14,09	0,15
Vanoi	887	79,72	0,27
Basso Primiero	3859	114,02	0,81
San Martino Rolle	4328	74,59	1,39
Alto Primiero	8734	146,89	1,43
Comunità di Valle	17898	429,30	1,00

I due ambiti dell'Alto Primiero e di San Martino – Rolle risultano sostanzialmente equivalenti per vocazione commerciale, pur essendo ben diverse le motivazioni che li connotano in questo modo: la vocazione commerciale di San Martino è, come si potrà vedere dagli indicatori successivi, essenzialmente legata al turismo, mentre per l'Alto Primiero la funzione turistica si lega a servizi di natura diversa. Occorre tuttavia notare che anche all'interno dell'Alto Primiero esiste una fortissima polarità costituita da Fiera di Primiero, cui fa fronte una vocazione commerciale piuttosto bassa per le altre componenti dell'ambito.

La vocazione commerciale del Basso Primiero è invece legata alla presenza di medie e grandi strutture di vendita a carattere misto, in parte inserite nel tessuto urbano in parte delocalizzate presso l'area produttiva delle Giare. Anche questo indicatore conferma la scarsa vocazione commerciale di Vanoi e Sagron Mis.

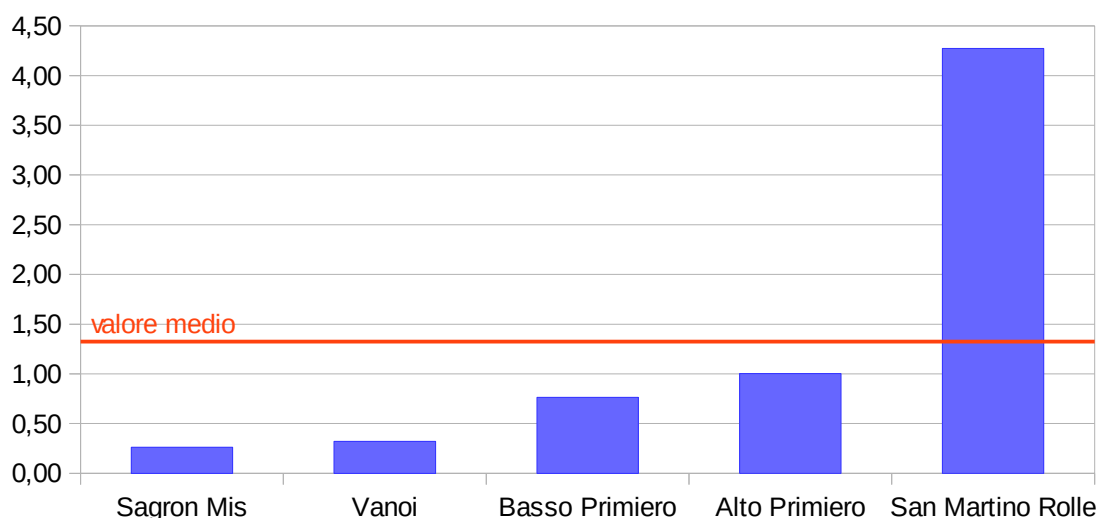
A.03 - Densità Commerciale

L'indicatore completa il quadro delineato dai due indicatori precedenti, rapportando le superficie di vendita al numero di abitanti. Esprime quindi un'altra misura della vocazione commerciale di ciascuna realtà, in questo caso non in termini urbanistici ma rispetto alla popolazione insediata.

Si ritiene l'indicatore utile nella sua forma originale, salvo riadattarlo agli ambiti urbani delineati nel Documento preliminare al PTC. Il dato sul numero di abitanti si riferisce agli anni 2013 per tutti i comuni, tranne per Tonadico per il quale, al fine di scorporare il dato relativo a San Martino, è disponibile solo il dato a fine 2014. Per il comune di Siror la popolazione nell'anno 2013 coincide con quella nel 2014.

Struttura	Criterio		
		zona	A.03 [-]
(Superficie di vendita zona / numero abitanti zona) / (Superficie di vendita CV / numero abitanti CV)	minimo	0,26	Sagron Mis
			0,26
	media	1,32	Vanoi
			0,32
	massimo	4,27	Basso Primiero
			0,76
			Alto Primiero
			1,00
			San Martino Rolle
			4,27

A.03 - Densità commerciale



Dati			
zona	sup. vendita [m ²]	abitanti [num]	A.03 [-]
Alto Primiero	8734	4864	1,00
Basso Primiero	3859	2831	0,76
Sagron Mis	90	193	0,26
San Martino Rolle	4328	570	4,24
Vanoi	887	1547	0,32
Comunità di Valle	17898	10005	1,00

L'indicatore riflette i risultati già delineati dagli indicatori A.01 ed A.02 ad eccezione di San Martino di Castrozza. Il suo dato risulta nettamente fuori scala e riflette il caso particolare di questo centro a vocazione turistica pressoché esclusiva: un basso numero di residenti a fronte di presenze turistiche molto più elevate che nel resto della valle (si vedano in proposito gli indicatori relativi al turismo), il che comporta il netto squilibrio tra il numero di residenti e la dotazione commerciale dimensionata e rivolta alle presenze turistiche. Il commercio si rivolge qui ad un target diverso che nel resto della valle, come ribadito dall'indicatore A.07 relativo alla specializzazione commerciale, ed in questo senso all'elevata densità commerciale può non corrispondere un altrettanto elevato livello di servizi per i residenti, in particolare al di fuori della stagione turistica.

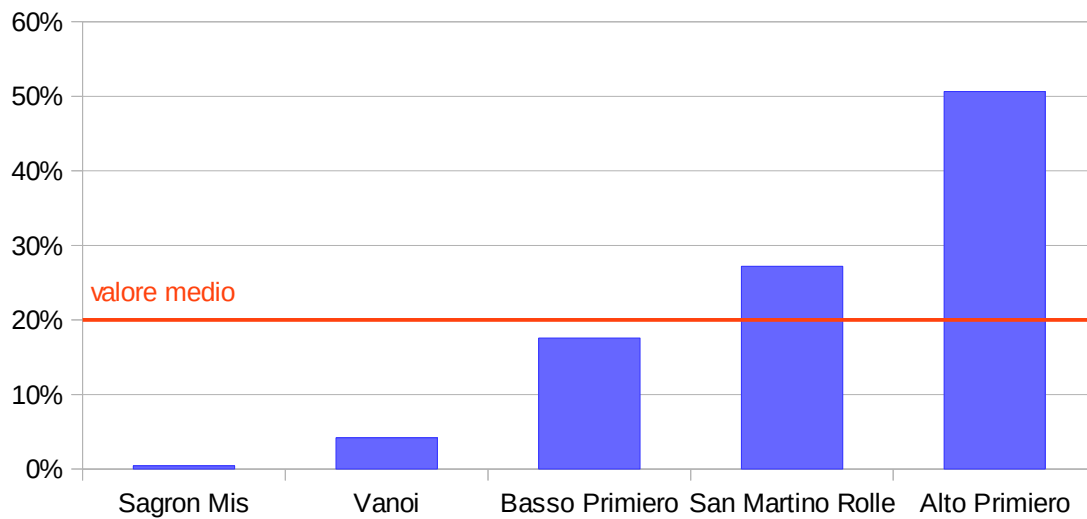
A.04 -Varietà di Formato – Incidenza Esercizi di Vicinato

L'indicatore, come il successivo, valuta la distribuzione all'interno della Comunità di Valle degli esercizi commerciali che ricadono nei diversi formati: in questo caso si tratta degli esercizi di vicinato, vale a dire quelli con superficie di vendita inferiore ai 150 m². Si tratta degli esercizi commerciali di dimensione inferiore, quelli che meglio possono essere ospitati all'interno dei centri storici, e che potenzialmente, a seconda della specializzazione, possono rivestire la funzione di presidio di base per le esigenze dei residenti o, viceversa, possono rappresentare la sede per la vendita di prodotti altamente specializzati e qualificati.

L'indicatore appare ben costruito nella sua forma originale, e viene qui riproposto ricalcolandolo secondo gli ambiti in luogo dei comuni.

Struttura		Criterio	
Numero esercizi di vicinato zona / Numero esercizi di vicinato CV	minimo 0,42% media 20,00% massimo 50,63%	zona	A.04 [%]
		Sagron Mis	0,42%
		Vanoi	4,18%
		Basso Primiero	17,57%
		San Martino Rolle	27,20%
		Alto Primiero	50,63%

A.04 - Varietà di formato - Incidenza esercizi di vicinato



Dati		
zona	numero EV [num]	A.04 [-]
Alto Primiero	121	0,5063
Basso Primiero	42	0,1757
Sagron Mis	1	0,0042
San Martino Rolle	65	0,2720
Vanoi	10	0,0418
Comunità di Valle	239	1

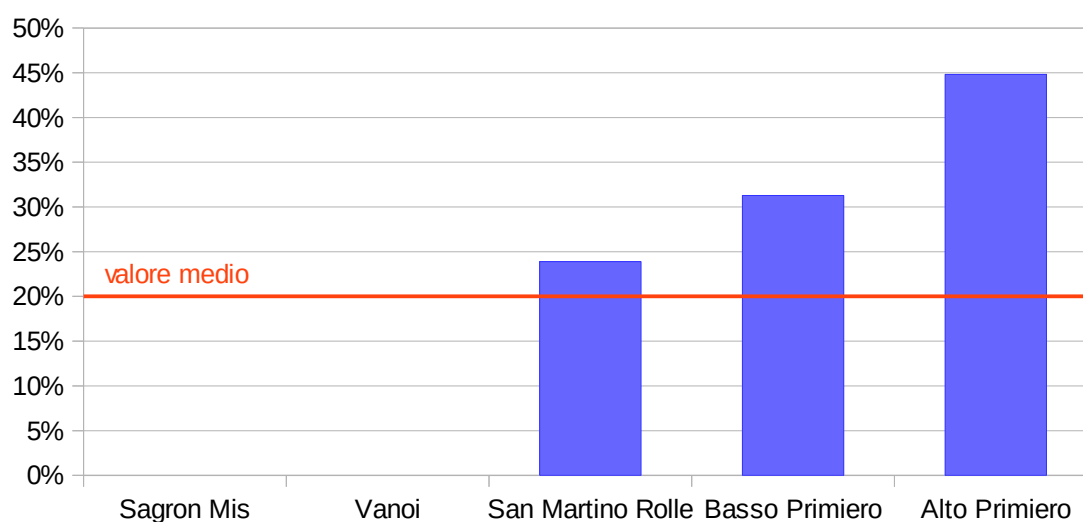
I risultati indicano una forte presenza di esercizi di vicinato nell'Alto Primiero, essenzialmente per la presenza di Fiera, ed a San Martino di Castrozza; il loro numero è dovuto alla forte impronta turistica di questi poli, e, specie per San Martino, la funzione turistica prevale nettamente sulle attività che si possono ritenere di servizio ai residenti. Molto limitata è invece la dotazione commerciale di Sagron Mis e Vanoi, il che sottolinea la debolezza dell'offerta in questi ambiti: va infatti tenuto conto del fatto che gli esercizi di vicinato non solo sono pochi, ma rappresentano anche l'unica offerta commerciale disponibile, mancando qui strutture di medie e grandi dimensioni (si confronti il successivo indicatore A.05).

A.05 -Varietà di Formato – Incidenza Medie e Grandi Strutture di Vendita

Valgono le medesime considerazioni dell'indicatore precedente, in questo caso applicato alle medie e grandi strutture di vendita, cioè le attività commerciali con superficie di vendita superiori ai 150 m².

Struttura	Criterio			
(Superficie di vendita MS zona + Superficie di vendita GS zona) / (Superficie di vendita MS CV + Superficie di vendita GS CV)			zona	A.05 [%]
			Sagron Mis	0,00%
	minimo	0,00%	Vanoi	0,00%
	media	20,00%	San Martino Rolle	23,90%
	massimo	44,81%	Basso Primiero	31,28%
			Alto Primiero	44,81%

A.05 - Varietà di formato - Incidenza medie e grandi strutture di vendita



Dati			
zona	sup. vend. MS [m ²]	sup. vend. GS [m ²]	A.05 [num]
Alto Primiero	1389	936	0,4481
Basso Primiero	821	802	0,3128
Sagron Mis	0	0	0,0000
San Martino Rolle	1240	0	0,2390
Vanoi	0	0	0,0000
Comunità di Valle	3450	1738	1,0000

Le medie e grandi strutture commerciali, siano esse supermercati tesi a soddisfare le esigenze di base della popolazione, siano strutture più specializzate, si concentrano sull'asta del Cismon, mentre ne restano esclusi Sagron Mis ed il Vanoi.

A.06 - Specializzazione Commerciale (misto)

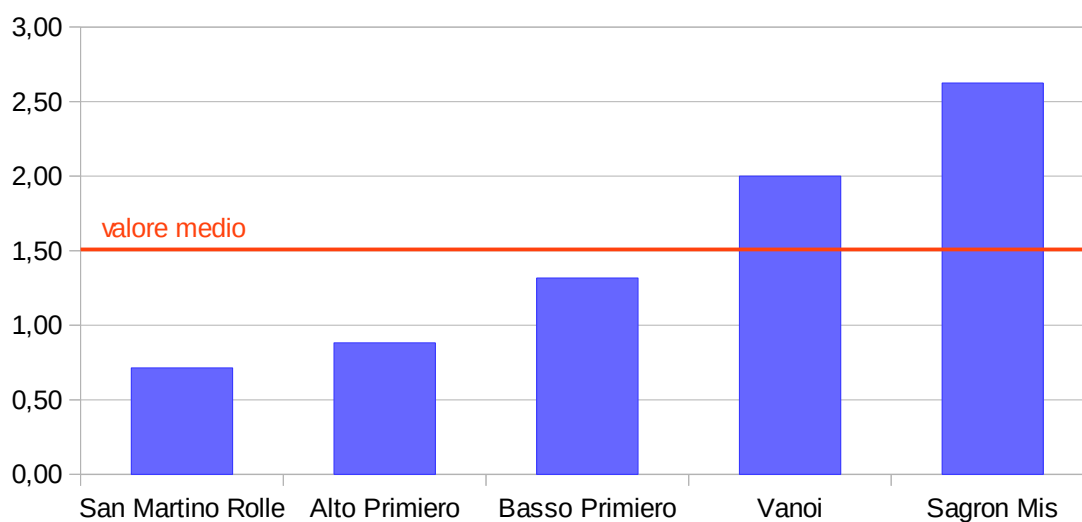
Le strategie che un piano commerciale deve proporre variano a seconda del target a cui si rivolge e alle esigenze che deve soddisfare. In luoghi con una struttura insediativa e commerciale debole deve mirare a garantire le esigenze di base per i residenti, in particolare per le categorie più deboli; al contrario, dove la struttura urbana è consolidata e la rete commerciale ben sviluppata, saranno probabilmente soddisfatte le esigenze di base e l'obiettivo diviene quello di assicurare una maggiore specializzazione, in modo da diversificare l'offerta e, auspicabilmente, migliorarne la qualità.

L'indicatore di specializzazione commerciale mista indaga sul primo di questi aspetti, e valori elevati di questo indicatore possono essere ritenuti positivi per quelle aree a minor offerta commerciale: indicano la presenza di negozi misti, quali i supermercati, con funzione prevalentemente di servizio per i residenti. Al contrario, dove l'offerta commerciale è elevata, un valore elevato dell'indice delinea un'offerta commerciale poco diversificata e scarsamente competitiva.

L'indicatore proposto nell'analisi originale si ritiene adeguato, e viene qui riadattato agli ambiti di riferimento.

Struttura	Criterio		
		zona	A.06 [-]
(Superficie di vendita misto zona / Superficie di vendita totale zona) / (Superficie di vendita misto CV / Superficie di vendita totale CV)	minimo	0,71	San Martino Rolle
			0,71
	media	1,51	Alto Primiero
			0,88
	massimo	2,62	Basso Primiero
			1,32
			Vanoi
			2,00
			Sagron Mis
			2,62

A.06 - Specializzazione commerciale (misto)



Dati			
zona	sup. vend. misto [m ²]	sup. vend. tot. [m ²]	A.06 [-]
Alto Primiero	2938	8734	0,8828
Basso Primiero	1938	3859	1,3180
Sagron Mis	90	90	2,6243
San Martino Rolle	1178	4328	0,7143
Vanoi	676	887	2,0001
Comunità di Valle	6820	17898	1,0000

L'indice raggiunge i valori più elevati per gli ambiti di Sagron Mis ed il Vanoi, le realtà con la struttura commerciale più debole, ed in questo senso l'indice può ritenersi favorevole per queste realtà dove l'esigenza è quella di mantenere almeno un livello basilare di servizi ai residenti. Il dato diviene ancora più significativo tenendo conto che tutte le strutture commerciali in questi due ambiti sono esercizi di vicinato (si veda il commento all'indicatore A.04 Varietà di formato – incidenza degli esercizi di vicinato), il che sottolinea la loro funzione fondamentale di presidio all'interno dei rispettivi nuclei urbani.

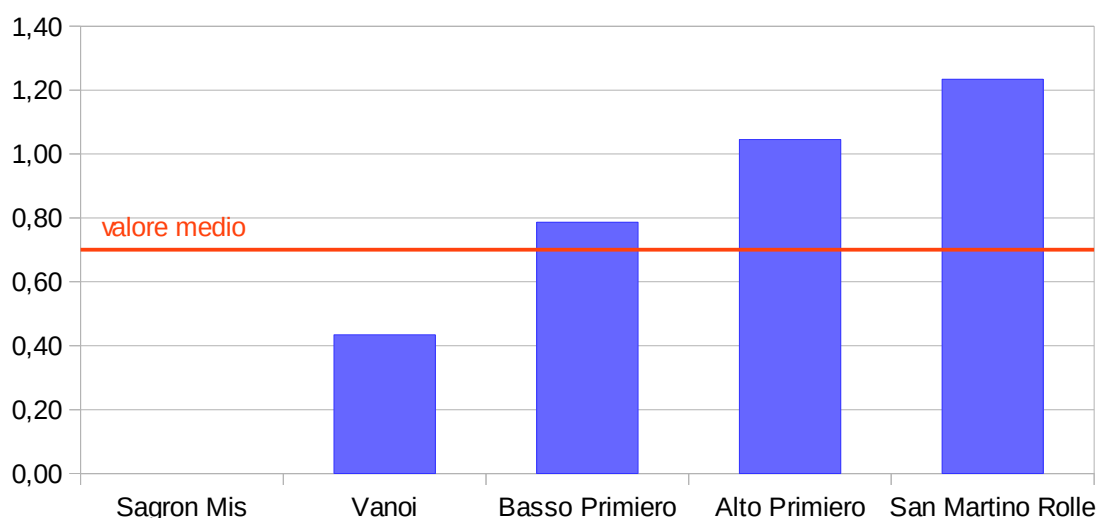
A.07 - Specializzazione Commerciale (non alimentare)

Valgono per questo indicatore le considerazioni generali esposte per il precedente. In questo caso oggetto dell'indagine è il grado di specializzazione, quindi valori più elevati dell'indice saranno più appropriati per i centri consolidati e meno per le strutture urbane più deboli.

Anche in questo caso l'indicatore proposto nell'analisi originale si ritiene adeguato, e viene qui riadattato agli ambiti di riferimento. Si noti tuttavia che, come per gli altri indicatori in questa sezione, il contesto di riferimento è il territorio della Comunità di Valle e, quindi, le gerarchie urbane e commerciali al suo interno; l'indicatore non fornisce quindi valori assoluti e non è utilizzabile per confrontare parametri analoghi al di fuori della Comunità.

Struttura	Criterio		
	zona		A.07 [-]
(Superficie di vendita non alim. zona / Superficie di vendita totale zona) / (Superficie di vendita non alim. CV / Superficie di vendita non alim. CV)	minimo media massimo	0,00	Sagron Mis 0,00
		0,70	Vanoi 0,43
		1,23	Basso Primiero 0,79
			Alto Primiero 1,05
			San Martino Rolle 1,23

A.07 - Specializzazione commerciale (non alimentare)



Dati			
zona	sup. vend. non alim. [m ²]	sup. vend. tot. [m ²]	A.07 [-]
Alto Primiero	5004	8734	1,0457
Basso Primiero	1664	3859	0,7870
Sagron Mis	0	90	0,0000
San Martino Rolle	2927	4328	1,2344
Vanoi	211	887	0,4342
Comunità di Valle	9806	17898	1,0000

San Martino presenta il massimo valore dell'indice, seguito dall'Alto Primiero: l'indicatore, in modo complementare al precedente indicatore A.06, denota un alto grado di specializzazione (rispetto al contesto di valle) per questi due ambiti, caratterizzati oltretutto dalla più ampia offerta commerciale in Primiero. L'interpretazione di questo dato è senz'altro positiva in termini di diversificazione commerciale e possibile competitività; peraltro si potrebbe ritenere positivo, in questo contesto, anche un certo grado di specializzazione nel settore alimentare, ad esempio se questo fosse collegato alla valorizzazione di risorse eno-gastronomiche locali.

A.08 - Dinamica Superficie di Vendita

L'indicatore valuta se le attività commerciali abbiano avuto negli anni recenti variazioni positive o negative delle superfici di vendita: si esprime cioè se il settore commerciale possa ritenersi in una fase di crescita oppure di decrescita.

L'indicatore appare importante e ben costruito; sarebbe significativo poterlo adattare agli ambiti di riferimento ma, mancando i dati scorporati per località in anni precedenti il 2013, non è qui possibile costruire questo indicatore.

I risultati dell'indicatore originale evidenziano comunque una situazione piuttosto variabile, con una tendenza positiva nel Basso Primiero, stabile o negativa negli altri ambiti. Va tuttavia sottolineato come, trattandosi di superficie non elevate, l'apertura o la chiusura anche di una sola media struttura può modificare completamente il valore di quest'indice per l'ambito in cui è localizzata.

3.1.2. Lo stato attuale descritto nel Documento Preliminare al PTC

Si riportano di seguito gli elementi che, all'interno del Documento Preliminare al Piano Territoriale ed il relativo Allegato 1, contribuiscono a definire il quadro della struttura della domanda e dell'offerta.

- Per servizi pubblici si intendono non solo le attività con finalità sociali, educative e di assistenza della pubblica amministrazione, ma anche tutte le attività economiche organizzate per rispondere ai bisogni della collettività.
- Il settore commerciale è tra quelli preminenti per numero di attività (18% del totale delle imprese) ma è mediamente rilevante dal punto di vista occupazionale (13% del totale degli addetti). Siamo pertanto in presenza di una consistente frammentazione di piccole imprese con pochi dipendenti.
- L'attività commerciale, pur rivolta in via prioritaria alla popolazione residente, contempla anche molte aziende che sopravvivono solo grazie alla presenza turistica, sia estiva sia invernale. Molte di queste, specie a San Martino di Castrozza, hanno carattere strettamente stagionale e non garantiscono quindi un servizio locale continuativo.
- Primiero ha tutt'oggi, pur con alcuni aspetti di instabilità, un proprio centro commerciale naturale in Fiera di Primiero che, per molte categorie merceologiche, costituisce il riferimento per l'intero territorio della comunità. Sempre a questa scala, sono da registrare anche due attività di grandi dimensioni (a Transacqua ed Imer), di tipo market. Esse sono un fattore di concentrazione e ottimizzazione dell'offerta, ma anche di conseguente concorrenza con le attività minori e periferiche.
- A una scala minore, ogni centro abitato di una qualche consistenza possiede una dotazione minima di servizi commerciali di prossimità, riferibili alle necessità quotidiane dei residenti. Questa dotazione è però disomogenea e in costante mutamento, soggetta a un progressivo processo di ristrutturazione ed accentramento che, non di rado, tende a spogliare i centri minori di attività vitali per una dignitosa qualità della vita.
- A Primiero il settore commerciale è soggetto a dinamiche contrapposte di rarefazione delle strutture di vicinato, soprattutto nei piccoli centri abitati, e di concentrazione in aree extraurbane delle grandi superfici di vendita.
- Tra le realtà produttive storiche, ridotte al lumicino le coltivazioni in campo, hanno resistito invece quelle negli orti, specie nei centri antichi [...] Non mancano episodi virtuosi di mantenimento delle coltivazioni, soprattutto a scopo familiare d'autoconsumo e anche qualche episodio con finalità di mercato.
- Nel lattiero caseario, la logica di accentramento della trasformazione in un unico impianto di fondovalle ha innescato un meccanismo di "selezione naturale" degli alpeggi; la cessazione delle lavorazioni casearie sul posto; la trasformazione degli edifici commercialmente più strategici in agriturismi, che dispensano i prodotti lavorati in fondovalle e poi riportati in

malga per la vendita; la conseguente necessità di infrastrutture e servizi (agibilità veicolare, energia, smaltimento di reflui e rifiuti), nonché di radicali interventi sull'edificato.

- È presente l'artigianato di prossimità, tipico tessuto dell'artigianato, costituito soprattutto da microimprese familiari, non strettamente individuali. Annovera operatori dell'edilizia e dell'impiantistica, le piccole produzioni alimentari (panettieri, macellai), i servizi alla persona (parrucchieri, estetisti), meccanici, autoriparatori, carpentieri e falegnami.
- Accanto alla conduzione professionale dell'agricoltura è diffusa l'attività agricola di prossimità e di autoconsumo – economicamente marginale, ma socialmente diffusa – svolta a livello semi-professionale e amatoriale. Entrambi gli approcci all'attività agricola sono espressione di una radicata cultura contadina e di un comune approccio alla qualità e tipicità delle produzioni agro-alimentari locali. Tra i due settori non si rilevano però integrazioni significative, come pure con altri settori economici quali l'artigianato della trasformazione alimentare o il turismo, inteso come mercato di sbocco delle produzioni locali.
- Le aziende artigianali del settore alimentare (macellerie, panifici, ecc.) lavorano materie prime di provenienza esterna.
- [È in atto un] processo di razionalizzazione e ottimizzazione delle risorse economiche, che riguarda in particolare alcuni servizi [...] con la chiusura nei nuclei periferici di servizi di prossimità. È quindi ipotizzabile un aumento del disequilibrio tra le diverse aree territoriali e l'incentivo all'abbandono del territorio, soprattutto da parte delle nuove generazioni.
- Si sta assistendo alla chiusura di attività di servizio nei centri storici, quali ad esempio i punti vendita al dettaglio, i negozi e i laboratori artigianali, in quanto non più sostenibili economicamente, se messi a confronto con i modelli innovativi e aggiornati alle nuove esigenze. Questo ha evidenti conseguenze di degrado di tali contesti urbani, sempre meno presidiati.

3.2. Relazioni tra offerta commerciale e turismo

3.2.1. Lo stato attuale che emerge dalla VIT

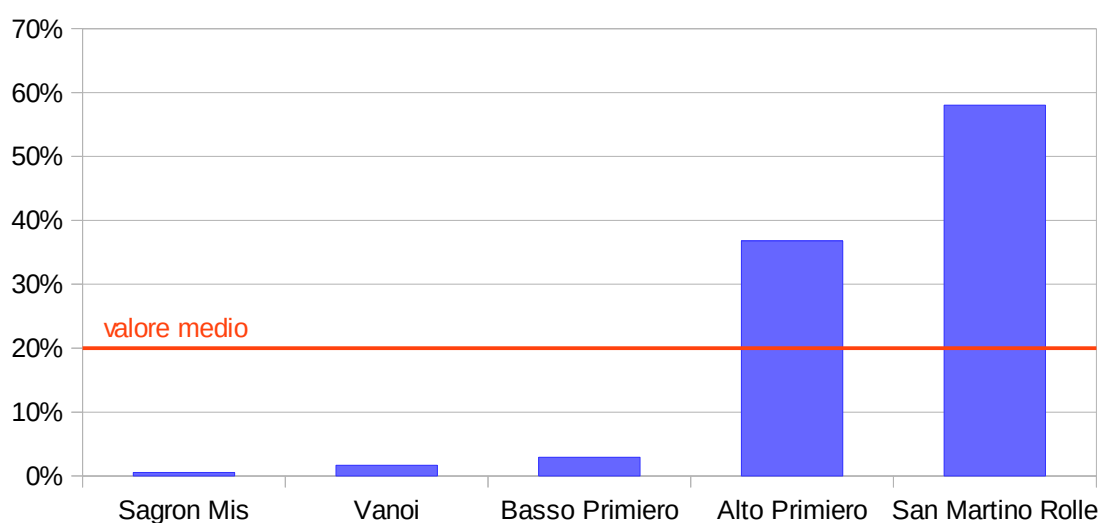
B.01 - Arrivi

L'indicatore valuta il numero di arrivi turistici nel contesto della Comunità. Essendo normalizzato alla scala di Comunità di Valle, misura quali sono gli ambiti dove il turismo ha la maggiore rilevanza.

Si mantiene qui la struttura dell'indicatore originale, aggiornando i dati al 2013 e suddividendoli per i cinque ambiti di riferimento delineati dal Documento preliminare al PTC. Per questo indicatore, come per i successivi basati sugli arrivi e sulle presenze, i dati sono forniti dall'APT San Martino di Castrozza e Primiero, e fanno riferimento ad arrivi e presenze nelle sole strutture alberghiere. Resta escluso tutto il settore extra-alberghiero (bed & breakfast, agritur, rifugi, campeggi, appartamenti in affitto, ecc...), per il quale, complessivamente, non esistono statistiche e sarebbero possibili solo stime approssimative. L'indicatore rimane comunque relativo, nel senso che pesa gli ambiti nel contesto di Primiero ma non dà informazioni sui numeri assoluti; per meglio comprendere la scala del fenomeno sarebbe utile confrontare tali dati con quelli di altre località in Provincia e fuori con una tipologia di turismo (almeno potenzialmente) simile, quali ad esempio Madonna di Campiglio, i comuni della Val di Fassa, o altre zone con analoga connotazione turistica nel bellunese o in Alto Adige.

Struttura	Criterio		
Numero arrivi zona / Numero arrivi CV	minimo media massimo	0,56% 20,00% 58,03%	zona B.01 [%]
			Sagron Mis 0,56%
			Vanoi 1,67%
			Basso Primiero 2,94%
			Alto Primiero 36,80%
			San Martino Rolle 58,03%

B.01 - Arrivi



Dati		
zona	arrivi [num]	B.01 [-]
Alto Primiero	45860	0,3680
Basso Primiero	3667	0,0294
Sagron Mis	699	0,0056
San Martino Rolle	72328	0,5803
Vanoi	2081	0,0167
Comunità di Valle	124635	1,0000

La divisione per ambiti rappresenta in modo netto quel che non emerge nell'analisi VIT originale: una nettissima prevalenza dell'area San Martino – Rolle rispetto a tutti gli altri ambiti di valle. Un buon risultato viene raggiunto anche dall'Alto Primiero, mentre gli altri ambiti hanno valori del tutto marginali. Va tuttavia notato che le strutture alberghiere si concentrano in modo quasi esclusivo

proprio nell'Alto Primiero e a San Martino, mentre negli altri ambiti sono molto più diffuse le pratiche dell'affitto di alloggi. E' verosimile che, tenendo conto dei posti extra-alberghieri, il divario potrebbe ridursi, anche se la prevalenza dei due contesti maggiormente turistici rimarrebbe netta.

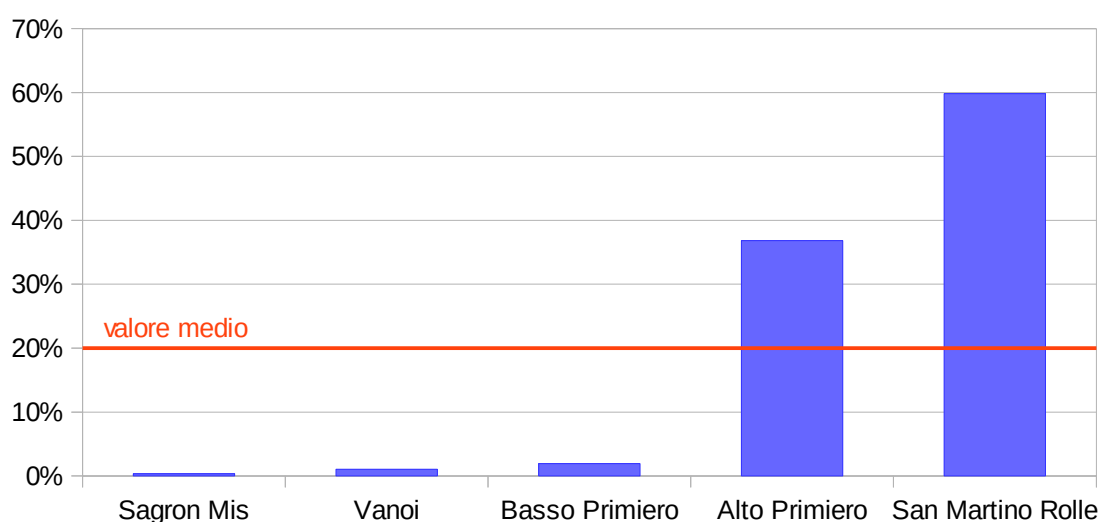
Volendo invece cogliere la dimensione del fenomeno turistico confrontandolo con i numeri di altre realtà, si può fare riferimento ai dati dell'Annuario del turismo 2013 pubblicato dal Servizio statistica della Provincia di Trento (Tav. II.15), da cui si evince che gli arrivi nella Comunità di Primiero sono all'incirca la metà di quelli nelle Comunità delle Giudicarie e della Val di Sole, un quarto del Comun General de Fascia e poco più di un quinto dei numeri dell'Alto Garda e Ledro.

B.02 - Presenze

L'indicatore valuta il numero di presenze turistiche, rapportandole al contesto della Comunità di Primiero. Valgono le medesime considerazioni svolte per l'indicatore B.01 Arrivi, con la sola differenza che per "arrivi" si intende il numero di volte che un cliente prende alloggio in una struttura ricettiva, per "presenze" il numero di notti trascorse consecutivamente nella medesima struttura.

Struttura	Criterio		
		zona	B.02 [%]
Numero presenze zona / Numero presenze CV	minimo	0,35%	Sagron Mis
			0,35%
	media	20,00%	Vanoi
			1,07%
	massimo	59,83%	Basso Primiero
			1,93%
			Alto Primiero
			36,81%
			San Martino Rolle
			59,83%

B.02 - Presenze



Dati		
zona	presenze [num]	B.02 [-]
Alto Primiero	221294	0,3681
Basso Primiero	11629	0,0193
Sagron Mis	2095	0,0035
San Martino Rolle	359669	0,5983
Vanoi	6432	0,0107
Comunità di Valle	601119	1,0000

L'indicatore ricalca esattamente i risultati del precedente indicatore B.01, sottolineando la marginalità dal punto di vista turistico dei tre ambiti di Sagron Mis, Vanoi e Basso Primiero.

Confrontando anche in termini di presenze la performance di Primiero in rapporto ad altri contesti turistici della Provincia di Trento in modo analogo a quanto visto per l'indicatore B.01, dalla medesima fonte si evince che le presenze in Primiero sono circa la metà rispetto alla Comunità delle Giudicarie, meno della metà rispetto alla Val di Sole, poco più di un terzo dell'Alto Garda e Ledro, circa un quarto delle presenze registrate nel Comun General de Fascia.

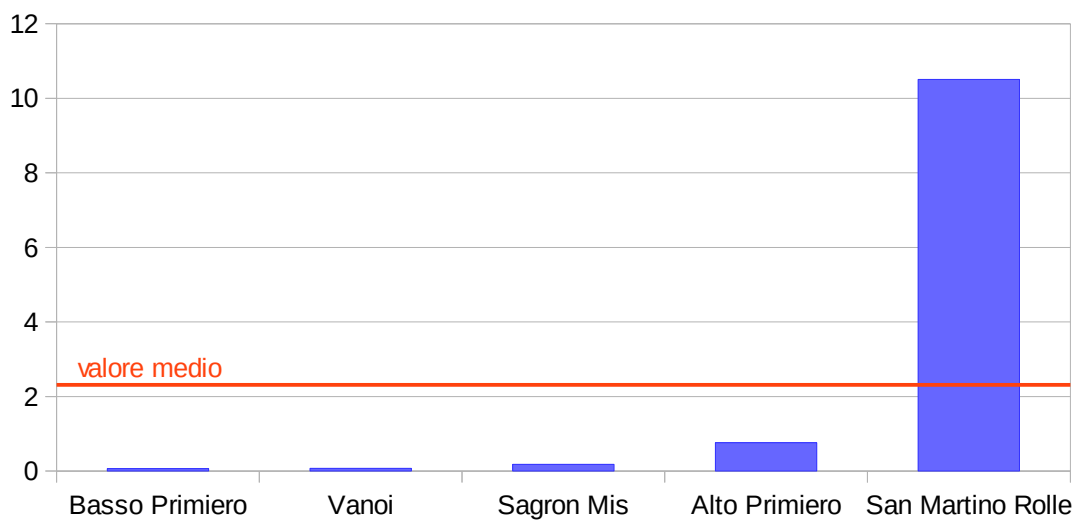
B.03 - Tasso di Turisticità

L'indicatore misura la vocazione turistica dei nuclei urbani, vale a dire in quale misura le presenze turistiche si rapportano con i residenti. Quanto maggiore è l'indice, tanto maggiore si può ritenere l'impatto del settore turistico sulla struttura insediativa e sociale del centro.

Si mantiene qui l'indicatore originale riadattandolo alla suddivisione per ambiti urbani.

Struttura	Criterio			
			zona	B.03 [-]
(Numero presenze annuali zona / Numero abitanti zona) / (Numero presenze annuali CV / Numero abitanti CV)	minimo	0,07	Basso Primiero	0,07
			Vanoi	0,07
	media	2,32	Sagron Mis	0,18
			Alto Primiero	0,76
	massimo	10,50	San Martino Rolle	10,50

B.03 - Tasso di turisticità



Dati			
zona	presenze [num]	abitanti [num]	B.03 [-]
Alto Primiero	221294	4864	0,7572
Basso Primiero	11629	2831	0,0684
Sagron Mis	2095	193	0,1807
San Martino Rolle	359669	570	10,5023
Vanoi	6432	1547	0,0692
Comunità di Valle	601119	10005	1,0000

Assolutamente netta è la vocazione turistica di San Martino di Castrozza, al punto da rendere trascurabili i valori di tutti gli altri ambiti di valle: il tasso di turisticità può far definire questo centro come una “monocoltura turistica” altamente specializzata.

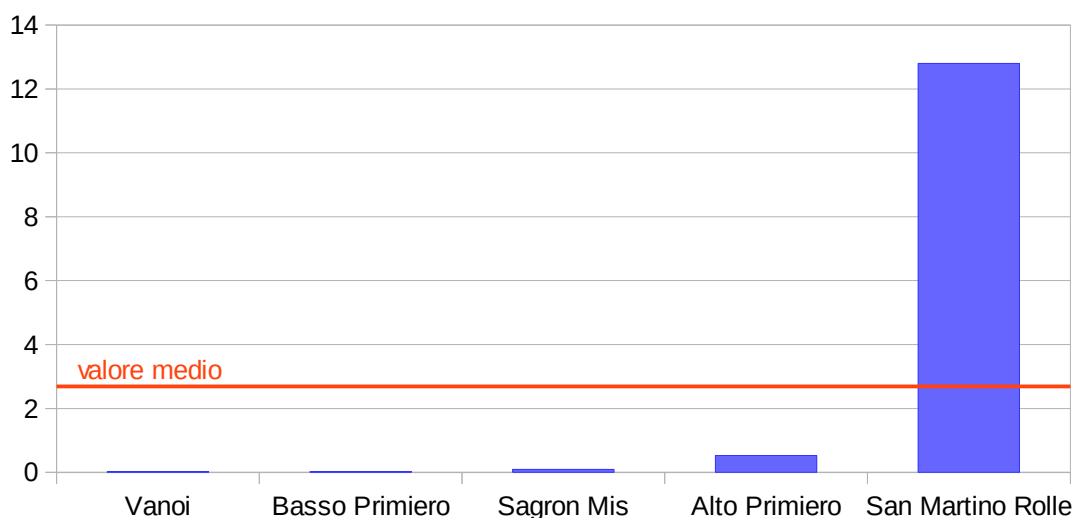
Tra gli altri ambiti, il valore più elevato è quello dell'Alto Primiero, notevolmente maggiore rispetto agli altri ambiti. I valori minimi sono quelli del Basso Primiero e Vanoi, nei quali il sistema economico sembra essersi sviluppato in direzioni diverse da quelle del turismo.

B.04 - Tasso di Turisticità (periodo invernale)

Valgono le stesse considerazioni del precedente indicatore B.03 - Tasso di turisticità, in questo caso applicato alle sole presenze del periodo invernale invece che annuali. Per “periodo invernale” si intende quello compreso tra i mesi di dicembre ed aprile; i dati qui utilizzati fanno riferimento alla stagione dicembre 2012 – aprile 2013 (fonte: APT San Martino di Castrozza e Primiero).

Struttura	Criterio		
		zona	B.04 [-]
(Numero presenze invernali zona / Numero abitanti zona) / (Numero presenze invernali CV / Numero abitanti CV)	minimo	0,02	Vanoi 0,02
		Basso Primiero	0,03
	media	2,69	Sagron Mis 0,09
		Alto Primiero	0,53
	massimo	12,80	San Martino Rolle 12,80

B.04 - Tasso di turisticità (periodo invernale)



Dati			
zona	presenze [num]	abitanti [num]	B.04 [-]
Alto Primiero	71893	4864	0,5313
Basso Primiero	1990	2831	0,0253
Sagron Mis	489	193	0,0911
San Martino Rolle	202919	570	12,7969
Vanoi	1040	1547	0,0242
Comunità di Valle	278331	10005	1,0000

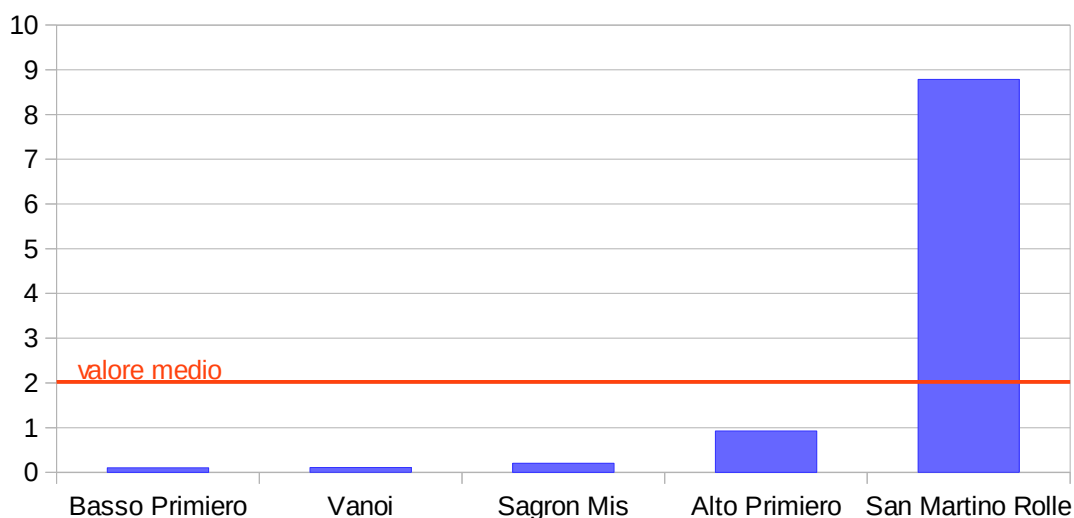
Si confermano le osservazioni svolte per l'indicatore precedente, in questo caso amplificate dal periodo considerato: il turismo prevalente a San Martino di Castrozza è quello legato allo sci, il che accentua gli squilibri già messi precedentemente in evidenza.

B.05 - Tasso di Turisticità (periodo estivo)

Valgono le stesse considerazioni del precedente indicatore B.03 - Tasso di turisticità, in questo caso applicato alle sole presenze del periodo estivo invece che a quelle annuali. Per “periodo estivo” si intende quello compreso tra i mesi di giugno e settembre. I dati di seguito esposti si riferiscono all'anno 2013 (fonte: APT San Martino di Castrozza e Primiero).

Struttura (Numero presenze estive zona / Numero abitanti zona) / (Numero presenze estive CV / Numero abitanti CV)	Criterio			B.05 [-]
			zona	
	minimo	0,10	Basso Primiero	0,10
			Vanoi	0,11
	media	2,02	Sagron Mis	0,20
	massimo	8,78	Alto Primiero	0,93
			San Martino Rolle	8,78

B.05 - Tasso di turisticità (periodo estivo)



Dati			
zona	presenze [num]	abitanti [num]	B.05 [-]
Alto Primiero	139283	4864	0,9264
Basso Primiero	8860	2831	0,1012
Sagron Mis	1201	193	0,2013
San Martino Rolle	154733	570	8,7821
Vanoi	5184	1547	0,1084
Comunità di Valle	309261	10005	1,0000

Come emerso nei due indicatori precedenti, rimane nettissimo lo squilibrio tra il tasso di turisticità di San Martino ed il resto della valle; tuttavia considerando il solo periodo estivo tale divario si riduce, seppur di poco. Il confronto con l'indicatore B.04 suggerisce che, mentre per San Martino la stagione di punta è quella invernale, negli altri centri si registrano valori più elevati in estate. Il fenomeno

turistico complessivamente resta molto polarizzato e concentrato in periodi brevi.

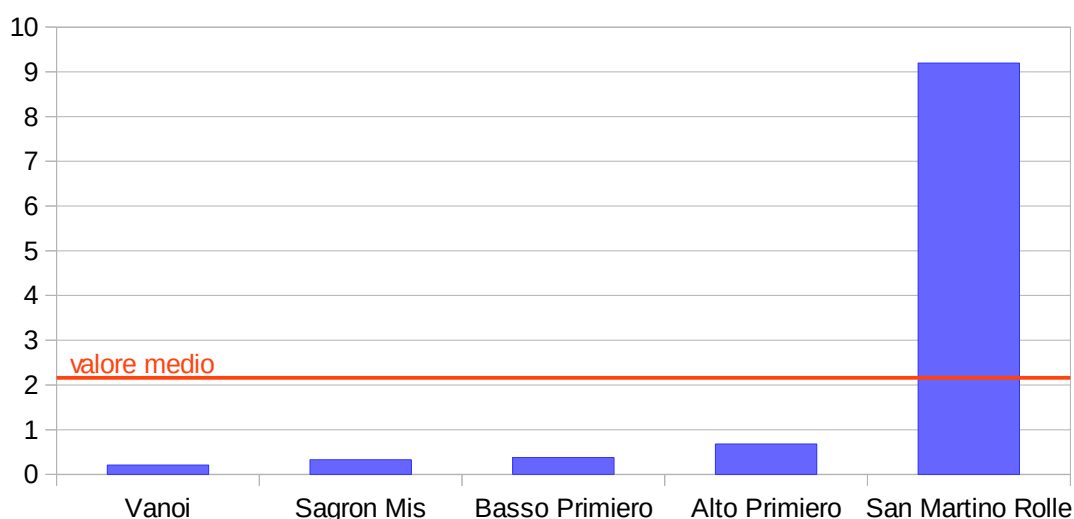
B.06 - Tasso Ricettività

L'indicatore fornisce informazioni riguardanti la potenzialità turistica dei diversi ambiti all'interno della Comunità.

Si mantiene la struttura dell'indicatore originale con la consueta divisione per ambiti, utilizzando come fonte per il numero di posti letto il catalogo delle strutture recettive 2014/2015 pubblicato dall'Azienda per il turismo San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi. Sono qui compresi alberghi, hotel, garnì, residence/R.T.A., ostelli, bed&breakfast, affittacamere, agritur, case vacanze, rifugi alpini ed escursionistici, campeggi ed aree per camper. Nel caso dei campeggi, che riportano il numero di posti tenda o piazzole, si è ipotizzato che ogni piazzola equivalga a quattro posti letto, in modo da poter stimare la potenzialità recettiva massima in modo omogeneo per le diverse strutture. Dal dato restano esclusi gli alloggi privati e le seconde case.

Struttura	Criterio			
			zona	B.06 [-]
(Numero letti esercizi ricettivi zona / Numero abitanti zona) / (Numero letti esercizi ricettivi CV / Numero abitanti CV)			Vanoi	0,21
	minimo	0,21	Sagron Mis	0,33
	media	2,16	Basso Primiero	0,38
			Alto Primiero	0,68
	massimo	9,20	San Martino Rolle	9,20

B.06 - Tasso ricettività



Dati			
zona	letti [num]	abitanti [num]	B.06 [-]
Alto Primiero	2894	4864	0,6797
Basso Primiero	939	2831	0,3789
Sagron Mis	56	193	0,3315
San Martino Rolle	4588	570	9,1952
Vanoi	281	1547	0,2075
Comunità di Valle	8758	10005	1,0000

L'indicatore ha un andamento molto simile a quello già evidenziato per gli indicatori del tasso di turisticità (B.03, B.04, B.05), con il netto squilibrio tra San Martino e gli altri ambiti a conferma della vocazione pressoché esclusiva del luogo. Rispetto ai precedenti indicatori, tra gli altri ambiti la situazione è più equilibrata. E' tuttavia opportuno notare che in questo indicatore confluiscono sia i posti alberghieri sia quelli extra-alberghieri, in particolare dei campeggi, il cui peso in termini di potenziali posti letto, nonché il valore economico che possono generare, è alquanto diverso.

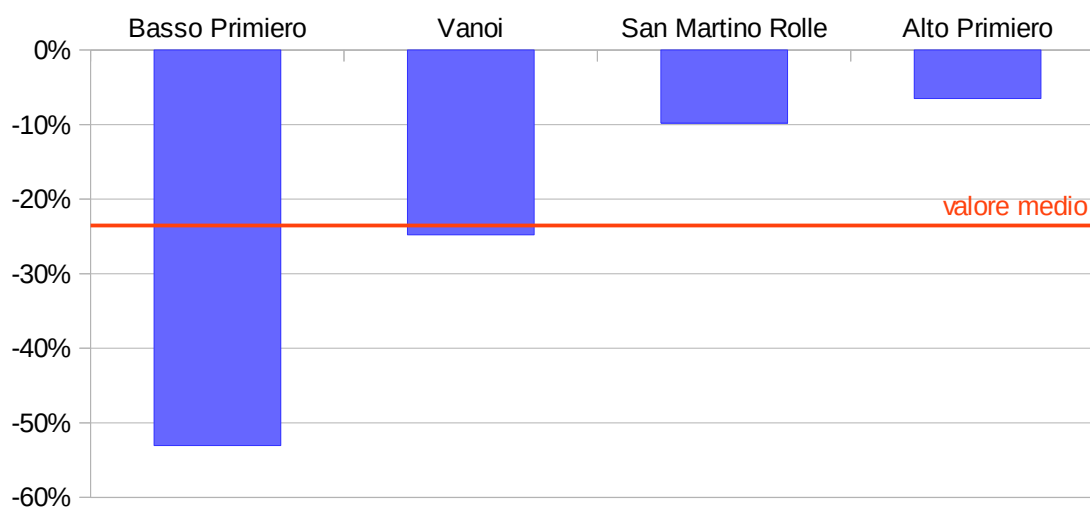
B.07 - Dinamica Presenze Turistiche

L'indicatore rileva l'andamento delle presenze turistiche (crescita o decrescita) confrontando i valori ad inizio e fine decennio all'interno di ciascuno degli ambiti. L'indicatore non viene normalizzato alla scala della Comunità di Valle.

Si mantiene qui l'indicatore originale, riadattandolo agli ambiti di studio. I dati di riferimento sono stati forniti dall'APT San Martino di Castrozza, Passo Rolle, Primiero e Vanoi per gli anni 2003 e 2013, ad eccezione di Sagron Mis per il quale manca il dato del 2003 e che, pertanto, è stato escluso dal grafico e dal calcolo della media.

Struttura	Criterio		
(Numero presenze zona 2013 - Numero presenze zona 2003) / Numero presenze zona 2013		zona	B.07 [%]
		Basso Primiero	-53,06%
	minimo -53,06%	Vanoi	-24,78%
	media -23,53%	San Martino Rolle	-9,79%
	massimo -6,49%	Alto Primiero	-6,49%
		Sagron Mis	-

B.07 - Dinamica delle presenze turistiche



Dati			
zona	presenze 2003 [num]	presenze 2013 [num]	B.07 [-]
Alto Primiero	235660	221294	-0,0649
Basso Primiero	17799	11629	-0,5306
Sagron Mis	-	2095	-
San Martino Rolle	394870	359669	-0,0979
Vanoi	8026	6432	-0,2478
Comunità di Valle	656355	601119	-0,0919

La dinamica turistica è negativa per ogni ambito di valle, con un cospicuo calo di presenze nel decennio 2003-2013. I due contesti che più hanno risentito del calo sono il Basso Primiero ed il Vanoi, mentre Alto Primiero e San Martino, che come si è visto in precedenza hanno una più spiccata vocazione turistica, registrano una flessione notevolmente inferiore. Manca il dato per Sagron Mis.

B.08 - Consistenza Piste Ciclabili

L'entità delle piste ciclabili in Primiero è ad oggi sostanzialmente trascurabile: 13 km nel fondovalle di Primiero, in fregio al torrente Cismon. Quindi, se questo indicatore può dare informazioni interessanti per un fenomeno, quello cicloturistico, in forte espansione nelle realtà provinciali ed extra provinciali dove la rete di piste è sviluppata e ben interconnessa, nel caso di Primiero descrive una forma di turismo del tutto marginale. Date queste premesse, non si ritiene utile riproporre qui tale indicatore.

3.2.2. Lo stato attuale descritto nel Documento Preliminare al PTC

- Il sistema economico di Primiero vede un ruolo trainante del turismo, tuttavia non va sottovalutato il peso degli altri settori, che complessivamente contribuiscono in misura preponderante alla produzione di ricchezza e all'offerta di posti di lavoro.
- Manifattura e servizi sono legati a doppio filo con il comparto turistico e con i flussi che questo riesce a generare: si tratta perlopiù di imprese che operano in settori tradizionali, in particolare l'edilizia, che hanno potuto beneficiare dell'attrattività turistica del territorio e della domanda di nuova edificazione (alloggi turistici, seconde case, strutture ricettive tradizionali). Altro comparto connesso al turismo riguarda alcune importanti specializzazioni a livello di produzioni tradizionali, quali il settore agroalimentare e l'artigianato artistico, che non solo riforniscono il mercato turistico ma costituiscono spesso motivo di interesse, in grado di attrarre visitatori ed esportare oltre confine l'immagine e la qualità del territorio. Anche i servizi alla persona sono direttamente influenzati dalle presenze turistiche e dall'andamento delle stagioni estive e invernali.
- San Martino di Castrozza, che si è sviluppato come comprensorio turistico di primo piano e ospita quasi esclusivamente strutture ricettive e di servizio.
- Sono individuabili integrazioni con il settore turistico negli investimenti di alcune aziende agricole nel campo dell'ospitalità rurale.
- L'economia turistica predilige canali di approvvigionamento Ho.re.ca. (Hotel, Restaurant, Catering) anche a scapito della tipicità dell'offerta gastronomica (solo il 3% del fatturato del caseificio è prodotto da esercizi locali).
- Viene rilevata una riduzione della permanenza media e una stagionalità sempre più accentuata.
- La domanda di turismo sostenibile sul territorio è presente (ma limitata) e in crescita (lenta); richiede paesaggi integri, risorse naturali conservate, centri storici caratteristici, cibi tradizionali e cultura locale.
- L'economia orientata al turismo e alle attività correlate, in primis l'edilizia, ha prodotto effetti profondi, che vanno ben oltre il profilo occupazionale. Ha avuto luogo, in particolare, l'approfondirsi delle differenze tra i diversi ambiti, favorendo le zone a maggiore vocazione turistica a scapito delle altre.

3.3. Relazioni tra struttura distributiva commerciale ed assetto insediativo

3.3.1. Lo stato attuale che emerge dalla VIT

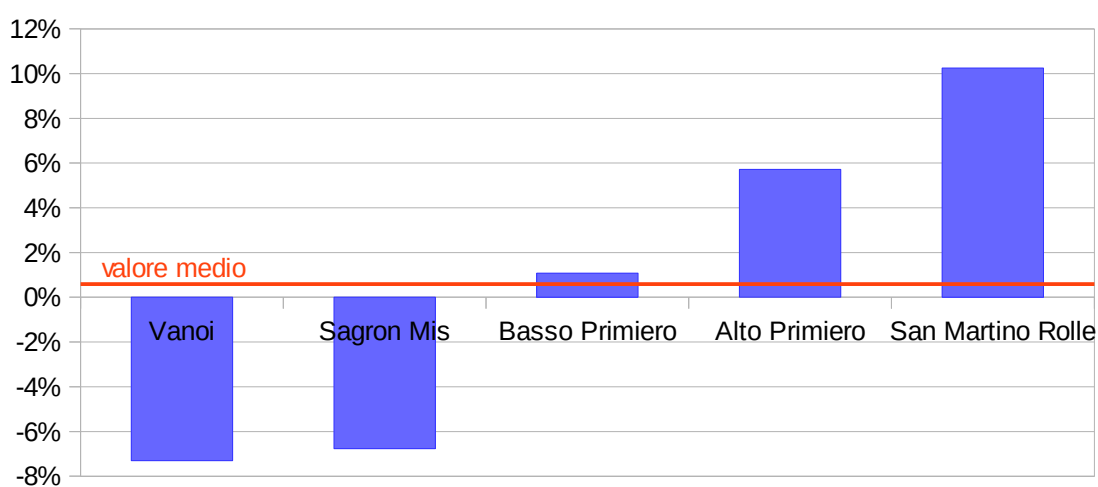
C.01 - Dinamica Demografica

L'indicatore rappresenta la variazione percentuale della popolazione in ciascun ambito nel periodo di circa un decennio. Si mantiene l'indicatore originale suddividendolo per ambiti urbani. Al momento non sono disponibili i dati sulla popolazione del Censimento generale 2011 suddivisi per località, quindi è necessario ricorrere ai dati forniti dall'anagrafe comunale per il 2013/2014 (analogamente

all'indicatore A.03). La fonte per il 2001 è il Censimento generale ISTAT 2001, unica fonte i cui dati siano disponibili anche divisi per località oltre che per ambito comunale.

Struttura	Criterio		
		zona	C.01 [%]
(Numero abitanti zona 2013 – Numero abitanti zona 2001) / Numero abitanti zona 2001)	minimo	-7,31%	Vanoi
	media	0,59%	Sagron Mis
	massimo	10,25%	Basso Primiero
			Alto Primiero
			San Martino Rolle

C.01 - Dinamica demografica



Dati			
zona	abitanti 2001 [num]	abitanti 2013 [num]	C.01 [-]
Alto Primiero	4601	4864	0,0572
Basso Primiero	2801	2831	0,0107
Sagron Mis	207	193	-0,0676
San Martino Rolle	517	570	0,1025
Vanoi	1669	1547	-0,0731
Comunità di Valle	9795	10005	0,0214

La dinamica demografica di Primiero risulta piuttosto varia, con le zone geograficamente più marginali (Vanoi e Sagron Mis) con un saldo nettamente negativo, valori pressoché stabili per il Basso Primiero ed un aumento di popolazione nell'Alto Primiero e San Martino, particolarmente marcato in quest'ultima località.

C.02 - Consistenza Aree Urbanizzate

L'indice esprime, in sostanza, come le aree urbane si ripartiscono all'interno della Comunità. L'informazione che offre è quindi del tutto analoga a quella già presentata nel Documento preliminare al Piano Territoriale di Comunità, Allegato 1, pagina 55, nel grafico “percentuale di urbanizzato per sub-aree 2011” e relativa tabella, ai quali pertanto si rimanda.

C.03 - Dotazione Infrastrutturale

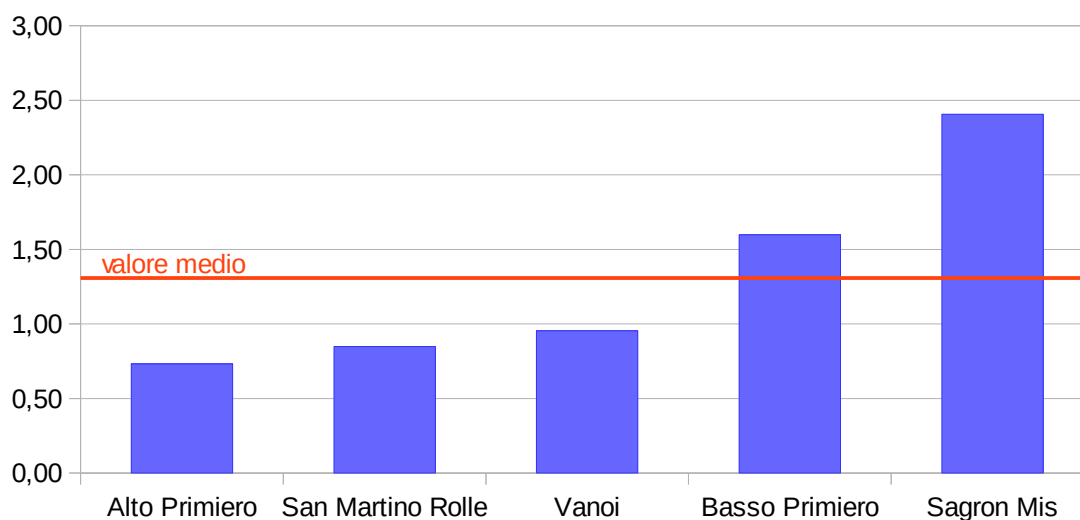
L'indicatore sottolinea la necessità di indagine riguardo ad un aspetto importante, quello dell'accessibilità rispetto alle aree commerciali ed, in generale, agli insediamenti. Maggiore è la dotazione, più alto è l'indice e conseguentemente le attività ne risultano avvantaggiate.

Tuttavia l'indicatore originale mal si adatta ad esprimere ciò: quel che viene presentato è la percentuale di viabilità interna alla Comunità di Valle inclusa in ciascun comune. Prevedibilmente, maggiore è la superficie comunale maggiori sono le lunghezze delle strade che la attraversano, quindi i comuni più estesi (in particolare Canal San Bovo) risultano quelli con la migliore dotazione infrastrutturale. Ciò descrive male l'assetto urbano reale: Canal San Bovo non solo ha la maggior lunghezza di strade, ma ha anche il tessuto urbano più disperso con le conseguenti difficoltà di accesso. Viceversa Fiera di Primiero, il comune con l'indice originale più basso, è evidentemente quello meglio accessibile.

Si cerca qui di migliorare l'indice rapportando la viabilità alla superficie di ciascun ambito. Il risultato viene normalizzato sullo stesso rapporto applicato all'intera Comunità per maggior leggibilità dei valori numerici. Quale fonte per la viabilità si è utilizzata la viabilità primaria esistente del PUP, integrata con le opere in progetto nel frattempo realizzate (circonvallazione di Mezzano ed Imer) e corretta su alcuni tratti (eliminazione del tratto in Val Venegia chiuso al pubblico, completamento dell'accesso all'area delle Giare e bretella di Transacqua, ecc.).

Struttura	Criterio		
		zona	C.03 [-]
(Estensione viabilità esistente ambito / superficie ambito) / (estensione viabilità esistente CV / superficie CV)	minimo	0,73	Alto Primiero
			San Martino Rolle
	media	1,31	Vanoi
			Basso Primiero
	massimo	2,41	Sagron Mis

C.03 - Dotazione infrastrutturale



Dati			
zona	lunghezza [m]	superficie [m ²]	C.03 [-]
Alto Primiero	25763,02	98464324,39	0,7326
Basso Primiero	31172,19	54658135,59	1,5968
Sagron Mis	9512,42	11063438,96	2,4074
San Martino Rolle	29648,07	97816076,66	0,8487
Vanoi	51547,43	151386584,41	0,9534
Comunità di Valle	147643	413388560	1,0000

In questa versione l'indicatore fornisce risultati più realistici dell'originale ma si dimostra ancora insufficiente per valutare la reale dotazione infrastrutturale dei diversi nuclei. Spicca in particolare il dato di Sagron Mis, in apparenza altamente positivo. Una basilare conoscenza della situazione fa tuttavia capire che nel caso specifico tale valore può essere collegato non tanto ad una buona dotazione infrastrutturale, quanto piuttosto all'isolamento dei centri, che richiedono notevoli distanze e tempi di percorrenza per la loro connessione. Ciò fa intuire che questo indice può funzionare bene per realtà omogenee, di pianura, ma in realtà topograficamente più complesse diventa difficilmente interpretabile: valori elevati possono avere sia la valenza positiva di realtà urbane altamente interconnesse, sia la valenza negativa di piccoli centri molto isolati che richiedono lunghe percorrenze per il loro raggiungimento. Viceversa, valori bassi indicano scarsità di infrastrutture, ma solo un confronto con il tessuto urbano può far capire se si tratti di un handicap in termini di isolamento o di un vantaggio competitivo (nuclei compatti con basse esigenze di trasporto).

Probabilmente un indice di dotazione infrastrutturale più significativo dovrebbe essere costruito in termini più complessi, in modo da tenere conto della distanza dai principali poli di attrazione in termini di servizi.

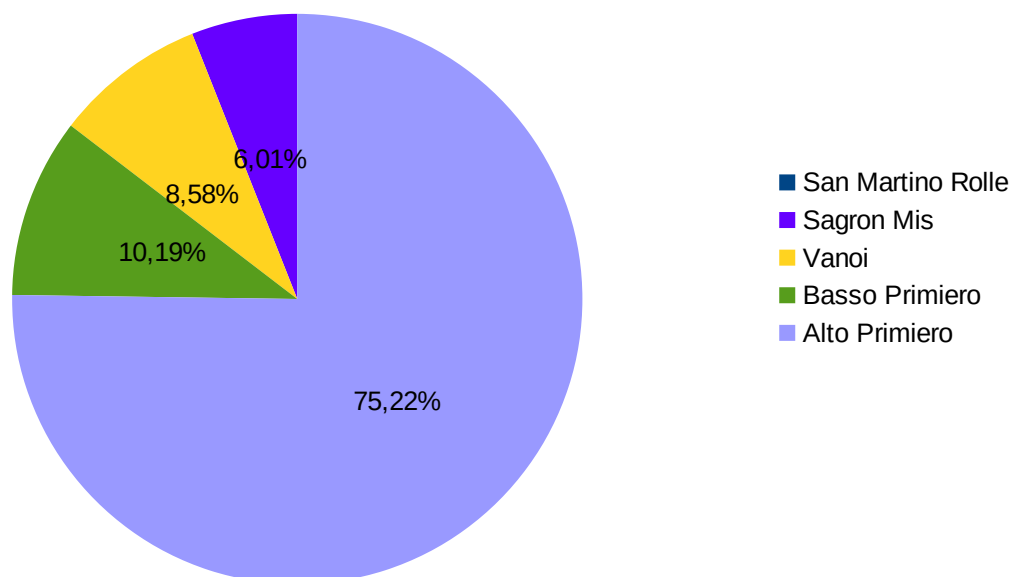
C.04 - Consistenza Aree Commerciali

L'indicatore, nella forma originale, esprime di fatto le percentuali dove, nell'ambito della Comunità, si concentrano le aree commerciali. In tal senso si preferisce optare per questo indicatore per una rappresentazione diversa (grafico a torta), per meglio mettere in evidenza le aree con la concentrazione commerciale maggiore. Non si ritiene utile qui normalizzare l'indicatore alla scala dei singoli ambiti, in modo da rappresentare più direttamente gli equilibri tra i diversi ambiti piuttosto che l'abbondanza o carenza di aree commerciali in ciascuno degli ambiti.

Si mantiene pertanto la struttura matematica dell'indicatore originale calcolandolo per gli ambiti di riferimento. Dal momento che si mira qui a fotografare la situazione esistente, si preferisce utilizzare l'uso del suolo attuale invece che quello pianificato. Come fonte di informazione si utilizzano qui i Piani Regolatori Generali comunali, ricercando al loro interno le aree classificate come Aree commerciali (specializzata D106, integrata D108, ingrosso D120, normale D121) o Aree miste (D110, terziaria e direzionale). Di fatto, tra tutti i comuni della valle sono presenti solo aree di tipo D106 e D121.

Struttura	Criterio		
		zona	C.04 [%]
Superficie aree commerciali zona / superficie aree commerciali CV	minimo	0,00%	San Martino Rolle
			0,00%
	media	20,00%	Sagron Mis
			6,01%
	massimo	75,22%	Vanoi
			8,58%
			Basso Primiero
			10,19%
			Alto Primiero
			75,22%

C.04 - Consistenza aree commerciali



Dati		
zona	superficie aree comm. [m ²]	C.04 [-]
Alto Primiero	31149,20	0,7522
Basso Primiero	4221,48	0,1019
Sagron Mis	2488,44	0,0601
San Martino Rolle	0,00	0,0000
Vanoi	3554,04	0,0858
Comunità di Valle	41413	1,0000

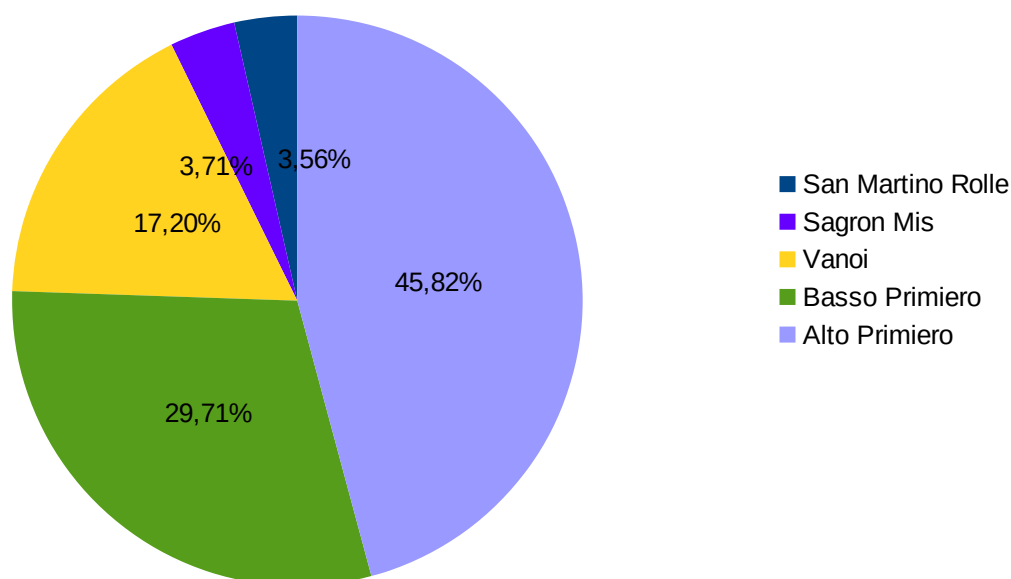
Secondo questi dati, le aree commerciali si concentrano nettamente nell'Alto Primiero, mancano del tutto nella zona di San Martino – Rolle, mentre gli altri ambiti si presentano piuttosto equilibrati. Va tuttavia notato che il quadro che si viene così a delineare, se analizzato puntualmente, risulta piuttosto fuorviante: la gran parte delle aree commerciali così individuate nell'Alto Primiero non sono a Fiera, dove si concentrano le attività commerciali, bensì a Transacqua, in sinistra Cismon presso la bretella di accesso. Dunque, le maggiori aggregazioni commerciali individuate dalla VIT (Fiera di Primiero e San Martino di Castrozza) non rientrano nelle aree commerciali individuate dai PRG.

C.05 - Consistenza Aree Agricole

Valgono le stesse considerazioni su scopo e struttura dell'indicatore espresse per il precedente indicatore C.04 - Consistenza aree commerciali, salvo applicarlo questa volta al territorio agricolo. Come fonte dei dati si utilizza qui il Piano Urbanistico Provinciale, includendo sia le aree agricole sia le aree agricole di pregio.

Struttura		Criterio	
Superficie aree agricole zona / superficie aree agricole CV	minimo media massimo	zona	C.05 [%]
		San Martino Rolle	3,56%
		Sagron Mis	3,71%
		Vanoi	17,20%
		Basso Primiero	29,71%
		Alto Primiero	45,82%

C.05 - Consistenza aree agricole



Dati		
zona	superficie aree agricole [m ²]	C.05 [-]
Alto Primiero	6046679,3	0,4582
Basso Primiero	3921242,38	0,2971
Sagron Mis	489784,45	0,0371
San Martino Rolle	469714,83	0,0356
Vanoi	2270148,54	0,1720
Comunità di Valle	13197569,50	1,0000

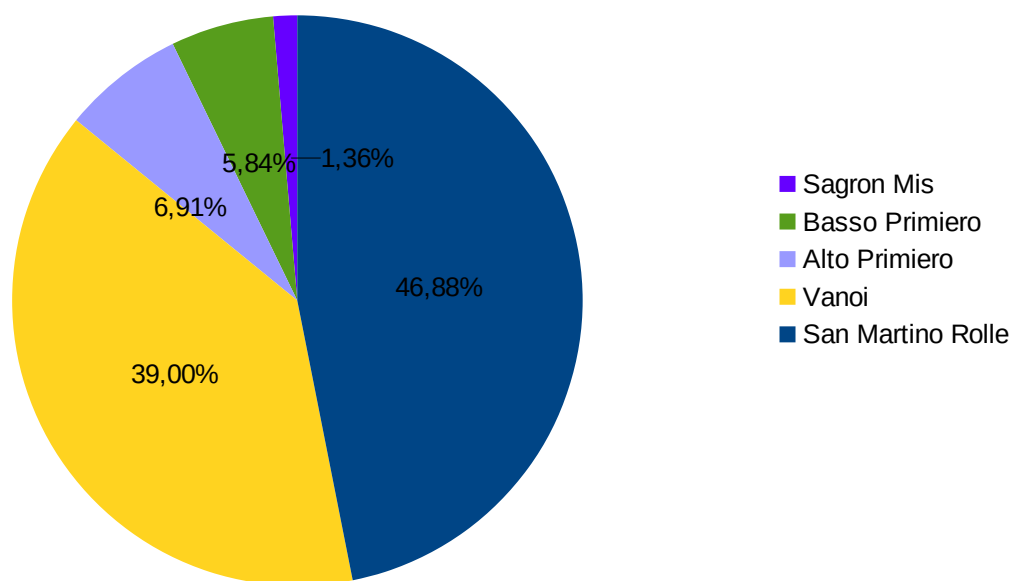
Gli ambiti con le maggiori dotazioni agricole sono quelli dell'Alto e del Basso Primiero, mentre Sagron Mis e San Martino hanno una consistenza trascurabile. Considerando l'orografia su cui si estendono gli ambiti, ciò non sorprende, con le aree agricole concentrate nel fondovalle più pianeggiante.

C.06 - Consistenza Aree a Pascolo

Per l'indicatore valgono le stesse considerazioni su scopo e struttura espresse per i precedenti indicatore C.04 - Consistenza aree commerciali e C.05 – Consistenza aree agricole. Come fonte dei dati si utilizzano qui i pascoli indicati nel Piano Urbanistico Provinciale.

Struttura	Criterio		
		zona	C.06 [%]
Superficie aree a pascolo zona / superficie aree a pascolo CV			
	minimo	1,36%	Sagron Mis 1,36%
	media	20,00%	Basso Primiero 5,84%
			Alto Primiero 6,91%
	massimo	46,88%	Vanoi 39,00%
			San Martino Rolle 46,88%

C.06 - Consistenza aree a pascolo



Dati		
zona	superficie aree pascolo [m ²]	C.06 [-]
Alto Primiero	2401988,52	0,0691
Basso Primiero	2030549,31	0,0584
Sagron Mis	473171,90	0,0136
San Martino Rolle	16294740,32	0,4688
Vanoi	13556783,57	0,3900
Comunità di Valle	34757233,62	1,0000

Anche in questo caso i dati quantitativi rispecchiano l'orografia dei luoghi, con gli ambiti a maggior consistenza di pascoli (San Martino e Vanoi) corrispondenti a quelli con le maggiori superfici comprese tra il limite superiore della vegetazione arborea ed il limite inferiore delle rocce nude.

3.3.2. Lo stato attuale descritto nel Documento Preliminare al PTC

- Il territorio di Primiero può essere letto secondo una duplice chiave interpretativa: da un lato come un territorio di confine, come lembo meridionale dell'ambito alpino - in cui naturalmente si colloca - nei confronti dell'ambito di pianura; dall'altro come luogo di transizione e di comunicazione tra i due ambiti. Tale doppia lettura, derivante dalla posizione geografica e dai caratteri morfologici, trova riflessi antropologici nel ruolo che può essere attribuito a Primiero: di marginalità rispetto ai punti nodali dei sistemi alpino e di pianura o di interconnessione tra essi.
- L'invecchiamento della popolazione è una criticità che si riflette sulle politiche sociali, sul mercato del lavoro, sull'organizzazione del territorio (tipologia e collocazione dei servizi), sulla mobilità e i trasporti collettivi.
- La dotazione di servizi è distribuita territorialmente in maniera molto disomogenea, come è ovvio per una realtà geografica di montagna che talora non facilita gli spostamenti. Risentono particolarmente di questa limitazione le valli laterali del Vanoi e del Mis, più distanti dal Sopra Pieve, dove tendono a concentrarsi le offerte di servizi. La possibilità di fruire di servizi migliori è senza dubbio alla base delle scelte abitative e di fenomeni di accentramento della popolazione in talune realtà e di spopolamento di altre. Oltre che indurre squilibri di opportunità per i cittadini, ciò innesca abbandono del territorio e saldi migratori negativi nelle valli più periferiche.
- Nella valle del Vanoi, nel corso del tempo, si è verificata la tendenza ad accentrare ed espandere il centro del fondovalle (Canal San Bovo) senza però riuscire ad assicurare alle molteplici frazioni e insediamenti sparsi le necessarie dotazioni sociali.
- [C'è stato] il passaggio da un sistema insediativo consolidato ad uno in forte espansione, la saldatura di alcuni centri di fondovalle e la nascita di nuclei insediativi completamente nuovi. [...] Si è determinato un aumento del consumo di suolo in aree pregiate dal punto di vista ambientale, un aumento dei valori immobiliari con conseguenti difficoltà di accesso al mercato da parte dei residenti, uno snaturamento di luoghi e comunità caratterizzati da specifici valori identitari, che sono la base stessa dell'attrattività turistica. Nel Soprapieve e nel Sottopieve il numero degli abitanti è cresciuto lentamente andando via via ad occupare gli spazi interstiziali tra i diversi nuclei, che si sono progressivamente fusi in un unico agglomerato esteso.
- Diversa è la situazione delle aree periferiche che hanno conosciuto una perdita consistente di popolazione. Tale declino ha assunto proporzioni rilevanti, fino al dimezzamento ed oltre del numero degli abitanti. La tendenza al decremento della popolazione è confermata per alcuni comuni anche dall'ultimo censimento, nonostante il miglioramento dei collegamenti con l'area del Vanoi, e forse proprio grazie a tale nuova condizione.
- Le attività commerciali si sono sviluppate, in epoca storica, soprattutto attraverso piccole iniziative interne agli abitati (botteghe, spacci, negozi) che, fatto salvo il sistema delle Famiglie Cooperative, non hanno lasciato tracce rilevanti negli insediamenti e nelle architetture. Questo stato di fatto si è perpetuato sostanzialmente immutato fino agli anni Settanta del Novecento. La progressiva fuga delle piccole attività commerciali dai centri storici (a vantaggio di offerte commerciali centralizzate e a svantaggio dei ceti sociali più deboli) e il progredire della terziarizzazione di Fiera, con un parossistico avvicendamento di

attività commerciali, sono fenomeni tutt'oggi constatabili, indice d'instabilità del settore e di perdita delle funzioni di “servizio di prima necessità” a favore di un sempre maggior proposta di occasioni di consumo, ancor più per il centro di San Martino, con l'aggravante della concomitante chiusura stagionale delle strutture alberghiere e i noti fenomeni di sofferenza sociale che porta con sé.

- L'insediamento di due attività commerciali di una certa dimensione – l'una in località Giare di Imer e la seconda, più recente, nell'area commerciale di interesse provinciale di Transacqua – certamente costituisce un fattore di concentrazione dell'offerta e conseguentemente di concorrenza con i piccoli negozi di prossimità e di difficoltà di accesso per le persone con minore mobilità. L'accentramento delle funzioni commerciali tende a indurre una quota consistente di nuova mobilità veicolare interna su infrastrutture e in nodi non dimensionati allo scopo, con conseguenti problematiche di traffico e scarsità di parcheggi.

3.4. Relazioni tra ambiente, territorio, paesaggio e offerta commerciale

3.4.1. Lo stato attuale che emerge dalla VIT

D.01 - Consistenza Invarianti Areali (Rete Ecologica)

L'indicatore cerca di quantificare il “valore ecologico” di ciascun ambito, basandosi principalmente ma non esclusivamente sugli invarianti areali del PUP. Si mantiene la struttura dell'indicatore originale (semplice rapporto tra la superficie “ad alto valore ecologico” in ciascun ambito e tale superficie della Comunità), che esprime in questo modo quali siano gli ambiti dove si concentrano i maggiori elementi di pregio; si preferisce qui, tuttavia, una rappresentazione con grafico a torta, ritenendolo più appropriato per rappresentare i rapporti tra gli ambiti, coerentemente con quanto evidenziato per i precedenti indicatori aventi struttura analoga (consistenza delle aree commerciali, agricole ed aree a pascolo).

Dal momento che si attribuisce all'indicatore ha una valenza di tipo ecologico e non paesaggistico, nella sua costruzione non si considerano le Dolomiti patrimonio UNESCO: da un lato perché la loro candidatura deriva più dalla loro valenza paesaggistica, geomorfologica e culturale piuttosto che dal valore ecologico intrinseco; dall'altro perché, anche ragionando in termini di paesaggio, tale bene è comunque visibile da tutti gli ambiti, e sarebbe arbitrario attribuirlo ad uno o più ambiti specifici solo in base alla sua collocazione geografica invece che percettiva.

Gli indicatori areali considerati sono quindi:

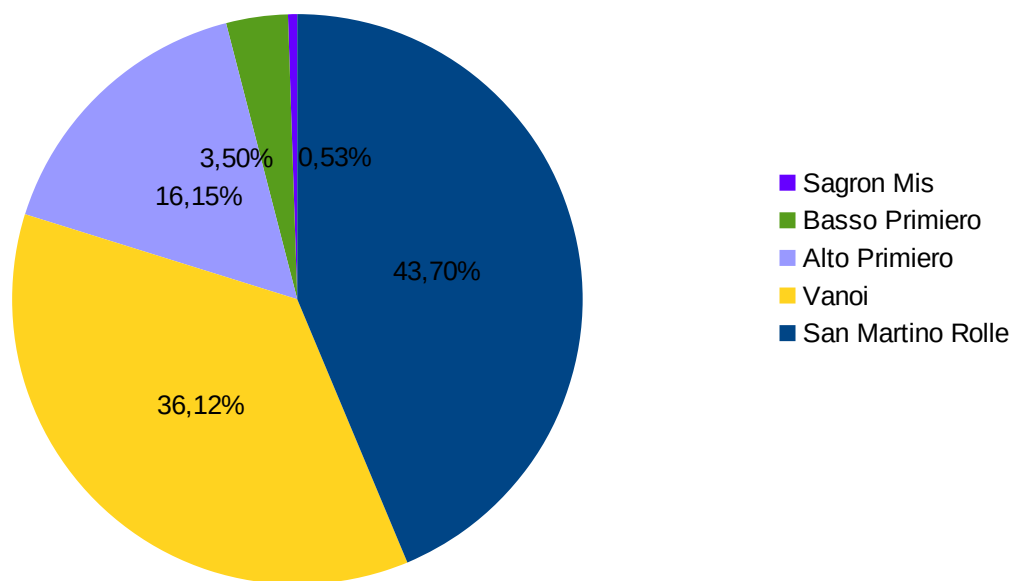
- le aree protette: le aree Natura 2000 (ZSC, SIC, ZPS) e le Riserve naturali provinciali, mentre non si considera qui il Parco di Paneveggio Pale di San Martino perché di fatto coincidente con alcune delle aree Natura 2000;
- la rete idrografica formata dai laghi, dalle loro aree di rispetto, dalle aree di protezione fluviale come definite all'interno del PUP nella Tavola delle reti ecologiche ed ambientali, dai ghiacciai e glacio-nevai;
- le foreste demaniali, ritenute invarianti dal PUP.

Non si considera qui la categoria generale dei boschi del PUP, che di fatto verrebbe a ricoprire due

terzi dell'intero territorio della Comunità (fonte dati: IET, copertura forestale 2008), né le aree agricole di pregio e non, le quali pur essendo importanti ambienti seminaturali vengono già descritte in altri indicatori (C.05 e D.02). Le aree Natura 2000 sono in gran parte sovrapposte, in quanto le medesime porzioni di territorio possono appartenere contemporaneamente ad un SIC, una ZPS o una ZSC; dal momento però che le normative istitutive di SIC e ZPS tengono conto di elementi ecologici diversi, le aree vengono qui considerate separatamente. Le ZSC non vengono invece considerate esplicitamente in quanto si tratta dell'istituzionalizzazione di aree già designate come SIC o ZPS.

Struttura	Criterio		
		zona	D.01 [%]
Superficie aree ad alto valore ecologico zona / Superficie aree ad alto valore ecologico CV	minimo	0,53%	Sagron Mis
			0,53%
	media	20,00%	Basso Primiero
			3,50%
	massimo	43,70%	Alto Primiero
			16,15%
			Vanoi
			36,12%
			San Martino Rolle
			43,70%

D.01 - Consistenza invarianti areali (rete ecologica)



Dati						
zona	riserve [ha]	SIC [ha]	ZPS [ha]	rete idrogr [ha]	foreste [ha]	D.01 [-]
Alto Primiero	0,00	3867,03	3839,39	28,40	7,90	0,1615
Basso Primiero	0,00	729,73	729,74	217,16	0,00	0,0350
Sagron Mis	0,00	6,97	6,38	0,00	240,70	0,0053
San Martino Rolle	8,08	8514,05	6704,96	62,34	5656,00	0,4370
Vanoi	0,00	6726,41	8630,11	345,82	1611,05	0,3612
Comunità di Valle	8,08	19844,18	19910,57	653,72	7515,65	1,0000

I due ambiti nettamente a maggior valore ecologico risultano San Martino ed il Vanoi. Segue l'Alto Primiero, il cui territorio insieme ai due ambiti precedenti comprende la quasi totalità del Parco di Paneveggio – Pale di San Martino. La presenza di aree protette ha un peso notevole nella costruzione di questo indice, anche perché, data la sovrapposizione tra aree SIC e ZPS, i medesimi areali vengono di fatto conteggiati due volte. Ciò non appare comunque errato, sia per i valori ecologici diversi che esse esprimono, sia perché in un'ottica “commerciale” lo status di area protetta può rappresentare una sorta di marchio più riconoscibile che non la sola presenza fisica di un elemento di pregio.

Il maggior valore dell'indice per San Martino e Vanoi rispetto all'Alto Primiero, al di là della distribuzione delle aree protette, è legato alla presenza delle foreste demaniali, considerate invariante dal PUP e concentrate in massima parte nei due ambiti.

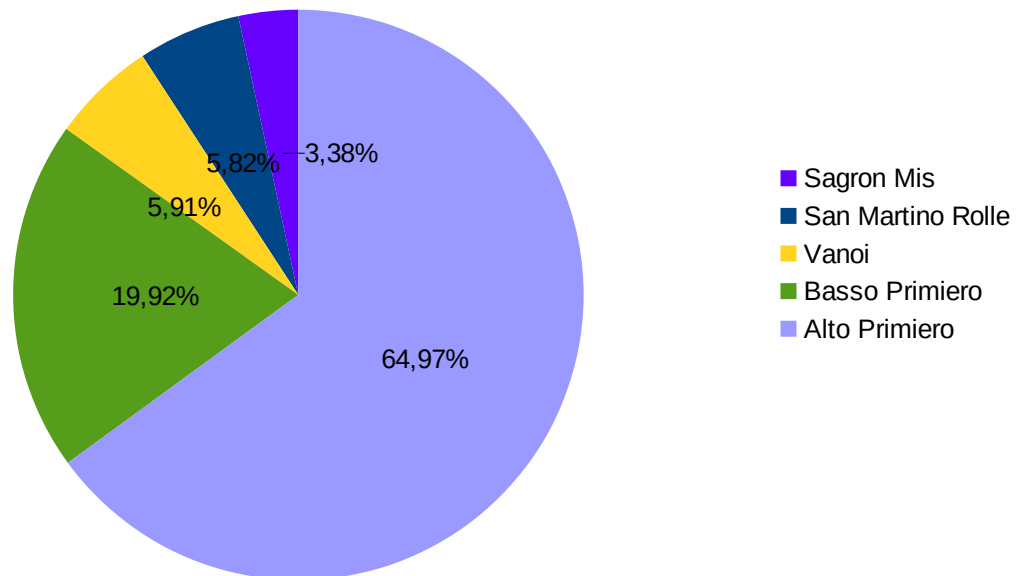
D.02 - Consistenza Aree Agricole di Pregio

L'indicatore corrisponde strutturalmente al precedente; in questo caso come fonte dei dati si assumono le aree agricole di pregio definite dal Piano Urbanistico Provinciale. L'indicatore è strettamente correlato con i precedenti D.01 – Consistenza Invarianti Areali (Rete Ecologica) e C.05 – Consistenza Aree Agricole. Il fatto di considerarlo separatamente dai precedenti sottolinea l'importanza di queste aree, sia dal punto di vista produttivo sia paesaggistico.

Anche in questo caso l'indicatore mantiene la struttura di quello originale, viene ricalcolato per gli ambiti di riferimento e rappresentato in forma di torta per evidenziare gli ambiti meglio dotati sotto questo punto di vista.

Struttura	Criterio			
	zona		D.02 [%]	
Sup. aree agric. di pregio zona / Superficie aree agricole di pregio CV	minimo media massimo	3,38% 20,00% 64,97%	Sagron Mis	3,38%
			San Martino Rolle	5,82%
			Vanoi	5,91%
			Basso Primiero	19,92%
			Alto Primiero	64,97%

D.02 - Consistenza aree agricole di pregio



Dati		
zona	sup. aree agricole pregio [ha]	D.02 [-]
Alto Primiero	449,46	0,6497
Basso Primiero	137,80	0,1992
Sagron Mis	23,38	0,0338
San Martino Rolle	40,28	0,0582
Vanoi	40,91	0,0591
Comunità di Valle	691,82	1,0000

I risultati sono affini a quelli dell'indicatore C.05 – Consistenza aree agricole. In questo caso la prevalenza delle aree di pregio nell'Alto Primiero è ancora più netta. Riguardo al valore che può essere attribuito a questo indice, resta aperta la questione già accennata nel Documento preliminare al Piano Territoriale di Comunità riguardo al significato delle aree agricole di pregio: mentre in altri ambiti provinciali, legati a produzioni DOP o IGP, la definizione delle aree agricole di pregio ha motivazioni ben individuabili, in Primiero i criteri per la loro delimitazione e per la distinzione tra aree di pregio e non risultano meno chiari, probabilmente legati più al ruolo paesaggistico che produttivo, ed in questo senso potrebbe essere auspicabile un ripensamento di tali superficie.

D.03 - Consistenza Invarianti Puntuali (Elementi Geologici e Geomorfologici, Paesaggi Rappresentativi)

L'indicatore esprime un valore di tipo paesaggistico: in questo senso vengono considerati insieme sia elementi di pregio naturali sia legati all'opera dell'uomo. Gli elementi che qui vengono considerati, tutti provenienti dalla cartografia del Piano Urbanistico Provinciale, sono:

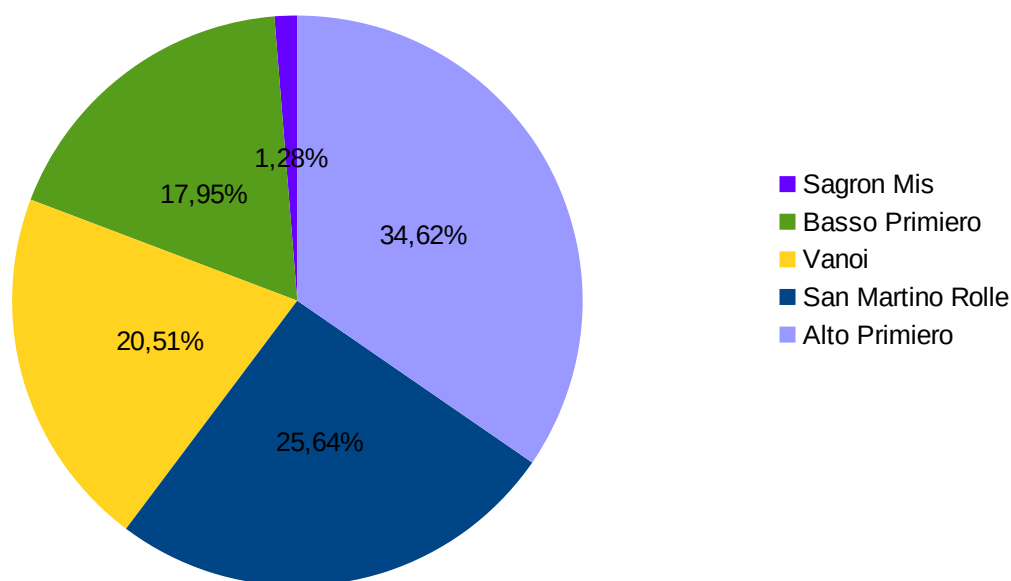
- i beni archeologici
- i beni architettonici ed artistici
- i beni ambientali
- gli elementi geologici, geomorfologici, paleontologici, mineralogici
- i paesaggi di particolare pregio.

In questo caso, pur trattando di elementi paesaggistici, le considerazioni che si possono fare sono diverse rispetto a quanto esposto nell'indicatore D.01 per le Dolomiti patrimonio UNESCO. I beni qui trattati, di tipo puntuale, sono presumibilmente fruibili in senso paesaggistico in un singolo ambito: un singolo edificio religioso sarà ben visibile nelle immediate vicinanze, il suo valore paesaggistico da lontano o addirittura da un ambito diverso sarà decisamente ridotto. In questo senso l'attribuzione all'ambito in cui si trova appare sensata. Lo stesso per i "paesaggi di particolare pregio": indicano il punto da cui la visuale si ritiene pregevole, non lo scenario visibile, ed anche in questo caso l'attribuzione all'ambito diventa univoca.

Si mantiene qui la struttura dell'indicatore originale, adattato agli ambiti di riferimento e rappresentato con grafico a torta per i motivi esposti in precedenza. Si preferisce qui ampliare le fonti di dati rispetto all'indicatore originale, introducendo anche i paesaggi di pregio che non costituiscono invarianti ma appaiono pertinenti alla definizione dell'indice.

Struttura	Criterio			
			zona	D.03 [%]
Numero elementi di pregio zona / Numero elementi di pregio CV	minimo	1,28%	Sagron Mis	1,28%
			Basso Primiero	17,95%
	media	20,00%	Vanoi	20,51%
			San Martino Rolle	25,64%
	massimo	34,62%	Alto Primiero	34,62%

D.03 - Consistenza invarianti puntuali



Dati						
zona	b. archeologici [num]	b. architettonici [num]	b. ambientali [num]	el. geologici [num]	punti paesagg. [num]	D.03 [-]
Alto Primiero	1	22	1	1	2	0,3462
Basso Prim.	2	4	3	1	4	0,1795
Sagron Mis		1				0,0128
S. Martino R.	11	2		5	2	0,2564
Vanoi	2	4	3	1	6	0,2051
Comunità	16	33	7	8	14	1,0000

Nel caso degli elementi di pregio puntuali la situazione tra gli ambiti è sostanzialmente equilibrata, con la sola eccezione di Sagron Mis che risulta scarsamente dotato.

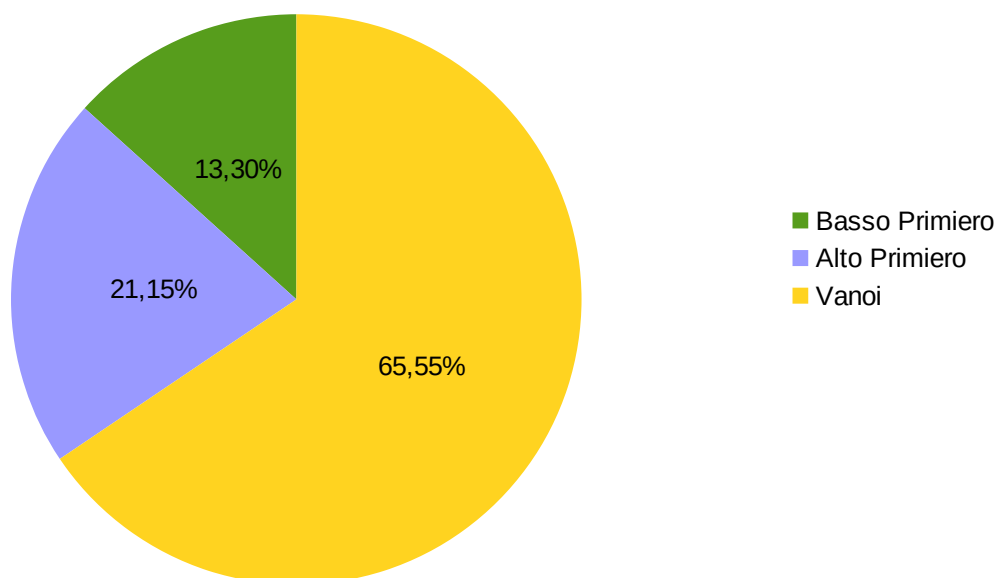
D.04 - Consistenza Fronti di Pregio

Come il precedente D.03 – Consistenza invarianti puntuali, anche questo è un indicatore di valore paesaggistico; di fatto, è concettualmente del tutto analogo a D.03 specie se si considera che esso contiene quali elementi puntuali i punti di vista dei “paesaggi di particolare pregio”. Non è tuttavia possibile trattare gli elementi di D.03 e D.04 in un unico indicatore, essendo dimensionalmente diversi (linee e punti) e quindi non direttamente confrontabili tra loro.

A parte l'aspetto dimensionale, questo indicatore viene costruito in modo del tutto analogo agli indicatori di consistenza già descritti in precedenza. La fonte dei dati è la delimitazione dei fronti di pregio cartografati nel PUP nella Carta del Paesaggio.

Struttura	Criterio			
Lunghezza fronti di pregio zona / Lunghezza fronti di pregio CV			zona	D.04 [%]
			Sagron Mis	0,00%
	minimo	0,00%	San Martino Rolle	0,00%
	media	20,00%	Basso Primiero	13,30%
	massimo	65,55%	Alto Primiero	21,15%
			Vanoi	65,55%

D.04 - Consistenza fronti di pregio



Dati		
zona	fronti pregio [m]	D.04 [-]
Alto Primiero	1006,15	0,2115
Basso Primiero	632,70	0,1330
Sagron Mis	-	0,0000
San Martino Rolle	-	0,0000
Vanoi	3118,94	0,6555
Comunità di Valle	4757,79	1,0000

La presenza dei fronti di pregio si differenzia radicalmente rispetto ai risultati degli indicatori precedenti, con una nettissima prevalenza del Vanoi in termini di ricchezza di fronti, seguito a notevoli distanze dall'Alto Primiero e dal Basso Primiero. Gli ambiti di Sagron Mis e di San Martino Rolle non comprendono alcun fronte di pregio secondo il PUP.

D.05 - Consistenza Aree ad Elevato Pericolo Idrogeologico e

D.06 - Consistenza Aree ad Elevato Rischio Idrogeologico

In questo riesame degli indicatori VIT si trascurano questi due indicatori. Se è innegabile l'importanza della valutazione del rischio idrogeologico in ogni processo di pianificazione, è però più arduo darne un significato corretto in un piano che si occupa di dinamiche commerciali. Se infatti i valori paesaggistici ed ecologici dei precedenti indicatori del tema “Ecosistema e paesaggio” esprimono un potenziale punto di forza commerciale, nel senso che un sistema commerciale può trarre giovamento dall'attrattività del contesto territoriale in cui si colloca, il rischio idrogeologico difficilmente viene percepito come un fattore negativo in termini di de-qualificazione del paesaggio. L'esistenza di aree a rischio idrogeologico deve rappresentare un vincolo di tipo urbanistico ed edilizio, ma la loro presenza non è generalmente correlata all'attrattività turistica e commerciale di un luogo. Quindi un confronto tra ambiti in termini di superficie ad alto pericolo/rischio, per indagare quale ambito risulti più debole specie in un'ottica commerciale, è poco significativo.

L'indagine sulle aree ad alto rischio/pericolo risulta molto più utile ad una scala puntuale, nell'ovvio significato di evitare localizzazioni di nuove aree commerciali in zone a rischio; si tratta dunque di un tipo di analisi da svolgere a valle di quella condotta in questa sezione, in termini di valutazione se eventuali aree individuate anche grazie agli altri indicatori possano effettivamente essere previste o meno.

Dal punto di vista concettuale, gli indicatori di pericolo e rischio presentano una parziale sovrapposizione, dal momento che il rischio è ottenuto sovrapponendo alla carta del pericolo idrogeologico quella del valore dell'uso del suolo.

D.07 - Inquinamento da Traffico Stradale

Anche questo indicatore viene trascurato in questo riesame, sia per la carenza di dati disponibili, sia per una questione di scala territoriale: ragionando in termini di confronto tra ambiti, sarebbe più importante una valutazione delle emissioni da camini, che nel contesto della Comunità di Valle risultano le principali fonti di emissione in atmosfera.

Un'analisi molto più interessante potrebbe essere condotta puntualmente sulle singole tratte stradali, per valutare in dettaglio gli snodi critici della viabilità locale, non solo in termini di inquinamento ma più in generale di condizionamento alla vivibilità dei luoghi.

D.08 – Indice di Propensione all'Estensione delle Aree Urbanizzate e

D.09 – Indice di Consumo di Aree naturali, seminaturali ed agricole

Gli indicatori D.08 e D.09 sono affini e forniscono una quantificazione dell'espansione urbanistica all'interno di ciascun ambito: entrambi valutano la trasformazione di suolo naturale in suolo urbano, il primo rapportandolo alla superficie urbanizzata, il secondo rispetto al suolo naturale disponibile. Potrebbero quindi trovare impiego all'interno degli indicatori di assetto insediativo (gli indicatori “C”), a meno di non utilizzare questi indici, in particolare il secondo, per indicare la vulnerabilità e la frammentazione dell'ecosistema.

Sarebbe quindi utile una valutazione, in particolare, dell'indicatore D.09 per gli ambiti di riferimento, ma la disponibilità dei dati non consente un calcolo affidabile. E' necessario, per questo, trovare dei dati che descrivano in modo omogeneo sia la situazione attuale sia quella di trasformazione futura. I dati che meglio rispondono a questo requisito sono l'uso del suolo reale e l'uso del suolo pianificato

della Provincia di Trento, per i quali è disponibile l'aggiornamento rispettivamente al 2003 ed al 2013. La codifica delle aree, tuttavia, è diversa e non direttamente corrispondente tra i due set: il suolo reale usa una codifica gerarchica a quattro cifre, il pianificato un sistema di classi derivato dai PRG. Per confrontare i due set si sono estratti dal primo i codici corrispondenti all'urbanizzato (con prima cifra 1), dal secondo le categorie urbane impiegate nella VIT originale per il calcolo dell'indicatore C.02 – Consistenza delle aree urbanizzate (pag. 60 del documento “Applicazione dei criteri della metodologia di valutazione integrata territoriale nei comuni delle Comunità di Valle del Trentino – Rapporto finale di ricerca – Comunità di Primiero). Un confronto tra i tematismi così ottenuti evidenzia che nell'uso del suolo reale si considerano urbane zone non classificate come tali nell'uso del suolo pianificato; viceversa, zone indicate come urbane nell'uso del suolo pianificato non sono considerate tali nell'uso del suolo reale pur essendo già edificate nel 2003. Queste differenze comportano variazioni fittizie di classificazione di aree con ordine di grandezza analogo a quello del suolo realmente soggetto a trasformazione. Si ritiene pertanto l'indice così calcolato poco affidabile e se ne evita qui la riproposizione, rimandando piuttosto alle considerazioni sul consumo di suolo nei diversi ambiti illustrate nel Documento preliminare al Piano Territoriale, Allegato 1, paragrafo 2.8.7 “L'occupazione dei suoli per insediamenti” pag. 54 e successive.

3.4.2. Lo stato attuale descritto nel Documento Preliminare al PTC

- Il paesaggio è un fattore fondante l'identità locale, che segna la qualità della vita delle comunità ed è una risorsa sulla quale si fonda l'attività turistica.
- Dal punto di vista morfologico e ambientale, Primiero trova precisa collocazione in ambito alpino. I gruppi montuosi che ne caratterizzano il territorio, essendo comuni alle regioni circostanti e oltre, segnano una continuità dal punto di vista naturalistico con tali aree.
- [Si registra una] trasformazione complessiva del paesaggio, con l'abbandono dei prati-pascoli di mezza quota e l'avanzare del bosco. [In questo senso] spicca il tema dell'abbandono: senza contare gli effetti economici diretti e l'immediata ricaduta paesaggistica, il progressivo abbandono dei coltivi e dei prati al loro naturale rimboschimento comporta una perdita di biodiversità, dal momento che la riduzione delle aree agricole va da un lato a ridurre le nicchie produttive di varietà e razze tradizionali, dall'altro a eliminare elementi indispensabili per gli equilibri ecologici consolidati.

3.5. La progettualità locale nel settore commerciale

3.5.1. Lo stato attuale che emerge dalla VIT

E.01_Botteghe Storiche e

E.02_Iniziative di Valorizzazione Integrata Commercio-Turismo

Questi indici sono finalizzati alla valutazione di un aspetto molto importante nel settore commerciale, la capacità di iniziativa locale; in particolare, la scelta di questi indicatori li colloca in modo piuttosto chiaro nell'ambito dell'offerta commerciale rivolta al settore turistico. L'argomento è vasto e piuttosto sfuggevole nella sua definizione, molto più difficile da focalizzare rispetto ai temi precedenti, dove i metodi di valutazione ed i dati cui fare riferimento sono sicuramente meglio consolidati nel campo

della pianificazione. Appare però riduttivo esprimere delle considerazioni di carattere generale su questo tema basandosi unicamente sui due indicatori E.01 ed E.02: riguardo al primo, l'adesione all'albo delle botteghe storiche non necessariamente esprime la vitalità del settore, trascurando ad esempio le nuove iniziative imprenditoriali o la proposizione di nuovi prodotti che pur essendo locali non si possono considerare tradizionali; riguardo al secondo, definire cosa si possa ritenere iniziativa integrata commercio-turismo e cosa no, anche partendo dal calendario delle manifestazioni locali, presenta un certo margine di discrezionalità.

In questa sezione pertanto non si ricalcolano questi indicatori, ma vale la pena di evidenziare come anche la VIT originale sottolinea una complessiva debolezza del sistema-valle riguardo a questo tema. Tale debolezza è particolarmente rilevante ragionando, per l'appunto, in un'ottica integrata commercio-turismo: a riguardo, lo studio degli equilibri interni alla Comunità ha un'importanza trascurabile rispetto all'immagine complessiva che il territorio deve dare all'esterno per poter essere turisticamente attrattivo. Dunque la scala più appropriata per valutare questo argomento non è tanto la scala degli ambiti interni, quanto la collocazione e la forza complessiva dell'offerta di Primiero verso gli ambiti esterni ad esso.

3.5.2. Lo stato attuale descritto nel Documento Preliminare al PTC

- In ambito culturale, un tratto peculiare di Primiero è l'estrema vivacità, ricchezza e molteplicità delle iniziative. Ciò implica anche una certa dispersività che però si potrebbe ritenere fisiologica e utile fermento del dialogo tra i vari attori. [Esistono] iniziative di carattere sociale e culturale (organizzazione di eventi, corsi di formazione, riunioni tra piccoli produttori) che mirano alla valorizzazione dei prodotti tipici locali, delle pratiche d'agricoltura sostenibile e di una rinnovata cultura alimentare. Tali iniziative aggregano interessi diffusi a livello sociale, ma non hanno ancora sbocchi organizzativi per strategie imprenditoriali.
- Rimangono ancora attive, anche nei piccoli centri e nei centri storici, alcune strutture e attrezzature sportive, ricreative e culturali, utilizzate per attività e iniziative che tendono ad essere organizzate più in funzione dei turisti che dei residenti, anche se le stesse vengono garantite in prevalenza dalla estesa rete dell'associazionismo locale, vera spina dorsale del capitale sociale.
- L'associazionismo, costituito da persone fortemente legate al territorio, è peraltro teso a far vivere i luoghi e i territori nella loro attuale configurazione, spesso senza strutturarsi entro una strategia sovra-locale in grado di qualificare il servizio culturale.

3.6. Le scale territoriali appropriate per obiettivi, strategie ed azioni

3.6.1. Criteri generali

In questo paragrafo si riprendono gli elementi di analisi e le indicazioni degli strumenti di programmazione assegnandoli alla scala territoriale più appropriata. Ciò al fine di meglio evidenziare le relazioni tra le varie dimensioni inserendole in un quadro organico di rapporti tra insediamenti, attrezzature e servizi, attività economiche e rete infrastrutturale.

Le scale territoriali che, per gli scopi del PSC, si reputano più produttive sia in fase di sintesi che in quella di definizione di strategie sono tre:

1. *la scala sovra-locale*, in cui Primiero risulta un nodo di una rete più ampia nella quale può ricercare utili connessioni con le realtà che lo circondano e trovare un proprio ruolo ed identità;
2. *la scala del territorio di Primiero nel suo insieme*, esteso ai territori di tutti gli otto i Comuni che compongono la Comunità di valle, sul quale si dipanano e si intrecciano numerosi sistemi territoriali compreso quello dell'offerta commerciale che risulta composto da cinque ambiti territoriali correlati, sostanzialmente corrispondenti ad altrettante conurbazioni: Vanoi, Basso Primiero, Alto Primiero, Sagron Mis e San Martino – Passo Rolle;
3. *la scala dei singoli ambiti*, testé elencati, composti da strutture commerciali di vario tipo (grandi, medie o di vicinato) talora organizzate in agglomerazioni *concentrate* o *lineari*.

3.6.2. Primiero nella scala extra-locale: provinciale, interregionale, nazionale e globale

A partire sia dal quadro territoriale (morfologico, idrografico, ambientale e climatico), sia da quello antropico (storico, culturale ma anche economico) Primiero può essere letto sia come territorio di confine e lembo meridionale dell'ambito alpino, sia come luogo di transizione e di comunicazione tra pianura e montagna, sud e nord. A questa condizione di base, si sovrappone uno stato delle infrastrutture viarie altrettanto determinante. Se la gola dello Schenèr costituisce da sempre la *porta di Primiero* aperta verso sud, i tre passi agli altri punti cardinali (Cereda ad est, Broccon ad ovest e Rolle a nord) risultano molto meno frequentati a causa sia della minor rilevanza delle mete a cui conducono, sia della problematica transitabilità invernale.

Il ruolo che può essere attribuito a Primiero è quindi sia di marginalità rispetto ai punti nodali dei sistemi alpino e di pianura, sia di interconnessione tra essi. Rispetto a questo quadro, non risulta sempre chiara l'individuazione delle specificità insediative, culturali e paesaggistiche che rendono Primiero spendibile come offerta territoriale, turistica e commerciale.

La popolazione residente, attorno ai 10.000 abitanti, si trova appunto in relazione ad una quota di oltre 600.000 presenze turistiche/anno, pari ad una media di circa 1.800 abitanti equivalenti, con picchi d'alta stagione che raggiungono i 4.600 in agosto. Accanto all'attrattività turistica, si registra ultimamente un'aumentata capacità di Primiero di attirare popolazione che lo trasforma, almeno in parte, da terra di emigrazione a terra di accoglienza pareggiando un saldo demografico altrimenti negativo.

Il comparto turistico, che ha svolto nell'ultimo mezzo secolo un ruolo trainante per tutta l'economia, vede oggi la sua centralità offuscata. In rapporto alla realtà trentina, la collocazione dell'ambito turistico primierotto appare quantomeno migliorabile: i dati di arrivi e presenze lo collocano infatti dietro diversi altre realtà provinciali: Alto Garda e Ledro, Comune General de Fascia (comunità contermina e dalle caratteristiche omologhe che registra un comparto turistico quattro volte quello di Primiero), ma anche Val di Sole e Giudicarie.¹⁰

In questo momento, non sembra sia chiara la comprensione dei contesti paesaggistici generati dalla specificità territoriale: una criticità che non permette di riconoscere e utilizzare a pieno queste risorse turistiche. Anche aspetti non secondari come il trend ad una riduzione della presenza media turistica e ad una stagionalità sempre più ridotta, da una parte, così come una domanda di turismo sostenibile presente, ma limitata e in crescita lenta, dall'altra, stentano a trovare collocazione razionale in un'offerta aggiornata ed efficiente.

In termini più strettamente economici di scambio, Primiero è un nodo di una rete che in passato ha svolto, a partire dalle risorse locali, delle funzioni differenziate, più o meno attrattive e rilevanti, le quali lo hanno posto in rilievo a scala sovra-regionale e alpina.

Tutti gli aspetti ricordati delineano un quadro del commercio che vede oggi Primiero come un mercato di rilevanza fluttuante, in ragione della stagionalità turistica, che motiva un importante import legato al rifornimento delle strutture del comparto: catering, ma anche commercio all'ingrosso e al minuto. In questo tipo di import non è secondaria la quota di materie prime che l'artigianato locale utilizza nella produzione di prodotti definiti "tipici". Questo fenomeno è rilevante per le implicazioni che comporta circa l'autenticità e la credibilità dell'offerta turistica e di prodotti locali (agroalimentari e artistici) che, almeno già in parte, sono in grado di attrarre visitatori ed esportare oltre confine l'immagine e la qualità del territorio.

In materia commerciale è inoltre da tener ben presente la ristrutturazione del settore indotta da forme, vecchie e nuove, di acquisto diretto fuori zona, senza passaggi di intermediazione da parte del commercio convenzionale: e-commerce e acquisti per corrispondenza, gruppi di acquisto solidale e turismo commerciale. Misurare queste realtà risulta particolarmente difficile. Fatta salva la necessità di svolgere indagini accurate, si può sin d'ora constatare la già alta e crescente rilevanza delle mete d'acquisto esterne a Primiero, considerando anche gli acquisti on-line o similari. Anche in merito al turismo commerciale un dato già appare evidente: la chiara dipendenza di Primiero dal mercato veneto e dal Feltrino in particolare. Emergere con evidenza la stretta correlazione tra bacino commerciale di Primiero e regione Veneto, in particolare con le città di Feltre e Bassano del Grappa, e la relativa marginalità di Trento e del Trentino in questo rapporto.

Dal punto di vista sociale, i profondi cambiamenti economici dal secondo dopoguerra in poi hanno indotto anche a Primiero nuovi stili di vita, aspettative e nuovi modelli abitativi. In particolare, questi si riflettono su due aspetti della qualità della vita. Da un lato, il progredire della terziarizzazione (specie a Fiera e San Martino di Castrozza) con un rapido avvicinamento di attività, indice di instabilità del settore e di perdita delle funzioni di "servizio di prima necessità" a favore di un sempre maggior proposta di occasioni di consumo. Da un altro lato (specie a San Martino di Castrozza) l'aggravante dell'estrema stagionalizzazione e della concomitante chiusura delle strutture alberghiere e di quelle commerciali, con i noti fenomeni di sofferenza sociale che questo porta con sé.

Per riprendere l'alternativa delineata in apertura di questo paragrafo, sembra di poter constatare che

10 Si vedano, al precedente paragrafo 3.2.1, gli indicatori B.01 e B.02.

oggi Primiero presenta tre caratteri principali: un'accentuata dipendenza commerciale (e più in generale, di servizi) dal Veneto e dal Feltrino in particolare, un'altrettanto accentuata distanza da Trento e, quel che più conta, una preoccupante propensione a non valorizzare le potenzialità di transito e comunicazione tra pianura e montagna, sud e nord che lo hanno già positivamente caratterizzato in passato.

3.6.3. Il sistema commerciale a scala dell'organismo territoriale di Primiero

3.6.3.1. Caratteri generali

Alcuni tratti e tendenze del comparto commerciale di Primiero hanno carattere generale e influiscono (pur con una distribuzione disomogenea e, talora, proprio a causa di essa) sull'intero territorio della comunità a partire dalle aree urbanizzate che costituiscono il baricentro dei cinque ambiti individuati.

Un primo carattere registrato dal Documento preliminare è il prevalere di una consistente frammentazione di piccole imprese commerciali ciascuna costituita da pochi dipendenti. Questa caratteristica, da far risalire sia a condizionamenti geografici che allo sviluppo storico del settore, è oggi controbilanciata da fenomeni di accentramento di talune funzioni che, attraverso l'insediamento di grandi strutture di vendita, induce una consistente nuova mobilità veicolare interna, gravitante talora su infrastrutture e in nodi non dimensionati allo scopo. Ne conseguono problematiche di intralcio al traffico e scarsità di parcheggi che saranno meglio precisate per i singoli ambiti.

Una peculiare dinamica che interferisce, in parte, con l'attività commerciale è l'accentramento dell'attività di trasformazione del settore lattiero-caseario. Esso ha provocato, negli ultimi decenni, una selezione degli alpeggi e la trasformazione degli edifici in posizione commercialmente più strategica in agriturismi con vendita di prodotti. In questo modo, il latte prodotto in loco viene portato a valle per la trasformazione per poi riportare i prodotti in alpeggio per la vendita. Modalità che induce un movimento interno di merci che, per taluni prodotti locali e cosiddetti "tipici", può raggiungere anche i 60 km a scapito della loro sostenibilità. Un ulteriore aspetto della questione è evidenziato dagli indici di cui al precedente paragrafo 3.3.1 inerenti la consistenza e distribuzione delle aree agricole ed a pascolo. Mentre le prime (indice C.05) si concentrano principalmente nell'Alto e Basso Primiero, con Sagron Mis e San Martino aventi consistenze trascurabili, le seconde (C.06) vedono prevalere proprio gli ambiti del Vanoi e San Martino, sedi del maggior numero di alpeggi e malghe estive. Il che porta alla considerazione che la concentrazione della lavorazione, ancorché giustificata da ottimizzazioni di natura economica, costituisce l'elemento critico che distrae dai due ambiti produttivi del Vanoi e di San Martino le materie prime che potrebbero avere dei cicli produttivi per intero sviluppati in loco, dal pascolo alla vendita finale dei prodotti.

L'accentramento di cui si è detto contribuisce alla ristrutturazione del settore soprattutto a sfavore delle attività commerciali di vicinato, largamente prevalenti dal punto di vista numerico ma distribuite in maniera molto disomogenea. Il loro progressivo calo tende a spogliare i centri minori di attività vitali, creando un disequilibrio tra gli ambiti. Ai fini di rappresentare la copertura o l'assenza di attività di vicinato sul territorio, le tavole 2, individuano per ciascuna struttura un raggio d'influenza. In relazione al contributo che ciascun tipo di struttura può dare alla vitalità dell'abitato, si sono convenzionalmente assunti come raggi d'influenza i 250 metri per le attività di vicinato, i 500 metri per le medie strutture ed i 2500 metri per le grandi strutture di vendita. Lo spopolamento commerciale contribuisce in maniera rilevante a innescare l'esodo della popolazione, sia verso gli ambiti più attrattivi che verso

l'esterno di Primiero: fattore grave di incentivo all'abbandono del territorio. Particolarmente evidente è la progressiva spoliazione di attività di servizio, di vicinato e di piccolo artigianato nei centri storici. Non fosse altro che per il fatto che questi ne erano un tempo dotati, mentre le espansioni più recenti sono sorte, fin dall'inizio, sguarnite di questi elementi essenziali per la vitalità e qualità abitativa. Questa situazione è solo in parte mitigata da diffuse piccole attività produttive e di scambio informale di prossimità e d'autoconsumo. Queste rimangono importanti dal punto di vista sociale ed anche da quello dei singoli bilanci familiari. Si tratta soprattutto della sopravvivenza di tradizioni locali d'autoconsumo quali orti o coltivazioni a scopo familiare che, solo in qualche raro caso, raggiungono il mercato.

Un territorio vissuto e ben mantenuto è fonte di paesaggi di pregio che segnano la qualità della vita delle comunità e costituiscono una risorsa sulla quale si fonda l'attività turistica. La trasformazione complessiva del paesaggio a seguito dell'abbandono ha quindi ricadute immediate sul prodotto Primiero. A queste si affianca una significativa perdita di biodiversità allevata e coltivata: da un lato, si vanno a ridurre nicchie produttive di varietà e razze tradizionali, dall'altro ad eliminare elementi indispensabili per gli equilibri ecologici consolidati.

Un fattore solo in parte distribuito sul territorio e che assume particolare rilevanza soprattutto in alcuni ambiti (San Martino e Alto Primiero, sui quali si tornerà in dettaglio) è la stagionalità turistica che induce molte attività commerciali ad attività saltuaria che, in bassa stagione, sguarnisce gli abitati di funzioni di primaria rilevanza sociale. Anche con questa stagionalità estrema il ruolo trainante del turismo ha prodotto, oltre che con molti altri influssi, l'approfondirsi della differenza tra diversi ambiti e facendo sì che i servizi alla persona (intesi in senso lato) siano direttamente influenzati dalle presenze turistiche e dall'andamento delle stagioni turistiche.

Si è già fatto cenno alle produzioni locali, tipiche o tradizionali. Occorre ricordare come quelle agroalimentari e di artigianato artistico riforniscano il mercato turistico e talvolta realizzino anche integrazioni con il settore turistico negli investimenti di alcune aziende agricole nel campo dell'ospitalità rurale. A queste si affiancano numerose iniziative di carattere sociale e culturale che mirano a valorizzare i prodotti locali, aggregando interessi diffusi ma senza aver ancora raggiunto sbocchi organizzativi per strategie imprenditoriali e commerciali.

Ritornando ai caratteri socio-culturali di carattere più ampio e generale, si deve segnalare la presenza di elementi di squilibrio tra benessere collettivo ed individuale, a favore di quest'ultimo. Risultano evidenti, anche attraverso taluni tratti dell'offerta commerciale, delle espressioni di individualismo consumistico sulle quali potrebbe essere opportuno condurre degli approfondimenti conoscitivi. A questi si accompagna, presso cittadini ed ospiti, una scarsa consapevolezza dei limiti, resa evidente da stili di vita che vanno a detrimento e svalutazione dei beni comuni.

Tra i fattori qualificanti la vita di molti centri di Primiero, a compensazione della spoliazione commerciale di cui si è detto, si segnala di certo l'estrema vivacità in ambito culturale. Essa comporta ricchezza e molteplicità di iniziative, pur con una certa dispersività fisiologica e un significativo accentramento stagionale correlato al turismo. Si tratta di iniziative culturali provenienti in prevalenza dall'estesa rete dell'associazionismo, vera e propria spina dorsale del capitale sociale. Si tratta tuttavia di un associazionismo teso a far vivere i luoghi e i territori nella loro attuale configurazione, con una accentuata tendenza alla rievocazione del passato e scarsa propensione ad innovare. Ciò avviene spesso senza inquadrare le proposte in una strategia sovra-locale in grado di dotare di respiro ampio

l'offerta culturale. Limite di questa frammentazione è la debolezza, se non assenza, di un orizzonte culturale condiviso che favorisca il sorgere di tratti identitari non campanilistici, retrivi o passatisti ma democratici, pluralistici, inclusivi ed evolutivi.

A ciò contribuisce una conoscenza sempre meno diffusa del territorio, la quale costituisce invece la necessaria base per ogni radicamento e progettualità non predatoria o dissipativa. Anche i non pochi tentativi di trasmissione dei saperi tradizionali, preziosi nella prospettiva di un utilizzo sostenibile di territorio e risorse, sono compiuti più in visione di un'autorappresentazione volta al passato che non nella prospettiva di un loro impiego aggiornato ed innovativo. A queste tendenze si accompagnano evidenti carenze di cultura imprenditoriale locale efficace che sappia coniugare la trasmissione della tradizione e con l'innovazione. Mancano altresì azioni di rete, di cui è particolarmente carente il settore commerciale, che sappiano coniugare l'iniziativa privata con l'azione pubblica. Situazione di certo penalizzata da un'architettura istituzionale e un settore pubblico debordanti ma con larghe aree di obsolescenza ed inefficienza.

3.6.3.2. Fattori di equilibrio/squilibrio tra gli ambiti

Come già segnalato, la dotazione di esercizi commerciali, e più genericamente di servizi alla persona, denota una distribuzione diseguale tra gli ambiti. Si tratta di una differenziazione accentuata anche dal sistema orografico e infrastrutturale ma, non per questo, meno rilevante e, in taluni casi, preoccupante. Gli indici illustrati ai precedenti paragrafi 3.1, 3.2 e 3.3 consentono di evidenziare taluni di questi caratteri.

Appare, innanzitutto e con grande evidenza, lo squilibrio sia di consistenza (indice A.01) che di vocazione (A.02) e densità commerciale (A.03) tra la valle centrale del Cismon e le due vallate laterali del Vanoi e del Mis. All'interno della valle del Cismon, spicca la prevalenza dell'ambito dell'Alto Primiero rispetto agli altri. San Martino di Castrozza emerge invece a causa del proprio carattere turistico con una vocazione sostanzialmente uguale all'Alto Primiero e con una densità commerciale palesemente fuori scala rispetto alla popolazione residente. Gli indici di varietà di formato (A.04 e A.05) ribadiscono la disomogeneità già rilevata: una forte, se non sovrabbondante, presenza di esercizi di vicinato nella valle del Cismon, specie nell'Alto Primiero ed a San Martino, cui corrisponde la debolezza di Vanoi e, soprattutto, di Sagron Mis. A ciò si accompagna la totale esclusione di medie e grandi strutture (A.05) dalle valli laterali. Alle due grandi strutture (collocate a Mezzano e Transacqua) si accompagnano, con analoghe funzioni accentranti, sia il *centro commerciale naturale* di Fiera, sia il mercato settimanale a Tonadico che può essere paragonato ad una grande struttura di carattere non continuativo.

Tra i possibili fattori di squilibrio merita anche segnalare l'ineguale distribuzione, tra valle centrale e laterali, della rete tecnologica di comunicazione che potrebbe limitare per Vanoi e Mis anche la diffusione del mercato elettronico.

Le differenze fra ambiti sono ulteriormente segnalate dagli indici di specializzazione (A.06 e A.07) che, non a caso, segnalano i valori massimi del commercio "misto" negli ambiti del Vanoi e del Mis (dove esso costituisce un livello minimo basilare, debole e poco competitivo di soli esercizi di vicinato), mentre raggiungono la massima dotazione di "non alimentare" a San Martino di Castrozza e nell'Alto Primiero, le due sub-aree più diversificate.

Mette conto segnalare qui l'indice di consistenza delle aree commerciali (C.04), costruito sulla base delle previsioni del PRG. Esso pone in evidenza la discrasia tra stato attuale e previsioni poiché le

maggiori aggregazioni commerciali esistenti (Fiera e San Martino) non rientrano nelle aree commerciali previste, invece localizzate in prevalenza a Transacqua. Segno evidente di un pensiero sul rapporto tra commercio e territorio sfocato e privo di coerenza.

L'indice di dinamica demografica (C.01) nell'ultimo decennio conferma il fenomeno di accentramento più volte segnalato e le sue conseguenze sulla popolazione. Mentre San Martino e Alto Primiero registrano aumenti di popolazione (specie il primo), il Basso Primiero risulta sostanzialmente stabile e Vanoi e Sagron Mis hanno saldi nettamente negativi e preoccupanti. Ciò, nel caso del Vanoi, nonostante i miglioramenti infrastrutturali e forse proprio a causa anche di tali nuove dotazioni.

Sulla dinamica della popolazione si innestano quelle dovute al turismo, cui si è già fatto cenno al precedente paragrafo 3.6.2. Gli indici a disposizione sul movimento turistico confermano, ancora una volta, effetti e opportunità molto diseguali tra valle del Cismon e valli laterali nonché, all'interno della prima, tra il Basso Primiero e gli altri due ambiti. Arrivi e presenze (B.01 e B.02) delineano una nettissima prevalenza di San Martino – Rolle seguita da un buon risultato dell'Alto Primiero, ma con valori del tutto marginali negli altri tre ambiti. A conferma di ciò, le strutture alberghiere si concentrano in modo quasi esclusivo proprio a San Martino e nell'Alto Primiero, mentre gli altri ambiti vedono molto più diffuse le pratiche dell'affitto di alloggi. La dinamica delle presenze sull'ultimo decennio (B.07) risulta negativa per tutti gli ambiti. I due contesti che più ne hanno risentito sono Basso Primiero e Vanoi, mentre Alto Primiero e San Martino, registrando una flessione minore, ribadiscono ancora una volta lo squilibrio territoriale dell'opportunità turistica ed economica.

Anche il tasso di turisticità (rapporto tra presenze e residenti, B.03) conferma la divisione più volte rilevata. Assolutamente netta risulta la vocazione turistica di San Martino (sia invernale che estiva), al punto da rendere trascurabili i valori di tutti gli altri ambiti. Tra questi ultimi si distingue l'Alto Primiero, notevolmente superiore agli altri. La distinzione tra periodo invernale (dicembre-aprile, B.04) ed estivo (giugno-settembre, B.05) rimarca la nettissima prevalenza di San Martino in entrambe le stagioni. Solo in periodo estivo il divario si riduce, segnalando come negli altri ambiti la stagione prevalente sia appunto questa. Nel complesso, il fenomeno turistico appare molto polarizzato e concentrato in periodi brevi.

Anche il tasso di ricettività (B.06) mostra un netto squilibrio tra San Martino e tutti gli altri ambiti. Anche se in questo caso, rispetto ai precedenti indicatori, tra gli altri ambiti la situazione appare più equilibrata. Come dire che la dotazione di strutture appare più idonea e ben distribuita di quanto, alla prova dei fatti, essa venga poi utilizzata e valorizzata.

3.6.4. Gli ambiti territoriali e la loro organizzazione interna

L'esposizione del presente paragrafo, nel prendere in esame i singoli ambiti, si svilupperà a partire dall'asse insediativo maggiore, quello del torrente Cismon, risalendolo dall'ingresso dello Schenèr al Passo Rolle, per poi spostarsi nelle due vallate laterali del Vanoi e del Mis. Al di là di valutazioni di merito sulla rilevanza di ciascun ambito, è sembrato questo l'ordine espositivo che più ne facilita la comprensione rispetto all'insieme dell'organismo territoriale.

3.6.4.1. Basso Primiero o Sottopieve

Sorti lungo l'asse dell'antica strada *imperiale* Imèr, Mezzano e le relative frazioni si sono sviluppati, nel corso del Novecento, occupando sia gli spazi tra i due centri maggiori, sia nuove vaste aree ai due estremi opposti dell'attuale agglomerato; ma si sono sviluppati anche con “nuclei satellite” come Molarén, Coppèra ed il Villaggio Sass Maor. Attraversati dalla strada principale sino al momento dell'apertura della nuova circonvallazione (2009), i tre abitati maggiori (i due capoluoghi più Masi di Imèr) sono tutt'oggi la sede della maggior parte delle attività commerciali. La ridefinizione della viabilità principale ha tuttavia riorientato i sistemi di accesso sia di Imèr che di Mezzano, oggi provenienti da sud. Ciò comporterà, col tempo, una ridisposizione di talune attività commerciali che si ritrovano oggi in posizione poco attrattiva. È il caso, ad esempio, anche di una struttura di servizio importante come il distributore di carburanti di Masi che potrebbe risultare più funzionale se attestato sulla circonvallazione all'entrata della valle. I due centri storici maggiori hanno visto negli ultimi decenni diverse cessazioni di attività di vicinato, sia di prima necessità che specialistiche. In termini di qualità abitativa, i centri storici di questo ambito hanno visto anche la perdita di attività di piccolo artigianato, l'abbandono di numerosi edifici rurali, nonché il riuso incondizionato di spazi di deposito delle abitazioni e l'eliminazione di non pochi spazi ad orto. Tutti elementi che hanno contribuito a renderli meno attrattivi. Carenze analoghe si registrano nelle aree di recente espansione, dove mancano sia le dotazioni appena ricordate sia i gli esercizi di vicinato in grado di apportare vitalità a queste aree. Le zone più sguarnite sono: l'area delle Scarène e il Villaggio Sass Maor ad Imèr e le aree delle Scure e della Coppèra a Mezzano.

La buona dotazione di esercizi di vicinato (indice A.04) e di medie dimensioni (indice A.05) nei due abitati principali dà origine a due agglomerazioni nel cuore dei rispettivi centri storici. Quella di Mezzano, all'innesto del nuovo accesso da sud al paese nella ex statale, appare in posizione più vantaggiosa rispetto a quella di Imèr.

L'affaccio delle attività sulle strade di maggiore traffico non evidenzia punti critici di particolare rilievo, anche se una verifica puntuale potrebbe far emergere qualche nodo problematico e potrebbe essere occasione per razionalizzare le due agglomerazioni storiche. A questo proposito, si sottolinea la scarsa organicità ed eccessiva rarefazione di esercizi dell'agglomerazione di Imèr.

La presenza di una grande struttura di vendita risulta invece l'elemento distintivo di una terza agglomerazione situata in località Giare, a cavallo del confine tra i due Comuni, in destra del torrente Cismon; essa, pur essendo in fregio alla circonvallazione, manca di un sistema d'accesso adeguato.

Nel complesso, Mezzano può vantare una più varia dotazione di spazi per attività ed iniziative aggreganti rispetto ad Imèr che, invece, tende ad accentrarle preso l'edificio delle Siéghe, lontano dall'asse commerciale. Entrambi i paesi hanno tuttavia avviato, negli ultimi anni, un uso saltuario per eventi di parti di abitato che vengono appositamente penalizzate.

L'elemento stagionalità, a causa di valori decisamente bassi di arrivi e presenze turistiche, con tassi di turisticità e dinamiche minimi e in via di calo (B.01, B.02, B.03 e B.07), sembra avere in questo ambito un'incidenza complessivamente contenuta e non problematica.

3.6.4.2. Alto Primiero o Soprapieve

Gli insediamenti più antichi dell'ambito di Soprapieve (Siror, Tonadico, Ormanico, Transacqua e Pieve) sono sorti tutti lungo le aste dei torrenti Cismon e Canali, oppure a poca distanza da queste, sull'asse di rivi affluenti dei due corsi d'acqua principali. Fiera di Primiero, l'attuale centro

commerciale naturale dell'ambito e dell'intera comunità, è sorta solo nel XV secolo in destra Cismon, proprio in corrispondenza del prato dove si tenevano le fiere annuali della valle.

L'evoluzione insediativa più recente ha visto, a partire dal primo dopoguerra, l'espandersi incontrollato, sia lungo i principali assi viari che su suoli agricoli (a Transacqua e Tonadico), di un edificato rado secondo schemi insediativi spesso casuali e disorganici oppure per lottizzazioni contrapposte ai centri storici originari. Ad un diffuso fenomeno di nuove edificazioni, sia per prime che per seconde case, ha corrisposto il progressivo spopolamento dei centri storici e (fatta eccezione per Fiera di Primiero) e la progressiva fuga delle attività di vicinato. I centri storici hanno anche visto, negli ultimi decenni e pur in misure differenti, la perdita di attività di piccolo artigianato, l'abbandono di edifici rurali, l'eliminazione di spazi di deposito delle abitazioni e l'eliminazione degli orti. Tutti elementi che hanno contribuito ad impoverirne la qualità insediativa. Non hanno compensato che in parte queste dinamiche i nuovi insediamenti commerciali dell'agglomerazione di Viale Piave, a sud di Fiera lungo l'asse urbano principale, né quelli della zona Fol – Fossi - Isola Bella, in sinistra Cismon. Si situa proprio all'ingresso sud dell'ambito una grande struttura di vendita di recente realizzazione che, date le carenze di standard di parcheggio e la posizione a ridosso della rotatoria esistente, induce significative problematiche di traffico. Problematiche analoghe (che meriterebbero un attento monitoraggio) causano anche altre attività commerciali con affaccio sull'asse stradale che innerva l'ambito e conduce a San Martino di Castrozza ed attraversa alcune aree critiche come viale Piave, il margine sud del centro storico di Fiera e la località Tressane.

Di segno opposto l'evoluzione dell'abitato di Fiera, la principale agglomerazione dell'ambito, grazie anche alla pedonalizzazione dell'asse insediativo più antico. Si assiste qui alla concentrazione massiccia di attività commerciali di vicinato (indici A.04) a svantaggio degli abitati circostanti, con un rapido avvicendamento di attività, talvolta accompagnato dalla perdita di alcune funzioni di “servizio di prima necessità” a favore di una sempre maggiore proposta di occasioni di consumo. Sono questi i fattori che determinano un indice di specializzazione (A.07) secondo solo a quello di San Martino.

Come già ricordato, la disomogenea distribuzione di strutture di vicinato si impenna sulla centralità di Fiera ma lascia scoperte ampie aree di recente edificazione, soprattutto a sud-est di Transacqua e nelle zone situate presso la Campagna tra Siror e Tonadico. Nonostante la relativa vicinanza ai rispettivi centri storici, queste aree risultano impoverite dall'assenza sia di attività commerciali che di piccolo artigianato, così come di spazi pubblici di aggregazione.

Gravita sull'ambito, a cavallo tra Fiera e Tonadico, anche il mercato settimanale che, insieme ad altri mercatini minori a cadenza stagionale, si configura come un'ulteriore grande struttura di vendita la quale, pur saltuariamente, induce significative problematiche di viabilità e parcheggi.

La necessità di una riorganizzazione complessiva era stata segnalata già dal Piano Urbanistico Comprensoriale del 1977 con la previsione di una riqualificazione complessiva delle aste dei due torrenti come cuore dei servizi di questo ambito. Sia la criticità che la possibilità di intervento rimangono, dopo quasi quattro decenni, tuttora valide.

La stagionalità delle attività commerciali, legata a quella turistica, emerge soprattutto a Fiera di Primiero dove, non di rado, si somma alla poco coerente organizzazione quotidiana degli orari e dell'offerta.

3.6.4.3. San Martino di Castrozza e Passo Rolle

Sorto, o meglio risorto, dopo il 1918 sulle ceneri dell'antica stazione turistica asburgica, *San Martino* si distingue dagli altri ambiti insediativi per molti caratteri. Privo di centro storico (se si eccettuano le tracce dell'antico convento e della sua chiesa), l'abitato si è espanso attorno al nucleo dei primi insediamenti alberghieri a cavallo del torrente Cismon. A partire dal secondo dopoguerra, l'abitato si è espanso a raggiera, lungo direttrici secondarie e per lottizzazioni residenziali “a pettine” ben riconoscibili, occupando buona parte delle estensioni prative della conca che lo ospita. Queste recenti espansioni, costituite in larga prevalenza da seconde abitazioni, sono perlopiù prive di attività commerciali, di servizio o di piccolo artigianato che conferiscano loro vitalità e qualità della vita per i residenti. Le attività commerciali sono concentrate (densità commerciale, A.03), secondo un modello prettamente urbano, in un breve tratto stradale in parte a sud-ovest e in parte ad est del ponte sul Cismon, area identificata dai turisti come il “corso” in cui “fare le vasche” nei momenti di socializzazione. È proprio lungo questo tratto, questa L stradale, che si sviluppano le due maggiori agglomerazioni di attività commerciali. Si affaccia appunto qui la grande maggioranza delle attività commerciali, con inevitabili effetti di congestione del traffico e degli spazi nei periodi di punta turistici, solo in parte attenuati dalla pedonalizzazione a fasce orarie del centro. La varietà di formato delle attività è tra le più alte di Primiero, componendosi sia di numerosi esercizi di vicinato (perlopiù specialistici e non misti e, pertanto, poco utili ai fini della qualità della vita dei residenti: indicatori A.04 e A.07), sia di alcune medie strutture commerciali (A.05).

Tre le carenze più evidenti di questo ambito: la desertificazione commerciale di buona parte dell'abitato, la carenza di servizi essenziali (tra i quali emerge la mancanza di un'area di servizio carburanti) e la scarsa organicità e qualità abitativa del centro. Questo ultimo aspetto era stato già segnalato dal PUC del 1977 che indicava la necessità di una riorganizzazione complessiva del centro commerciale, poi progettata ma mai attuata.

Un ultimo carattere distintivo di San Martino rispetto agli altri ambiti è, infine, l'accentuata stagionalità delle presenze turistiche, alla quale si adegua la gran parte dell'offerta commerciale, ricettiva e di servizi. San Martino si trasforma così, nelle basse stagioni, in una “città deserta”. Con evidente discapito della qualità della vita dei residenti i quali, superata ormai la soglia delle 500 persone, costituiscono una comunità gravata da evidenti criticità in termini di qualità della vita e dei servizi.

Come la gran parte dei passi alpini, anche quello del *Rolle* costituisce un insediamento che si riferisce quasi esclusivamente alla struttura viaria principale di attraversamento. L'insieme degli edifici risulta quanto mai disomogeneo per forme, dimensioni e qualità e vi trovano collocazione rarissime attività commerciali, affiancate da poche strutture alberghiere.

La qualità dell'edificato e degli spazi è particolarmente modesta e ciò, in contrasto con il pregio dell'intorno paesaggistico, risulta ancor più evidente nei periodi di bassa stagione turistica. Ad aggravare questa situazione contribuisce, oltre all'estensione ed il disordine delle aree a parcheggio, anche la presenza di attività commerciali ambulanti. L'effetto generale, per questa importante porta di Primiero è di desolazione ed incuria. I fronti strada risultano estremamente disomogenei, grazie anche al contributo dei grandi volumi edilizi militari, e ben poco potrebbero fare per il loro miglioramento le scarse attività commerciali ed alberghiere.

Tutto ciò consiglierebbe un intervento di riordino generale che tenga conto della valenza comunicativa che questo luogo ha per l'intero territorio primierotto e che, in questo contesto, mettesse a fuoco l'apporto che anche le attività commerciali possono dare.

3.6.4.4. Valle del Vanoi

Il sistema insediativo della valle del Vanoi si impenna sui due assi idrografici dei torrenti Vanoi e Lozen. Si tratta di un complesso insieme di abitati e piccoli nuclei di origine rurale che, a causa delle condizioni orografiche, il sistema infrastrutturale connette con non poche difficoltà. L'ambito territoriale può essere suddiviso, con non poca approssimazione, in almeno cinque sotto-ambiti: quello di Canale/Lausen, quello di Caoria (sul fondovalle del Vanoi), il versante di Ronco (in destra orografica del torrente), i pianori prativi detti localmente “sóra i Àrdeni” (con gli abitati di Prade, Cicon e Zortea) ed, infine, il piccolo insediamento del Passo Gòbbera. Questa classificazione rimane comunque una semplificazione estrema che non riesce a dare una descrizione adeguata della complessità insediativa della valle. Vi dovrebbero infatti essere aggiunte le indicazioni di numerosissime frazioni, ma anche del vasto patrimonio di baite. A complicare ulteriormente il quadro, occorre segnalare la consistente attività edilizia degli ultimi due decenni la quale, nonostante il calo drastico dei residenti, ha portato alla creazione di veri e propri “nuovi paesi” come Lausen e Canal di Sotto/Mas.

Un incentivo notevole a questa evoluzione è sicuramente dato dalla migliorata accessibilità dovuta all'apertura, nel 1994, della nuova galleria che collega direttamente l'ingresso della valle del Cismon, in località Bus, con Lausén. Si è trattato di un riorientamento del sistema infrastrutturale (prima imperniato su Passo Gobbera) che ha potenziato il ruolo di Canale e appunto di Lausen, senza tuttavia che queste due agglomerazioni commerciali abbiano ancora raggiunto un assetto maturo e adeguato alla domanda d'ambito. Si tratta anche di un intervento di miglioramento stradale che, atteso da tempo come opportunità di ripresa e positivo sviluppo per la comunità locale, ha invece dato esiti controversi non ancora valutati con sufficiente attenzione.

Dal punto di vista della dotazione commerciale, l'ambito denuncia tutta la sua fragilità sia in termini quantitativi complessivi, sia di varietà di formato (indicatori A.04 e A.05), sia di specializzazione commerciale (indicatore A.06) qui ridotta a servizi di vicinato quasi solo di genere misto.

Dal punto di vista della dislocazione della dotazione commerciale (decisamente povera così come la vocazione commerciale, A.01, A.02, A.04), gran parte dei centri abitati del Vanoi ha visto, negli ultimi decenni, una progressiva e inesorabile perdita di attività di vicinato, diverse delle quali inerenti servizi di base. Al calo di piccoli negozi tiene testa, a fatica, soprattutto il sistema dei punti vendita delle Famiglie Cooperative che tutt'oggi servono i centri abitati maggiori. La scopertura di numerosi altri insediamenti evidenzia comunque, proprio nel Vanoi, un limite oggettivo della presenza commerciale affidata alla sola iniziativa privata. Essa suggerisce la ricerca di modalità alternative ed innovative che possano sopperire a questa carenza in centri abitati consistenti (come ad esempio Gobbera) ma anche nelle numerose frazioni costituite da poche case.

In situazioni di diradamento commerciale come quella del Vanoi vengono quasi sempre a cadere problematiche altrove rilevanti, come l'interferenza tra affacci commerciali e rete stradale. Né sembrano essere in atto fenomeni di stagionalità dell'offerta (B.01, B.02, B.03 e B.07), che ancor più penalizzerebbero questo ambito territoriale.

Nel caso del Vanoi appaiono evidenti la limitatezza e debolezza dell'offerta commerciale e le conseguenti penalizzazioni anche in termini di servizi di base e vitalità degli abitati e delle comunità. Appare qui particolarmente urgente un approfondimento analitico che porti a prospettare e valutare alternative le quali tengano in primo piano la rilevanza socio-economica delle sinergie del comparto commerciale con altri settori come quello pubblico, il terzo settore, ma anche il turismo ed il piccolo artigianato.

3.6.4.5. Alta valle del Mis

Quello di Mis e Sagron è un sistema insediativo minimale e polverizzato nel quale i due, già ridotti, centri maggiori sono accompagnati da diversi nuclei insediativi di poche case ciascuno. Date le ridotte dinamiche edilizie, non assume qui particolare rilievo la distinzione, altrove anche qualitativa, tra centro storico ed edificazioni recenti. La dispersione insediativa, di origine rurale, è penalizzata dal sistema stradale, disagiata ed articolata. Se l'abitato di Mis e dei suoi nuclei satellite si attesta sulla strada provinciale che collega Primiero all'Agordino, il resto degli insediamenti, compreso il capoluogo amministrativo, risultano distanti e di difficile accesso.

Con queste premesse, con una popolazione in calo che conta meno di 200 abitanti e con un flusso turistico modestissimo, la struttura commerciale è ridotta a termini così contenuti da rendere la valutazione in termini di indicatori fonte di possibili fraintendimenti. L'unica unità commerciale esistente, di vicinato e di carattere misto, è collocata a Mis, lasciando così scoperto tutto il settore orientale dell'ambito, afferente al paese di Sagron. Qui, già da tempo dismessa l'unica bottega esistente, si sopperisce con un sistema di consegna quotidiana delle merci presso l'edificio municipale. Né cambiano, nella sostanza, le condizioni di domanda e offerta nella stagione estiva che vede una modesta presenza turistica, soprattutto in seconde case (B.01, B.02, B.03 e B.07).

Nel caso di questo ambito, la sperequazione commerciale rispetto al resto di Primiero appare particolarmente evidente e penalizzante: sotto la soglia delle dotazioni minime (A.01, A.02, A.04 e A.06). Con le inevitabili conseguenze in termini di scadimento della qualità della vita e della vitalità della comunità. Ciò, nonostante il consistente impegno profuso, sia in termini di attività volontaristica e culturale della comunità locale, sia di interventi pubblici (si pensi alla nuova struttura alberghiera ed alla torre T3 di recente realizzate) per la rivitalizzazione della realtà locale.

Data la dimensione ridotta della comunità residente, a Sagron Mis valgono ancor più le considerazioni conclusive già esposte per la valle del Vanoi. Si è svolta, negli ultimi anni, un'analisi storica e culturale che ha portato alla realizzazione di un *atlante dei paesaggi* che, significativamente, definisce Sagron Mis *un luogo in cui resistere*. Questo impegno analitico prospetta anche alcune ipotesi sul futuro del territorio e della comunità. Esso potrebbe quindi valere come base di partenza per un progetto socio-economico complessivo nel quale, assieme a volontariato e settore pubblico, anche il commercio possa dare, con forme innovative e adeguate alla situazione, il proprio contributo alla miglior resistenza possibile. A questi nuovi sviluppi locali potrà senz'altro contribuire anche la recente individuazione di Sagron Mis come portale d'ingresso delle Dolomiti patrimonio UNESCO dell'Umanità, grazie alla sua collocazione baricentrica rispetto al sistema montuoso n. 3 "Pale di San Martino, San Lucano, Dolomiti Bellunesi, Vette Feltrine".

4. Obiettivi e linee di indirizzo per il commercio

4.1. Le indicazioni degli studi esistenti

Vengono riportate in questa sezione le indicazioni progettuali inerenti al settore commerciale contenute negli strumenti di programmazione locali ad oggi approvati (Documento Preliminare al Piano Territoriale di Comunità e Piano Sociale della Comunità di Primiero), negli studi disponibili (Valutazione Integrata Territoriale per la Comunità di Primiero e progetto Alimentare Primiero) e le proposte emerse nel corso del momento partecipativo OST sul commercio.

4.1.1. Il Documento preliminare al PTC

Si riprende in questo paragrafo la suddivisione nei cinque temi adottata nella VIT e nel presente documento per l'analisi dello stato attuale.

La struttura della domanda e dell'offerta commerciale

Rispetto al contesto globale, Primiero deve sviluppare la consapevolezza di essere un nodo di una rete estesa che può superare l'isolamento relativo favorendo la circolazione delle informazioni, delle persone e delle merci.

L'obiettivo non è solo quello di intercettare la domanda dei residenti che acquistano fuori valle, ma anche di rovesciare la tendenza rendendo appetibile vivere, lavorare e produrre a Primiero.¹¹ In questa prospettiva si tratta di individuare i settori nei quali la comunità può essere competitiva sul mercato extralocale, promuovendo l'integrazione tra attività e settori che, data la ridotta dimensione territoriale, siano caratterizzate più dalla qualità che dalla quantità. In questo contesto, il comparto commerciale dovrà favorire la collocazione dei prodotti locali o tipici anche all'esterno dell'ambito locale.

Per fare ciò, si tratta di promuovere integrazione, connessione e cooperazione tra risorse e attori locali per rendere sostenibile, saldo e competitivo il sistema economico locale anche attraverso un appropriato sistema commerciale.¹² A scala locale, si tratta, da un lato, di valorizzare anche attività di intermediazione commerciale non convenzionali, come gli scambi a filiera corta con i produttori locali. Da un altro punto di vista, si tratta di sperimentare offerte di intermediazione innovative (come i gruppi di acquisto locali) che giungano là dove il commercio convenzionale non riesce. Questi nuovi strumenti dovranno, in particolare, contribuire a contrastare lo spopolamento commerciale di talune aree che contribuisce poi ad innescare l'esodo della popolazione dalle aree più disagiate. Di converso, la localizzazione delle attività convenzionali di media e grande dimensione dovrà essere governata assicurando efficienza al settore ma senza sminuirne il ruolo di *servizio* alla comunità. In particolare, come azione complementare di pari valore, dovrà essere difesa e promossa la funzione anche socializzante, specie in aree periferiche, del commercio al minuto e di prossimità.

11 Dagli Indirizzi strategici del Documento preliminare, p. 25: “L’obiettivo è non solo di contrastare la tendenza all’abbandono di alcune aree e di mantenere la popolazione sul territorio, ma di rendere appetibile vivere, lavorare, produrre a Primiero. Per questo è necessario assicurare il soddisfacimento delle esigenze funzionali del territorio e dei centri abitati e perseguire una elevata qualità di vita, di lavoro e di relazioni.”

12 Dagli Indirizzi strategici del Documento preliminare, p. 27: “Il governo del territorio insediato deve mirare al soddisfacimento delle diverse esigenze di abitare, produrre, accedere ai servizi, riconoscendo il ruolo portante dei centri di origine storica, razionalizzando la collocazione delle attività e delle attrezzature entro una visione sovra-locale, contenendo il consumo dei suoli, favorendo il riuso dell’edificato di origine storica e riqualificando le aree di espansione.”

Relazioni tra offerta commerciale e sistema turistico

Le specifiche condizioni di Primiero suggeriscono di porre particolare attenzione a integrare le politiche di sviluppo turistico con quelle degli altri settori economici, così da valorizzare le risorse culturali, ambientali e paesaggistiche. Si tratta, da un lato, di riqualificare le politiche turistiche, insediative e di servizi (per gran parte commerciali) di San Martino di Castrozza in quanto polo trainante del turismo locale e luogo di primo rilievo rispetto alle Dolomiti patrimonio UNESCO. Si tratta però anche, e con altrettanta urgenza, di mirare a un riequilibrio delle opportunità territoriali e turistiche tra la valle del Cison e quelle del Vanoi e del Mis. Ciò attraverso nuovi e non meramente ripetitivi modelli turistici cui anche il comparto commerciale dia un apporto innovativo.

Si tratta perciò di perseguire un'equilibrata ed efficiente distribuzione dei poli per servizi e terziario che tenga conto di un'utenza dimensionalmente molto variabile in relazione ai flussi turistici. La prospettiva, sia a scala territoriale generale che a quella di sub-aree, deve essere quella dell'allargamento delle stagioni turistiche su tutto l'arco dell'anno.

In questa direzione va perseguito il raccordo tra i diversi settori onde sostenere la riconoscibilità del *prodotto turistico Primiero*.¹³ Ciò può essere raggiunto anche sviluppando ed offrendo produzioni locali (tipiche, tradizionali oppure innovative) che incorporino il valore aggiunto dell'alta qualità territoriale. In questo campo, Primiero ha alcune specificità in campo agro-alimentare che possono essere valorizzate mediante un'azione collettiva di comparti economici coerenti e collaboranti: la qualificata produzione lattiero-casearia, le tradizioni agricole e gastronomiche, ma anche la ricchezza culturale, economica e paesaggistica data dalle auto-produzioni.

Relazioni tra struttura commerciale ed assetto insediativo

In relazione al rapporto tra comparto commerciale e assetto insediativo, appare evidente quanto sia prioritario individuare con attenzione le più appropriate scale di pianificazione ed intervento, correttamente governando le relazioni tra le varie dimensioni: sovralocale, di comunità, di valle, d'ambito, comunali e frazionali. In questa prospettiva, l'indicazione prioritaria è quella di tracciare un quadro organico del rapporto tra insediamenti, attrezzature e servizi, attività economiche e rete infrastrutturale.

Alla scala più ampia, le invarianti morfologiche e idrografiche sottolineano le chiare connessioni dirette con un ambito regionale molto vasto ed evidenziano come lo sbocco più naturale per il territorio sia la pianura veneta, in particolare la conca del Feltrino. La pianificazione dovrà tenere in debito conto questa indicazione che, superando la dimensione strettamente topografica, coinvolge e modella le relazioni umane e quindi quelle economiche, storiche e culturali della Comunità.

A scala locale, emerge con evidenza come la mutata e mutevole struttura del corpo sociale richieda la definizione di strategie volte all'inclusione e alla coesione che pongano attenzione alla qualità della vita, del relazionarsi, dell'abitare e, infine, anche del costruire. Occorre perseguire una sempre migliore dotazione di funzioni e servizi alle diverse scale insediative. Serve, con particolare riferimento al tema commerciale, tenere prima in evidenza il contributo alla qualità della vita ed abitativa ed alla vivacità che le piccole attività commerciali di vicinato possono

¹³ Dagli *Indirizzi strategici del Documento preliminare*, p. 26: “Vanno sostenute politiche e azioni orientate al recupero all’uso agricolo dei terreni abbandonati, allo sviluppo di produzioni locali di qualità integrate in filiere di trasformazione che offrano prodotti alimentari per il consumo locale, il mercato turistico e dei prodotti tipici. Va perseguito il raccordo tra i diversi settori produttivi per sostenere la riconoscibilità del “prodotto Primiero”.”

conferire agli insediamenti, assumendo così valore socializzante. Questo soprattutto con la risposta alle esigenze delle classi più deboli, come quelle anziane, che conducono una vita incentrata prevalentemente sulle relazioni di vicinato. Anche la riduzione della presenza pervasiva dell'automobile, che spesso comporta ricadute negative sulla qualità insediativa, può svolgere un'azione qualificante importante, una volta garantito l'accesso ai servizi base anche mediante offerte commerciali innovative.

La riqualificazione urbana e abitativa sarà un motivo conduttore dei futuri decenni. Ancora prima di criteri, dimensionamenti o zonizzazioni, il PTC dovrà individuare strategie e politiche che abbiano al centro la qualità dell'abitare, all'interno del tema più ampio della qualità della vita.¹⁴ Sembra infatti esservi oggi spazio, considerato anche il momento socio-economico di recessione, per un'approfondita meditazione sul significato di questi due concetti. Se il sentire comune tende oggi a far coincidere la qualità abitativa con l'efficientamento energetico e la sostenibilità ambientale delle costruzioni, alcune tematiche specifiche della nostra realtà sembrano affiancarsi a queste di carattere più generale. Elevare la qualità dell'abitare significa, nel nostro caso, razionalizzare la collocazione delle attività e dei servizi entro una visione sovralocale con l'obiettivo prioritario di garantire ai residenti di tutto il territorio sia i servizi essenziali di prossimità, sia quelli altamente qualificati (salute, istruzione, cultura, sport) a scala di comunità. Ciò dovrà avvenire in una prospettiva policentrica che sappia cogliere e valorizzare le diverse condizioni territoriali, bilanciando le esigenze di razionalizzazione con il necessario presidio degli insediamenti. Esso potrà concretarsi solo se si svilupperà un'ottica di sussidiarietà, rispetto alle capacità autonome di cittadini, famiglie ed imprese, in quanto non tutti i servizi possono essere centralizzati riducendo l'offerta, se non a scapito delle realtà e dei soggetti più deboli.

In questa prospettiva, assumono particolare rilevanza le modalità d'accesso a servizi ed esercizi commerciali garantite dalla rete infrastrutturale e dal trasporto pubblico. Diviene quindi primario sviluppare una visione multimodale di spostamenti, trasporti di merci e comunicazioni che garantisca l'accesso ai luoghi e alle opportunità a costi contenuti e a tutti i cittadini. Un tema specifico, ma non secondario, rispetto a questa prospettiva è quello della verifica e della valorizzazione, alla scala territoriale appropriata, della funzione del *centro commerciale naturale* di Fiera di Primiero e di quello turistico di San Martino di Castrozza.

Altrettanto prioritaria appare, anche nella prospettiva del governo degli insediamenti commerciali, la prospettiva della qualificazione degli insediamenti e del patrimonio edilizio esistente quale sola alternativa all'ulteriore consumo di suolo. Essa si declina, con obiettivi convergenti ma in parte distinti, su due fronti complementari: gli insediamenti storici e le espansioni insediative più recenti. Nella valorizzazione e qualificazione dei centri storici, con obiettivo il reinsediamento delle famiglie, il commercio ed i servizi possono essere favoriti sia innovando le regole di intervento, sia favorendo il riuso del patrimonio rurale inutilizzato come sede di attività negozi di vicinato o attività commerciali e produttive compatibili. Onde ottenere un efficace innalzamento della qualità abitativa, necessario complemento a questa azione sono alcune iniziative che mirino a contenere il riuso degli spazi di deposito tradizionali delle case antiche e la difesa e

14 Dagli *Indirizzi strategici del Documento preliminare*, p. 26: “La pianificazione territoriale dovrà perseguire la qualità insediativa salvaguardando il ruolo dei centri abitati e dei luoghi tradizionali di incontro e socializzazione e dovrà fornire indirizzi per la riorganizzazione del sistema dei servizi, assicurando l'accessibilità delle attrezzature sociali.”

valorizzazione degli orti e degli spazi verdi quali elementi qualificanti l'abitazione e l'abitato.

In maniera analoga, pur partendo da una situazione per certi versi più povera, la riqualificazione degli agglomerati di recente formazione deve perseguire la rivitalizzazione degli spazi pubblici anche promuovendo l'inserimento di attività aggreganti, tra cui quelle commerciali, affiancandolo ad azioni di miglioramento della qualità insediativa ed abitativa.

Relazioni tra ambiente, territorio, paesaggio e offerta commerciale

In ordine allo sviluppo di un corretto rapporto tra ambiente, territorio, paesaggio e offerta commerciale si possono trarre dagli strumenti di pianificazione della Comunità soprattutto indirizzi di carattere generale.¹⁵

Il primo e più rilevante è la necessità di sviluppare (presso cittadini residenti ed ospiti) una diffusa consapevolezza dei limiti, necessaria per promuovere degli stili di vita orientati al mantenimento e alla cura dei beni comuni locali.¹⁶ Una particolare attenzione va posta alla tutela della biodiversità che deve svilupparsi a scale differenziate: dalla gestione delle aree di particolare pregio e fragilità (le *aree protette*), al riconoscimento del valore di specifiche tipologie di aree ed ambienti, fino alla tutela delle produzioni locali. La tematica della tutela non si disgiunge da quella, a più immediata ricaduta commerciale, della relazione tra le componenti territoriali. Questa consente sia l'individuazione di specificità del territorio (valori insediativi e culturali *spendibili* come offerta territoriale, turistica e pure commerciale), sia la comprensione dei contesti paesaggistici che tale specificità genera in relazione alla percezione da parte di gruppi o singoli.

Il tema dei valori trova tuttavia contrappunto in alcune delle criticità più rilevanti dell'attuale assetto territoriale di Primiero quali l'abbandono delle aree agricole, l'estensione del bosco, l'urbanizzazione disordinata e su suoli fertili. Questi fenomeni possono essere compresi solo alla luce delle trasformazioni del sistema agro-silvo-pastorale. Azioni efficaci per contrastarle dovranno basarsi sulla ricostruzione (anche con modalità innovative) delle filiere interrotte in un disegno organico d'impiego delle risorse, di sicurezza dei luoghi e di qualità dei paesaggi. In questa prospettiva si può cogliere e consolidare l'effetto positivo della riverberazione della qualità ambientale sulle produzioni locali, sia del settore agro-silvo-pastorale che di quello artigianale e manifatturiero. Ma si può anche, al tempo stesso, valorizzare la ricchezza culturale, economica e paesaggistica delle produzioni di nicchia e d'autoconsumo.

La progettualità locale nel settore commerciale

Anche in tema di progettualità locale le indicazioni degli strumenti di pianificazione si muovono soprattutto a livello di scala generale e raggiungono solo in via indiretta il tema del commercio.

Va innanzitutto qui ripresa la premessa generale agli indirizzi strategici del Documento preliminare, che annuncia come la Comunità di Valle intenda operare, in accordo con le Amministrazioni comunali, *mettendo al centro* della sua programmazione e delle azioni politico-amministrative *la persona*, intesa nelle diverse declinazioni sociali ed economiche: individuo, nuovo cittadino, membro della famiglia,

15 Dagli *Indirizzi strategici del Documento preliminare*, p. 28: "La pianificazione territoriale deve porre al proprio centro la qualità del paesaggio, rivolgendo una nuova attenzione al territorio aperto, sia naturale sia forestale e agricolo... saper cogliere e valorizzare le diverse condizioni del territorio, bilanciando esigenze di razionalizzazione dei servizi e delle attrezzature con il necessario presidio degli insediamenti minori."

16 Dagli *Indirizzi strategici del Documento preliminare*, p. 27: "È necessario sviluppare la consapevolezza dei limiti ambientali per sostenere stili di vita orientati al mantenimento e alla cura dell'ambiente e del territorio, del patrimonio storico-culturale e del paesaggio."

componente delle formazioni sociali e delle associazioni, lavoratore, imprenditore, studente, ecc.¹⁷ Indirizzo generale al quale si affianca l'obiettivo di perseguire il benessere collettivo e individuale nella ricerca del giusto equilibrio tra queste due dimensioni. Elemento di progettualità sociale che presuppone un impegno collettivo non indifferente volto a disegnare un orizzonte culturale condiviso entro cui possano sorgere ed esprimersi tratti identitari democratici, pluralistici ed evolutivi, a partire da solidi progetti di vita ed economia.

La conoscenza diffusa del territorio, del paesaggio e del patrimonio storico da parte dei cittadini costituisce un presupposto irrinunciabile per elaborare un orizzonte comune ed una visione strategica condivisa dai quali derivare scelte territoriali accettate. La costruzione di un processo conoscitivo e di analisi che abbia dignità propria ed autonoma costituisce pertanto un ulteriore strumento di progettualità di cui la Comunità dovrà dotarsi. In termini più direttamente operativi, ciò sollecita lo sviluppo di modalità efficaci di informazione e partecipazione sociale come strumenti di cittadinanza attiva.

Infine, nel campo più specifico della formazione di operatori e progetti socio-economici, si indicano due linee d'intervento parallele. Da una parte, la trasmissione e innovazione dei saperi tradizionali in direzione di un impiego *delle risorse locali che qualifichi le attività produttive in chiave sostenibile. Dall'altra, un investimento nella formazione (alta, permanente, riqualificante, digitally inclusive) e nello sviluppo di una cultura imprenditoriale locale efficace e innovativa che giunga sino allo sviluppo di reti e filiere produttive e di servizio in rapporto con un'azione pubblica innovata.*

4.1.2. Il Piano Sociale di Comunità

Come già ricordato al precedente paragrafo 1.2, il *Piano sociale della Comunità di Primiero* propone una serie di azioni dalla quale la tabella che segue estrae quelle che sono inerenti le tematiche toccate dal presente piano stralcio. L'elencazione che qui se ne propone riprende l'esatta formulazione proposta dal PSC, e costituisce una delle fonti che hanno alimentato le proposte progettuali illustrate al successivo paragrafo 4.2. Nelle cinque matrici inerenti altrettante strategie, le azioni sono invece riformulate per renderle più organiche al contesto. Onde permettere il riscontro con la fonte originaria, si sono tuttavia riproposte, tutte le volte che ciò risultava significativo, le numerazioni di riferimento riportate nella seconda colonna della tabella sottostante.

17 Dagli *Indirizzi strategici* del Documento preliminare, p. 25: “La Comunità [...] intende operare [...] mettendo al centro dell’intera programmazione e delle azioni politico-amministrative la persona, intesa nelle diverse declinazioni sociali ed economiche [...] Persegue pertanto il benessere collettivo e individuale e la ricerca dell’equilibrio tra queste dimensioni promuovendo il ruolo attivo della persona.”

tabella: Azioni inerenti il commercio definite dal Piano Sociale di Comunità

Obiettivo	n.	Azione	Tema
Migliorare l'informazione tra le risorse (tra servizi ¹⁸ , istituzioni, realtà associative e tra le diverse organizzazioni)	PSC01	Tra tutte le organizzazioni che realizzano le attività ed eventi sul territorio: proseguire e dare continuità al progetto <i>Territorio in rete</i> per il coordinamento in generale degli eventi che vengono proposti sul territorio, per aree tematiche e di interesse.	Turistico Progettualità
Dare avvio al <i>Distretto amico della famiglia</i>	PSC02	Dare attuazione al progetto <i>Reti e Comunità locali</i> . Partendo dall'ascolto delle famiglie e dal loro protagonismo, creare sinergie tra i diversi attori per costruire opportunità per famiglie residenti e ospiti.	Turistico Progettualità
Mantenere e migliorare le opportunità di lavoro offerte sul territorio, con particolare attenzione alle fasce deboli del mercato (donne, giovani, soggetti con fragilità)	PSC04	Individuare filiere funzionali tra istruzione – formazione – mercato del lavoro per qualificare, riqualificare lavoratori e imprese.	Commerciale Turistico Progettualità
	PSC05	Collaborare con l'Agenzia del Lavoro per favorire e sostenere la frequenza a corsi professionalizzanti di giovani, donne e persone in cerca di lavoro.	Commerciale Turistico Progettualità
	PSC06	Collaborare con l'Agenzia del Lavoro per l'organizzazione sul territorio di formazione all'auto-imprenditorialità e all'attivazione di cooperative di lavoro.	Commerciale Turistico Progettualità
	PSC07	Individuare modalità di collaborazione tra pubblico e privato per la gestione di servizi e appalti.	Commerciale
	PSC09	Stimolare il raccordo tra Agenzia del Lavoro, Comunità, Comuni e rappresentanti delle diverse categorie.	Commerciale Progettualità
Migliorare e riorganizzare la mobilità interna con una visione di sistema per favorire l'accesso ai servizi di prossimità dislocati sul territorio	PSC11	Stimolare il confronto con il livello provinciale per favorire patti di sostegno tra pubblico e privato per aumentare le opportunità occupazionali.	Progettualità
	PSC12	Rivedere l'intero assetto organizzativo dei servizi in un'ottica sovra-locale (scuole, mense, palestre, ambulatori, servizi di prossimità) strutturando un servizio di trasporto adeguato alle esigenze di accesso.	Commerciale Turistico Insediativo

18 Il Piano Sociale di Comunità impiega il termine “servizi” in accezione larga, inglobandovi anche le offerte in capo al terzo settore e alle imprese commerciali (spesso definiti “servizi di prossimità”). In questa accezione vanno letti gli obiettivi e le azioni qui riportate.

4.1.3. Il progetto Alimentare Primiero

Il progetto *Alimentare Primiero* propone una serie di azioni dalla quale la tabella che segue estrae quelle più inerenti le tematiche affrontate dal presente piano stralcio. Per quanto concerne le azioni, l'elencazione sotto riportata riprende i titoli delle proposte come formulati dal progetto. Per quanto invece riguarda gli obiettivi, non espressamente formulati dal progetto stesso, se ne è tratto un riassunto sintetico dalle relative schede. Anche questa tabella costituisce una delle fonti che hanno alimentato le proposte progettuali esposte al successivo paragrafo 4.2. Nelle cinque matrici inerenti altrettante strategie, le azioni sono talora riformulate per renderle più organiche al contesto. Al fine di permettere il riscontro con la fonte originaria, si sono tuttavia riproposte le numerazioni di riferimento riportate nella seconda colonna della tabella qui sottostante.

tabella: Azioni inerenti il commercio definite dal progetto Alimentare Primiero

Obiettivo	n.	Azione	Tema
Valorizzare una produzione sprecata, biologica, le competenze nella trasformazione dei prodotti e dei territori vocati.	AP01 ¹⁹	Valorizzazione della mela locale	Commercio Turismo
Rispondere ad una forte domanda turistica di prodotto oggi soddisfatta con acquisto verso l'esterno anche da parte di negozi di alimentari e frutta e verdura, di strutture di ristorazione e alberghiere.	AP02	Valorizzazione del fungo delle valli Vanoi e Primiero	Commercio Turismo
Valorizzare e commercializzare, anche some <i>souvenir gastronomico</i> , un prodotto espressione della qualità ambientale.	AP03	Valorizzazione della trota di Primiero e Vanoi	Commercio Turismo Paesaggio
Valorizzare gli oltre mille orti presenti, le eccellenti caratteristiche di suoli, clima e risorse idriche, con una produzione biologica, commercializzazione (negozi e mercatini) e impiego nella ristorazione di ortaggi che salvaguardi i terreni fertili e integri il reddito familiare.	AP05	Valorizzazione dei prodotti orticoli e della cultura dell'orto	Commercio Turismo Insediativo Paesaggio
Sostituire il notevole utilizzo di carni suine d'importazione nella produzione di prodotti "tipici" con produzioni locali, utilizzando il siero di scarto della produzione casearia, con allevamenti che coinvolgano gli agriturismi e sostengano la conservazione della biodiversità allevata.	AP07	Valorizzazione della filiera della carne e recupero della cultura del maiale	Commercio Turismo
Coniugare il valore dell'apicoltura come indicatore ambientale con il consolidamento e il sostegno delle produzioni esistenti verso nuove modalità di offerta commerciale, anche sotto forma di prodotti derivati, promuovendo al contempo la gestione sostenibile degli apiari.	AP11	Valorizzazione dell'apicoltura e dei prodotti dell'alveare	Commercio Turismo Paesaggio
Proporre agli operatori turistici e commerciali uno strumento conoscitivo delle produzioni e dei produttori locali, facilitando il contatto diretto tra operatori e la formazione in materia di prodotti	AP12	Sviluppo del catalogo dei prodotti e dei produttori di Primiero e Vanoi (<i>paniere</i>)	Commercio Turismo

¹⁹ La numerazione qui riportata si riprende quella delle schede del progetto *Alimentare Primiero*.

Obiettivo	n.	Azione	Tema
locali degli operatori e del personale.			
Promuovere un calendario della stagionalità dei cibi locali che supporti cuochi, ristoratori, famiglie e turisti in scelte di prodotti freschi e locali e nel loro impiego in tempi appropriati come alternativa alla standardizzazione industriale.	AP013	Calendario della produzione locale	Commercio Turismo
Proporre a cuochi, proprietari di ristoranti, albergatori, agriturismi, famiglie e turisti raccolte di ricette locali (in forma sia cartacea che on-line) affiancandole a <i>paniere</i> e calendario.	AP14	La cultura del cibo valorizzata attraverso le ricette tradizionali di Primiero e Vanoi.	Commercio Turismo
Far conoscere e valorizzare, mediante eventi conviviali mensili e rispettiva documentazione multimediale, i prodotti locali e la loro stagionalità.	AP15	Dodici appuntamenti conviviali con la cucina locale di territorio	Turismo
Offrire un elemento comunicativo omogeneo capace di identificare e riferire al territorio i prodotti locali oggi commercializzati senza renderne riconoscibile comune identità e provenienza.	AP16	"Marchio di territorio" dei prodotti della Valle Primiero-Vanoi	Commercio Turismo
Riorganizzare la comunicazione, al momento disarticolata, incompleta e non connessa nelle sue parti, includendo una chiara trasmissione dei valori alimentari del territorio.	AP18	Miglioramento della comunicazione internet relativa al prodotto locale	Commercio Turismo
Qualificare le sagre (del calendario locale) e manifestazioni (concentrate in estate) con l'impiego di prodotti locali trainando così le stesse produzioni, riducendo i prodotti non coerenti e promuovendo buone pratiche di riduzione di spreco e rifiuti.	AP19	Valorizzazione del prodotto locale in sagre e manifestazioni	Commercio Turismo
Potenziare il mercato dei prodotti locali dando migliore visibilità agli stessi, ai produttori e al territorio.	AP20	Miglioramento dell'esposizione e della valorizzazione dei prodotti locali nei punti vendita	Commercio Turismo
Rendere visibile ed accessibili agli operatori del territorio buone pratiche per il miglioramento del sistema alimentare locale: produzione, trasformazione, vendita, consumo e promozione.	AP28	Imparare dagli altri. Visite di <i>benchmarking</i> rivolte ad amministratori e produttori locali	Progettualità
Contribuire ad alzare la qualità dell'offerta territoriale e migliorare la vendita dei prodotti locali, mediante formazione del personale di contatto (commessi, camerieri...) per evitare il grave disservizio di informazioni sui prodotti locali inadeguate in ristoranti e negozi.	AP30	Formazione del personale di contatto dei servizi alberghieri, ristorativi e commerciali	Commercio Progettualità
Diminuire lo spreco e la produzione di rifiuti che stanno drasticamente aumentando con il sensibile contributo della grande distribuzione e del settore turistico.	AP31	Formazione / evento informativo centrato sulla riduzione dello spreco alimentare ("spreco zero")	Commercio Turismo

4.1.4. La Valutazione Integrata Territoriale

Come già ricordato al precedente paragrafo 1.2, la V. I. T. messa a disposizione dalla Provincia di Trento propone, nella tabella 1 alle pagg. 100-101, una serie di obiettivi ed azioni per Primiero. Il lavoro di progettazione del piano stralcio ha tuttavia contemplato una sostanziale revisione degli elementi analitici proposti dalla V. I. T. stessa, come esposto al capitolo 3. Ciò ha comportato non pochi approfondimenti che hanno anche precisato gli obiettivi del progetto ed ha reso poco utile una riproposizione pedissequa dei contenuti della tabella sopra citata. Si è preferito pertanto assumere tali contenuti integrandone la sostanza nelle nuove formulazioni di cui al successivo paragrafo 4.2 rinunciando però ad un rinvio puntuale alle proposte originarie.

4.1.5. L'Open Space Technology

L'Open Space Technology dal titolo *Quale commercio a Primiero?* tenutasi il 25 gennaio 2015 ha avanzato una serie di proposte che sono riassunte nell'*Istant Report* che raccoglie i verbali delle sedute dei vari gruppi di lavoro e che si allega alla presente Relazione illustrativa. La tabella che segue elenca gli obiettivi e le azioni riportate nei verbali, intervenendo solo nel loro riordino e assegnando loro una numerazione. Anche questa tabella costituisce una delle fonti che hanno alimentato le proposte progettuali esposte al successivo paragrafo 4.2. Nelle cinque matrici inerenti altrettante strategie, le azioni sono talora riformulate per renderle più organiche al contesto. Al fine di permettere il riscontro con la fonte originaria, si sono tuttavia riproposte le numerazioni di riferimento riportate nella seconda colonna della tabella sottostante.

tabella: Azioni inerenti il commercio definite dall'Open Space Technology

Obiettivo	n.	Azione	Tema
Attrarre con il mercato annuale turisti e persone locali provenienti da zone limitrofe a vantaggio sia degli operatori del mercato, sia di quelli in sede fissa.	OST 1.1.1	Dividere il mercato annuale (le cosiddette <i>Fiere</i>) da quello stagionale e spostare il primo in una zona molto decentrata.	Commerciale Insediativo
	OST 1.1.2	Garantire una presenza costante degli operatori e completezza nelle offerte.	Commerciale Insediativo
	OST 1.1.3	Individuare un adeguato rapporto costo benefici nella definizione del costo plateatico.	Commerciale Insediativo
Valorizzare il mercato come un luogo in cui fare informazione e promuovere tutte le attività di vario genere e le proposte commerciali che sono presenti nella Comunità di Primiero.	OST 1.1.4	Instaurare un dialogo costruttivo con le varie amministrazioni e con i rappresentanti delle categorie di gestione e promozione del territorio.	Commerciale Progettualità
Dare maggior visibilità ai prodotti e alle attività commerciali presenti a livello locale e creare nuovi strumenti e strategie per promuovere i prodotti locali all'esterno.	OST 1.2.1	Maggiore coordinamento tra produttori e commercianti locali.	Commerciale
Avviare un'intensa attività di	OST 1.2.2	Attivare corsi di formazione per gli	Commerciale

Obiettivo	n.	Azione	Tema
Marketing territoriale e dei prodotti locali al fine di resistere alla competizione dei grossi gruppi.		operatori commerciali su svariate tematiche (di e-commerce, marketing territoriale, produzione di prodotti locali ecc.).	Progettualità
	OST 1.2.3	Avviare un'attività di promozione dell'offerta commerciale in sinergia con il turismo.	Commerciale Turismo
Individuare una strategia comune di comunicazione di ampio livello che possa portare ad una qualità migliore con il consenso della base.	OST 1.3.1	Organizzare attività di formazione rivolte a amministratori, commercianti, artigiani, albergatori per far crescere una cultura comune.	Commerciale
	OST 1.3.2	Individuare forme e modalità per favorire un cambio di rappresentanza / generazionale.	Commerciale
	OST 1.3.3	Avere rappresentati attivi, coinvolti e capaci di farsi portavoce dei singoli interessi di categoria.	Commerciale
Sviluppare competitività differenziandosi dalle altre Valli del Trentino, identificando e valorizzando le specificità locali.	OST 1.4.1	Creare filiere alimentari con prodotti locali (burro, trota, selvaggina, erbe officinali, funghi...) e artigianali locali (tessitura, legno, lana cotta, "careghe"...).	Progettualità Commerciale Turismo
	OST 1.4.2	Collaborazione/mediazione tra produttori locali e artigiani e operatori turistici (ristoratori, negozi, alberghi...).	Progettualità Commerciale Turismo
	OST 1.4.3	Formazione agli operatori per l'acquisizione di competenze funzionali alla valorizzazione e promozione dell'offerta (comportamento, professionalità, capacità comunicativa, "sapersi raccontare").	Progettualità Commerciale Turismo
"Comunicare" efficacemente ai turisti e ai concittadini il valore aggiunto dell'identità dei prodotti locali.	OST 1.4.4	Far comprendere ai produttori il valore aggiunto dell'identità del prodotto locale.	Commerciale Turismo
	OST 1.4.5	Spazi e tempi comuni a più tipi di mercati (ambulanti, produttori locali e cittadini).	Commerciale Turismo
	OST 1.4.6	Spazi ben definiti ed identificati anche all'interno di strutture commerciali grandi (coop, caseificio ...).	Commerciale Turismo
	OST 1.4.7	Punto turistico info all'entrata delle Valli.	Commerciale Turismo
	OST 1.4.8	Utilizzo di un marchio identificativo del prodotto locale.	Commerciale Turismo
	OST 1.4.9	Copiare modelli di successo (da rielaborare).	Commerciale Turismo
	OST 1.4.10	Originalità di manifestazioni e sagre fra paesi ("a ciascuno il suo").	Turismo
Evitare la chiusura dei negozi	OST 2.1.1	Comprendere e approfondire le	Commerciale

Obiettivo	n.	Azione	Tema
nei paesi, soprattutto i più periferici, individuando azioni per rendere sostenibili i costi per la “spesa” e soprattutto per l'acquisto dei beni di prima necessità.		motivazioni che portano a far acquisti fuori valle (se per costi più bassi, altro).	Insediativo
	OST 2.1.2	Creare sinergie tra il mondo cooperativo e l'associazionismo.	Commerciale Insediativo
Evitare la perdita di servizi di prossimità e occasioni di socializzazione.	OST 2.1.3	Creare e/o potenziare nuovi gruppi di acquisto (aziendali e solidali).	Commerciale Insediativo
	OST 2.1.4	Individuare nuove forme di scambio e commercio che siano anche occasione di scambio e relazione.	Commerciale Insediativo
	OST 2.1.5	Attivare politiche attrattive.	Insediativo Progettualità
Rivitalizzare i piccoli centri e le periferie, riequilibrando i diversi ambiti attraverso l'assunzione di una responsabilità unitaria nella gestione delle risorse locali.	OST 2.2.1	Superare le divisioni e i campanilismi per valorizzare le risorse del territorio e i prodotti di qualità.	Insediativo Paesaggio Progettualità
	OST 2.2.2	Valorizzare e dare visibilità ai produttori e commercianti che stanno sviluppando azioni di eccellenza.	Commerciale
	OST 2.2.3	Favorire il dialogo tra tutti i soggetti del territorio.	Progettualità
	OST 2.2.4	Favorire i progetti dei “piccoli passi”.	Progettualità
	OST 2.2.5	Favorire una mobilità (a chiamata) per compensare l'assenza di servizi non più sostenibili.	Insediativo
	OST 2.2.6	Rimanere uniti e coerenti al progetto “green”.	Insediativo
Sostenere con idonee politiche le azioni dei privati.	OST 2.2.7	Chiamare a confronto tutti i soggetti di settore per trovare azioni strategiche che portino beneficio a tutti.	Commerciale Turismo Progettualità
	OST 2.2.8	Promuovere i prodotti locali negli alberghi/ristoranti con concomitante azione culturale-motivazionale.	Commerciale Turismo Progettualità
	OST 2.2.9	Lavorare con chi ci crede senza aspettare l'unità.	Progettualità
	OST 2.2.10	Complementarietà e reciprocità per un sostegno vicendevole.	Progettualità
Rilanciare l'economia facendo crescere una comunità che si prenda cura di sé.	OST 2.3.1	Creare una rete di servizi con una cultura comune/locale.	Progettualità
	OST 2.3.2	Rappresentanze di categoria che riescono ad aggregare e mediare.	Progettualità
	OST 2.3.3	Avviare un dialogo aperto e collaborazioni fra cittadini e amministratori.	Progettualità
Promuovere il locale, il caratteristico e lo stagionale.	OST 2.4.1	Imparare a riconoscersi in un'identità locale in evoluzione, attenta alle tradizioni ma capace di valorizzare il caratteristico e la specificità locale.	Progettualità
	OST 2.4.2	Costruire una <i>app</i> per “accompagnare” il turista ed il cittadino, offrendo info a portata di mano, mantenendo un con-	Turismo Commercio

Obiettivo	n.	Azione	Tema
		tatto (<i>app</i> come souvenir) con Primiero (aggiornamento continuo dell'offerta di date, manifestazioni, prodotti in offerta....).	
	OST 2.4.3	Formare “facilitatori” / animatori capaci di promuovere i contatti e acquisti diretti fra produttore locale e operatore turistico.	Turismo Commercio
Botteghe del futuro: non solo tradizione, ma presa di coscienza del presente e del futuro: difesa del territorio, l'innovazione dei prodotti, green way, bike sharing, filiera del legno...	OST 2.4.4	[Promuovere progetti innovativi, da affiancare alle proposte volte al passato e alla tradizione]	Progettualità
Creare consapevolezza della responsabilità sociale nei vari operatori turistici.	OST 2.4.5	[Attività di formazione sociale degli operatori turistici]	Progettualità Turismo
Aumentare la condivisione dei saperi e la consapevolezza della propria ricchezza territoriale ed umana.	OST 2.4.6	Formare facilitatori / animatori capaci di trasmettere i saperi locali (narrazione) negli alberghi e ristoranti.	Turismo Commercio

4.2. Le proposte e indicazioni di piano

Il presente paragrafo riporta le indicazioni progettuali inerenti al settore commerciale che declinano lo scenario per la Comunità di Primiero così enunciato:

Attribuire a Primiero un ruolo di nodo primario d'interconnessione tra sistema alpino e di pianura, progettando politiche commerciali integrate fondate sia sulla sua collocazione territoriale strategica sia sulla valorizzazione appropriata delle risorse locali.

A partire dalle fonti descritte nel precedente paragrafo 4.1, l'azione progettuale è consistita soprattutto in un'operazione di raccordo delle indicazioni emerse secondo due logiche preminenti. Da una parte, si è rinunciato a conservare la partizione tematica mutuata dalla V.I.T. e applicata nella prima parte del capitolo 3 preferendo ricercare un'esposizione più sintetica che tenesse però in debito conto le scale territoriali analizzate al paragrafo 3.6. Per altro verso, nella trasposizione di valutazioni, obiettivi e indicazioni provenienti dalle fonti di cui al paragrafo 4.1, si è posta particolare attenzione a dare una declinazione il più possibile operativa alle azioni ed alle indicazioni di seguito enunciate. Secondo questi due principi operativi, lo scenario è declinabile nelle seguenti cinque differenti strategie attraverso cui Primiero intende perseguirlo.

Strategia 1: Promuovere una consapevolezza diffusa e critica degli stili di vita in essere e della loro incidenza sulla struttura socio-economica e territoriale di Primiero, ponendoli in rapporto col concetto di qualità della vita e con le conseguenti declinazioni di quest'ultimo in termini di qualità abitativa e qualità insediativa.

Strategia 2: Riconoscere la portata socio-economica del settore commerciale e promuoverne l'ottimizzazione e la valorizzazione in un rapporto equilibrato e fertile con le altre componenti sociali.

Strategia 3: Sostenere le produzioni locali e promuoverle commercialmente ponendole al centro sia di un progetto d'implementazione di soluzioni locali a problemi locali con risorse reperibili in loco, sia di uno scenario che vuole attribuire un rinnovato ruolo sovra-locale, alpino e interregionale a Primiero.

Strategia 4: Attivare e sostenere modalità di scambio, vendita e acquisto aggiornate, efficaci e sostenibili quali strumenti di servizio alla cittadinanza nella prospettiva di una sempre migliore qualità della vita.

Strategia 5 : Razionalizzare la collocazione di attività e servizi commerciali entro una visione a scala di comunità, in una prospettiva policentrica che colga e valorizzi le condizioni dei diversi ambiti territoriali, bilanci esigenze di razionalizzazione economica e necessità di presidio del territorio, e tenga anche conto di un'utenza dimensionalmente variabile in relazione alla stagionalità dei flussi turistici.

Mentre la prima strategia ha carattere prettamente socio-culturale e si rivolge pertanto all'intera cittadinanza, la seconda è invece orientata a dare una direzione coerente al settore commerciale e quindi è prevalentemente rivolta agli operatori di settore. La terza strategia pone le produzioni locali sostenibili al centro dell'azione di perseguimento dello scenario delineato. La quarta strategia è volta a favorire l'aggiornamento e l'innovazione delle modalità di offerta, di promozione commerciale e di scambio. Infine, la quinta strategia è più strettamente pertinente le ricadute territoriali, urbane ed edilizie dello sviluppo del tema commerciale proposto dal piano stralcio ed entra nel merito delle indicazioni orientative rivolte ai PRG e delle indicazioni cogenti di competenza della Comunità di Valle.

Più precisamente, le indicazioni a carattere cogente del presente piano stralcio sono quelle di cui all'obiettivo 5.4 ed alle indicazioni 5.4.2 e 5.4.3, evidenziate in colore azzurro nelle tabelle. Numerose altre indicazioni orientative sono esplicitamente indirizzate ai Piani Regolatori Generali comunali e sono evidenziate in verde nelle tabelle. Infine, diverse altre indicazioni orientative e numerose azioni hanno valore di proposta sia per politiche ed interventi di iniziativa pubblica, sia per azioni di carattere privatistico o associativo. Si è soprasseduto all'indicazione, fosse anche solo orientativa, degli attori coinvolti dalle singole proposte poiché, mentre parte di essi già si possono evincere dalla formulazione

delle stesse, altri possono emergere dal contesto socio-economico, talora anche con possibili soluzioni alternative.

Si riportano di seguito le tabelle di descrizione delle cinque strategie, dei relativi obiettivi e delle conseguenti proposte di azioni ed indicazioni di piano. Si tratta in totale di 5 strategie declinate in 19 obiettivi. Questi obiettivi hanno portato alla definizione di 52 proposte di azioni e 15 indicazioni di piano rivolte ai PRG, due delle quali con carattere cogente e 13 di carattere orientativo o procedurale.

Strategia 1	
Promuovere una consapevolezza diffusa e critica degli stili di vita in essere e della loro incidenza sulla struttura socio-economica e territoriale di Primiero, ponendoli in rapporto col concetto di <i>qualità della vita</i> e con le conseguenti declinazioni di quest'ultimo in termini di <i>qualità abitativa</i> e <i>qualità insediativa</i>.	
Obiettivi	Azioni e indicazioni di piano
1.1. Promuovere una diffusa consapevolezza dei limiti e degli stili di vita orientati al mantenimento e alla cura dei beni comuni locali. Ciò al fine di perseguire il benessere collettivo e individuale nella ricerca di un giusto equilibrio tra queste due dimensioni.	1.1.1. Promozione di un'analisi socio-economica e territoriale che, a partire dagli stili di vita locali, promuova un'ampia e partecipata meditazione sul significato di alcuni concetti chiave: a) il rapporto tra <i>bisogni</i> e <i>servizi di prima necessità</i> da un lato e <i>desideri, consumi</i> (di beni ma anche di suoli, fenomeni correlati da una medesima visione socio-economica) e <i>dipendenze</i> dall'altro (OST 2.2.6); b) il rapporto tra stili di vita e modelli abitativi storici, attuali e desiderabili; c) la messa a fuoco del concetto di <i>qualità della vita</i> dal quale derivare quelli di <i>qualità abitativa</i> e <i>qualità insediativa</i>; d) il rapporto tra concetto di <i>valore</i> e quello di <i>prezzo</i>, attraverso l'analisi della composizione dei prezzi delle merci in relazione al loro contenuto, anche in termini di apporto (positivo o negativo) a tutela di territorio, ambiente, cultura, salute pubblica, economia, valorizzazione di persone, generi e generazioni, ed etica di convivenza civile; e) il rapporto, non sempre evidente e limpido, tra <i>pubblicità e informazione</i> e la possibilità di un racconto autentico e attendibile dei prodotti locali, "tipici" e "tradizionali". f) il rapporto tra i concetti di <i>tradizione</i> e di <i>innovazione</i>: superando l'impiego del primo in termini di autorappresentazione volta al passato e in una visione critica del secondo in relazione ai suoi effetti reali (e non automaticamente positivi) sulla qualità della vita. g) la ricerca di un ruolo virtuoso e sostenibile dell'intermediazione commerciale quale parte di una più ampia visione degli scambi di beni e servizi, ma anche di conoscenze e valori; h) l'obiettivo di formare cittadini consapevoli e maturi, capaci di intrattenere col mercato un rapporto competente e indipendente che vada al di là del ruolo di meri <i>consumatori</i> e clienti potenziali.
	1.1.2. Definizione, sulla base degli esiti di tale analisi, di linee guida per la formazione della pianificazione di comunità e comunale in materia di qualità abitativa ed insediativa.

Strategia 2 Riconoscere la portata socio-economica del settore commerciale e promuoverne l'ottimizzazione e la valorizzazione in un rapporto equilibrato e fertile con le altre componenti sociali.	
Obiettivi	Azioni e indicazioni di piano
2.1. Favorire una razionale organizzazione della categoria dei commercianti ed un suo costruttivo rapporto con le altre categorie produttive, la pubblica amministrazione e la cittadinanza, nella prospettiva della costruzione di un comparto che sviluppi in maniera socialmente utile e sostenibile l'intermediazione commerciale.	2.1.1. Promozione di una rappresentanza di categoria che riesca ad aggregare gli operatori commerciali, mediando gli specifici interessi in una prospettiva comune e che sappia farsi portavoce della categoria in maniera costruttiva e sostenibile (OST 1.3.3 e 2.3.2).
	2.1.2. Attivazione di uno specifico progetto di facilitazione, all'interno del comparto commerciale, del ricambio generazionale (OST 1.3.2).
	2.1.3. Apertura di un tavolo periodico di confronto tra gli operatori di settore che individui azioni strategiche a beneficio del comparto e della comunità locale (OST 2.2.7).
2.2. Favorire il raccordo tra categorie economiche, associazionismo, amministrazioni pubbliche e cittadini per promuovere il dialogo e creare sinergie, stimolare reciprocità e sostegno vicendevole tra i diversi attori, costruendo nuove opportunità per famiglie, residenti e ospiti.	2.2.1. Attivazione, nel contesto del progetto <i>Reti e Comunità locali</i> , di gruppi di lavoro che elaborino protocolli d'intesa volti a favorire il raccordo operativo tra gli attori territoriali (anche come sviluppo attuativo del lavoro della <i>scuola di comunità</i> proposta all'azione 4.1.3, OST 2.2.3, 2.2.4, 2.2.9, 2.2.10 e PSC02): a) le pubbliche amministrazioni ed i cittadini (OST 2.3.3); b) le pubbliche amministrazioni e le categorie economiche (OST 1.1.4, PSC07 e PSC11); c) pubbliche amministrazioni, Agenzia del lavoro e categorie economiche (PSC09); d) associazionismo e mondo cooperativo (OST 2.1.2).
2.3. Promuovere formazione e qualificazione (alte, permanenti e <i>digitally inclusive</i>) che sviluppino una cultura imprenditoriale locale la quale sappia essere efficace anche coniugando in maniera adeguata la trasmissione della tradizione e l'innovazione. Ciò al fine di andare oltre la trasmissione dei saperi locali quale autorappresentazione rivolta al passato e promuovere un impiego aggiornato e sostenibile delle risorse locali. <i>Su questo obiettivo si vedano anche le azioni esposte per gli obiettivi 3.2 e 4.1.</i>	2.3.1. Visite di <i>benchmarking</i> rivolte ad amministratori, produttori, operatori commerciali e turistici locali per <i>imparare dagli altri</i> tecniche e buone pratiche (AP28).
	2.3.2. Organizzazione di attività formative (corsi, incontri o tavoli di lavoro) indirizzate agli operatori commerciali e volte alla valorizzazione e qualificazione dell'offerta commerciale su temi quali: professionalità, capacità comunicativa, comportamenti, sapersi raccontare e raccontare il territorio, e-commerce, marketing territoriale, produzioni locali (OST 1.2.2 e 1.4.3).
	2.3.3. Accordo tra Comunità di Primiero e scuola che individui delle connessioni coerenti tra offerta formativa e mercato del lavoro, al fine di qualificare e riqualificare lavoratori e imprese (PSC04).
	2.3.4. Accordo di collaborazione tra Comunità di Primiero ed Agenzia del Lavoro per l'organizzazione di corsi di formazione all'auto-imprenditorialità e all'attivazione di cooperative di lavoro (PSC06).
	2.3.5. Accordo di collaborazione tra Comunità di Primiero ed Agenzia del Lavoro per l'organizzazione di corsi professionalizzanti per giovani, donne e persone in cerca di lavoro (PSC05).
	2.3.6. Accordo tra Comunità di Primiero e associazioni dei commercianti per attività di formazione o eventi informativi sulla riduzione delle spreco alimentare (AP31 e OST 2.2.6).

Strategia 3	
Sostenere le produzioni locali e promuoverle commercialmente ponendole al centro sia di un progetto d'implementazione di <i>soluzioni locali a problemi locali con risorse reperibili in loco</i> , sia di uno scenario che vuole attribuire un rinnovato ruolo sovra-locale, alpino e interregionale a Primiero.	
Obiettivi	Azioni e indicazioni di piano
3.1. Sostenere l'avvio e il completamento di “costellazioni produttive” locali (così come definite nel progetto <i>Alimentare Primiero</i> quali cicli produttivi chiusi e interconnessi, privi di esternalità negative) che incorporino il valore aggiunto dell'alta qualità territoriale e rappresentino Primiero, alimentando così un commercio sia locale che verso l'esterno di prodotti locali autentici, credibili, stagionali e sostenibili, da impiegare anche nel comparto turistico e ristorativo. Alle nuove “costellazioni” si potrà affiancare la ricostruzione (anche con modalità innovative) di filiere oggi interrotte (come quella del lattiero caseario o dell'artigianato norcino) trasformandole in “costellazioni” che rispondano ad un disegno organico d'impiego delle risorse, di sicurezza dei luoghi e di qualità dei paesaggi. Questo obiettivo può avere sia ricadute ambientali, in termini di salvaguardia, incremento e corretto impiego della biodiversità naturale, allevata e coltivata, sia effetti di rafforzamento dell'attrattività territoriale di Primiero.	3.1.1. Apertura di una tavolo di lavoro che miri alla creazione di “costellazioni produttive” locali in ambito agroalimentare e di piccolo artigianato: burro, trota, selvaggina, erbe officinali, funghi, tessitura, legno, lana cotta, sedie... (OST 1.4.1).
	3.1.2. Azioni di valorizzazione dei prodotti agroalimentari locali: a) della frutta locale (anche in relazione a progetti di conservazione delle biodiversità coltivata già in essere, AP01); b) del fungo delle valli del Cismon, Vanoi e Mis (vedi AP02); c) della trota delle valli del Cismon, Vanoi e Mis (AP03); d) dei prodotti orticoli e della cultura dell'orto (anche in relazione a quanto indicato dalle azioni 5.3.1 e 5.3.2, AP05); e) della filiera della carne e recupero della cultura del maiale (AP07); f) dell'apicoltura e dei prodotti dell'alveare (anche in relazione alla valenza di indicatore di qualità ambientale delle api, AP11).
3.2. Sostenere e promuovere l'immissione sul mercato interno ed esterno di prodotti locali agroalimentari e di piccolo artigianato che siano autentici, credibili, stagionali e sostenibili (vedi obiettivo 3.1), i quali contribuiscano a costruire un coerente <i>prodotto Primiero</i> da proporre, oltre che mediante il commercio, anche attraverso il comparto turistico. <i>Si vedano anche le azioni e indicazioni di cui all'obiettivo 4.3</i>	3.2.1. Sostegno all'integrazione di prodotti locali (vedi obiettivo 3.1) tra quelli prenotati ed acquistati dai g.a.s. (gruppi di acquisto solidale) e dai g.a.f. (gruppi di acquisto familiari).
	3.2.2. Attività culturali e di semplificazione normativa a sostegno e promozione di scambi informali di prodotti d'autoconsumo (senza intermediazione commerciale e monetaria) e come strumento per la riduzione dello spreco alimentare, dei km percorsi dal cibo e dei rifiuti prodotti (giornate del riuso, <i>swap party</i> , riduzione del <i>packaging</i> e degli imballi, ecc.), in connessione anche con l'azione 2.3.6.
	3.2.3. Attività culturali e di semplificazione normativa a sostegno e promozione degli “acquisti in campo” presso produttori agroalimentari locali.
	3.2.4. Attività per superare divisioni e campanilismi aggregando alle “costellazioni produttive” di cui all'obiettivo 3.1 tutti i soggetti (produttori, commercianti, associazioni, ristoratori e operatori turistici, gruppi d'acquisto, cittadini, ecc.) che possono valorizzare le risorse del territorio e i prodotti di qualità, a partire dai produttori locali che già

	sviluppano azioni d'eccellenza (OST 2.2.1 e OST 2.2.2).
	3.2.5. Istituzione di un servizio pubblico di facilitazione tra produttori locali e comparto del turismo che faciliti tra essi i contatti e gli acquisti diretti (OST 1.2.1, 2.4.3 e 1.4.2).
	3.2.6. Corso di qualificazione rivolto ad operatori di contatto col pubblico (negozianti e banconisti, operatori di sala nei ristoranti, ecc.) sul tema della comunicazione del <i>prodotto Primiero</i> (non meramente pubblicitaria ed unidirezionale, ma di dialogo con l'acquirente) del territorio e della sua stagionalità (in quanto definita dal ritmo indotto dal clima e dalle stagioni) attraverso il racconto appropriato dei prodotti locali e stagionali (OST 1.4.4, 2.2.8 e 2.4.6 e AP30).
	3.2.7. Sviluppo di una catalogo (<i>paniere</i>) dei prodotti locali e dei produttori di Primiero. Anche a partire da una meditazione sulla qualità del cibo quotidiano come componente essenziale della <i>qualità della vita</i> e del diritto alla salute (AP12).
	3.2.8. Formazione e divulgazione di un calendario della produzione agroalimentare locale che metta in evidenza la stagionalità del cibo (AP013).
	3.2.9. Valorizzazione della cultura del cibo dei prodotti e dei piatti "tipici" attraverso le ricette tradizionali (AP14).
	3.2.10. Promozione di un "marchio di territorio" dei prodotti, agroalimentari e di piccolo artigianato, locali di Primiero (AP16 e OST 1.4.8).
	3.2.11. Miglioramento della visibilità e della valorizzazione dei prodotti locali attraverso la formazione di appositi <i>corner</i> nei punti vendita commerciali (AP20 e OST 1.4.6).
	3.2.12. Proposte operative per l'impiego e la valorizzazione di prodotti locali e stagionali nelle sagre e nelle manifestazioni (AP19).
	3.2.13. Formulazione e lancio di un calendario di dodici appuntamenti conviviali a cadenza mensile per la promozione delle produzioni locali stagionali. (AP15)

Strategia 4	
Attivare e sostenere modalità di scambio, vendita e acquisto aggiornate, efficaci e sostenibili quali strumenti di servizio alla cittadinanza nella prospettiva di una sempre migliore qualità della vita.	
Obiettivi	Azioni e indicazioni di piano
4.1. Valorizzare le potenzialità di Primiero come nodo di scambio e comunicazione tra pianura e montagna, tra sud e nord, a scala sovra-regionale. Come territorio che ha già, in passato, dimostrato di saper connettere le diversità favorendo scambi, contaminazioni e intrecci che si rivelano fertili sia alla scala economica che a quelle sociale, culturale e dei sistemi viventi.	4.1.1. Promozione (mediante incontri pubblici, tavoli di lavoro o altre forme) di una nuova visione di Primiero come nodo economico e culturale di levatura sovra-regionale che miri all'attuazione di progetti e azioni per il suo raggiungimento.
	4.1.2. Progetto di coordinamento e potenziamento delle attività di ricerca quali strumento di progettualità che miri alla conoscenza diffusa del territorio e dei contesti paesaggistici generati dalla specificità locale, per giungere all'individuazione delle specificità insediative, culturali e paesaggistiche che rendono Primiero <i>spendibile</i> come offerta territoriale, turistica e commerciale.
	4.1.3. Attivazione di una <i>scuola di comunità</i> rivolta a tutti i cittadini che miri a far crescere un orizzonte culturale condiviso entro cui possano sorgere ed esprimersi nuovi tratti identitari democratici, pluralistici, inclusivi ed evolutivi. La scuola dovrà dare ai cittadini la possibilità di riconoscersi in un'identità locale complessa ed evolutiva, attenta alle tradizioni e capace di innovarle in modo da valorizzare le specificità locali anche sul piano della progettualità e dell'offerta economica locale e sovra-locale. Rivolgendosi in particolare ad amministratori, commercianti, artigiani, operatori turistici, dovrà far crescere la consapevolezza dell'apporto sociale e alla qualità della vita che i vari operatori possono offrire. (OST 1.3.1, 2.3.1, 2.4.1 e 2.4.5).
4.2. Contrastare il turismo commerciale verso l'esterno di Primiero sostituendolo, laddove possibile, con produzioni e offerte commerciali locali che riducano la dipendenza commerciale da poli urbani esterni.	4.2.1. Indagine e analisi delle motivazioni che portano molti residenti a fare acquisti fuori valle e del rapporto qualità/prezzo che questa scelta sottende. (OST 2.1).
	4.2.2. Indagine e analisi delle destinazioni prevalenti del turismo commerciale rispetto all'ambito sovra-regionale e nazionale.
	4.2.3. Conseguente messa a punto di proposte commerciali per contrastare il <i>turismo commerciale</i> e valorizzare produzioni e offerte di beni e servizi locali.
4.3. Innovare l'offerta commerciale rivolta sia alla domanda locale sia a quella esterna. Nel primo caso, con l'obiettivo di garantire offerta commerciale di qualità anche ai cittadini residenti là dove il commercio convenzionale non trova convenienza ad essere presente: realtà insediative piccole o disperse ed ambiti commerciali deboli (Sagron Mis e Vanoi). Nel secondo caso tenendo conto della diffusione di proposte di commercio a scala planetaria (<i>e-commerce</i> e similari) che già hanno una loro nicchia di clientela a Primiero, con	4.3.1. Ricerca di buone pratiche relative a forme di scambio e commercio che siano anche occasione di relazione informativa e umana e verifica della loro applicabilità con l'obiettivo di implementare sia <i>soluzioni locali a problemi locali con le risorse reperibili in loco</i> , sia rapporti equi con le realtà esterne a Primiero: mercati contadini, acquisti "in campo" diretti dai produttori locali, <i>community supported agriculture, e-commerce, fair-trade</i> , ecc. (OST 2.1.4 e 1.4.9).
	4.3.2. Promozione dell'offerta commerciale di prodotti locali in sinergia col turismo mediante la creazione di un <i>mercato elettronico</i> di Primiero (OST 1.2.3 e AP18).
	4.3.3. Interventi organizzativi e di promozione pubblici a sostegno al mercatino dei produttori locali che già si tiene in stagione estiva nell'ambito dell'Alto Primiero e sua collocazione entro lo spazio proposto dall'obiettivo 5.6, nonché creazione di una corsia preferenziale ai produttori locali che volessero entrare nel mercato settimanale, secondo quanto indicato nell'obiettivo citato.
	4.3.4. Sostegno all'attivazione di nuovi gruppi di acquisto solidale che giungano laddove il commercio convenzionale non riesce. Dovranno essere promossi dalle amministrazioni pubbliche in collaborazione con i g. a. s. esistenti in modo che questi possano trasmettere la loro

l'obiettivo di rovesciare la situazione e proporre anche le nostre produzioni su quel mercato.	esperienza e competenza ai nuovi gruppi. (OST 2.1.3)
4.4. Coordinare i soggetti che possono organizzare eventi o iniziative , garantendo efficacia sia organizzativa che comunicativa alla proposta del <i>Prodotto Primiero</i> .	4.4.1. Istituzione di un organismo / sistema di coordinamento degli attori e degli eventi proposti sul territorio (progetto <i>Territorio in rete</i>). (PSC01)
	4.4.2. Accordo tra gli organizzatori di eventi per mettere a fuoco e tutelare l'originalità delle singole manifestazione e delle sagre evitando copie delle medesime proposte. (OST 1.4.10)
	4.4.3. Costruzione di una <i>app</i> che accompagni il turista ed il cittadino con informazioni a portata di mano e che funga anche da <i>souvenir</i> di Primiero, mantenendo un contatto tra turista e territorio attraverso aggiornamenti continui sulle offerte, le date, i luoghi, gli eventi e i prodotti con la loro stagionalità. La distribuzione della <i>app</i> dovrebbe essere agganciata anche all'eventuale formazione di un punto informativo all'ingresso di Primiero (OST 1.4.7 e 2.4.2 e AP18, si vedano anche le proposte del progetto <i>Porta di Primiero</i> a derivato dalla scheda n. 1 <i>Ponte di San Silvestro – Rotatoria del Bus</i> del progetto di <i>Riqualificazione paesaggistica del fondovalle di Primiero</i>).

Strategia 5	
Razionalizzare la collocazione di attività e servizi commerciali entro una visione a scala di comunità, in una prospettiva policentrica che colga e valorizzi le condizioni dei diversi ambiti territoriali, bilanci esigenze di razionalizzazione economica e necessità di presidio del territorio, e tenga anche conto di un'utenza dimensionalmente variabile in relazione alla stagionalità dei flussi turistici.	
Obiettivi	Azioni e indicazioni di piano
5.1. Sollecitare, a livello comunale, l'approfondimento delle problematiche legate alla marginalità e alla debolezza degli ambiti commerciali del Vanoi e di Sagron Mis, per ottimizzare l'apporto del commercio, sia convenzionale che innovativo, all'innalzamento della loro qualità insediativa e di vita.	5.1.1. Nel contesto dell'adeguamento dei PRG al presente piano, l'amministrazioni comunale di Canal San Bovo curerà un approfondimento d'indagine specifico in relazione all'ambito del Vanoi, data la sua complessità sia territoriale che di dinamiche socio-economiche. In particolare, dovranno essere valutati: a) interventi che potenzino il contributo del comparto commerciale convenzionale nel garantire qualità della vita anche alle fasce sociali più deboli; b) previa opportuna un'analisi, interventi per l'ottimizzazione dell'agglomerazione Canal – Lausen (come identificata in cartografia) quale polo principale di offerta commerciale di beni e servizi. Si tratta di coordinare scelte funzionali e insediative inerenti il comparto commerciale con altre tematiche urbane quali: servizi e spazi pubblici, spazi e luoghi per eventi e manifestazioni, sedi culturali ed associative, spazi a verde e ad orto, sedi di piccolo artigianato e quant'altro possa concorrere alla definizioni di una forma del centro urbano accogliente ed attrattiva. c) l'attivazione di offerte commerciali innovative quali quelle prospettate dall'obiettivo 4.3 del presente piano che contribuiscano a superare i caratteri di frammentazione territoriale e sociale della realtà locale.
	5.1.2. Nel contesto dell'adeguamento del PRG al presente piano, l'amministrazione comunale di Sagron Mis curerà: a) un approfondimento d'indagine specifico in relazione all'ambito omonimo ed alle problematiche di carenza di offerta di servizi e commerciali che tenga in debito conto il rapporto culturale ed economico con il contermino Agordino; b) la formulazione, derivata da un'analisi socio-economica complessiva, di una proposta in cui iniziative commerciali, produttive, di volontariato, ricettive e pubbliche possano confluire, in raccordo anche con il ruolo del comune di <i>portale</i> del bene <i>Dolomiti UNESCO</i>, in un progetto di miglioramento della qualità della vita. c) dati i caratteri di estrema frammentazione territoriale e sociale, dovrà anche essere valutata l'attivazione di azioni di offerta commerciale innovativa quali quelle prospettate dall'obiettivo 4.3 del presente piano.
5.2. Ridurre il più possibile le criticità in termini di qualità della vita (soprattutto a San Martino e, in parte, nell'Alto Primiero), indotte dai fenomeni di accentuata stagionalità delle presenze turistiche, dell'offerta commerciale connessa e delle proposte ed eventi culturali.	5.2.1. Azioni organizzative e di programmazione dell'offerta che abbiano come obiettivo primario l'allungamento delle stagioni turistiche e di offerta commerciale.
	5.2.2. Individuazione delle criticità indotte dalla stagionalità commerciale in rapporto alla qualità della vita dei residenti e delle classi sociali più deboli e definizione di accordi tra Comunità e Comuni dell'Alto Primiero e operatori commerciali per garantire una buona offerta <i>di vicinato</i> .
	5.2.3. Analoga verifica in relazione alla stagionalità e programmazione dei servizi alla persona erogati.
	5.2.4. Nel contesto dell'adeguamento dei PRG al presente piano, le amministrazioni comunali di Siror e Tonadico cureranno un approfondimento d'indagine specifico delle tematiche di cui alle precedenti azioni 5.2.2 e

	5.2.3, in riferimento all'ambito di San Martino di Castrozza e Passo Rolle. 5.2.5. Programmazione delle iniziative di carattere culturale che metta in chiara evidenza il <i>target</i> destinatario (residenti o turisti) e la natura delle offerte (a prevalenza culturale o turistica) in modo da renderne evidenti le finalità e, di conseguenza, ottimizzarne la collocazione calendariale. Ciò anche in prospettiva di una chiara finalizzazione delle risorse economiche pubbliche dedicate al settore.
5.3. Riconoscere e valorizzare il contributo alla qualità della vita e abitativa ed alla vivacità sociale che le piccole attività commerciali di vicinato possono conferire agli insediamenti, assumendo così valenza socializzante e di risposta alle esigenze delle classi più deboli. In tal senso, si tratta di contrastare la spoliazione di attività (commerciali e di piccolo artigianato) dei centri storici e di incentivare l'inserimento di attività aggreganti nelle aree di recente espansione insediativa.	5.3.1. Nel contesto dell'adeguamento dei PRG al presente piano, i Comuni provvedono, ai fini di contrastare lo spopolamento commerciale ed umano delle aree a centro storico: a) a innovare e semplificare, nel rispetto dei caratteri storici dell'edificato e degli spazi, le regole d'intervento onde favorire il riuso del patrimonio edilizio di origine rurale (stalle e fienili o simili) come sede di negozi di vicinato, di piccolo artigianato o di attività aggregative; b) a censire il patrimonio rurale di cui sopra, individuandone puntualmente gli usi auspicati, consentiti o non ammessi in ragione degli effetti sulla qualità complessiva dell'insediamento; c) a individuare, anche ai fini della massima agibilità alle attività commerciali ed aggreganti, gli spazi pubblici ed i percorsi ad essi più idonei, in coerenza con la tutela di spazi verdi ed orti quali elementi qualificanti l'abitazione e l'abitato; d) in particolare, a operare la riduzione della presenza invasiva dell'automobile e l'agevolazione del pedone, se del caso con limitazioni temporanee o continuative al traffico veicolare, ma anche trovando soluzioni alle esigenze di posti macchina indotte dalle presenze commerciali che non contrastino con la precedente lettera (c); e) a mappare e delimitare il riuso degli spazi di deposito interni alle abitazioni mediante la puntuale indicazione della possibilità di trasformazione d'uso dei locali al piano terra (<i>càneve</i>, <i>vòlti</i> e simili) in negozi o garages, e fatto comunque salvo il rispetto delle strutture edilizie storiche. 5.3.2. Nel contesto dell'adeguamento dei PRG al presente piano, i Comuni provvedono, nelle aree edificate di recente formazione e carenti di attività di servizio, vicinato e piccolo artigianato: a) a individuare i siti nodali (intersezioni od assi viari, slarghi, piazze, spazi verdi pubblici, ma anche settori di edificato suscettibili di ristrutturazione e riqualificazione) nei quali è opportuno l'inserimento di attività commerciali ed aggreganti, in coerenza con la tutela di spazi verdi ed orti quali elementi qualificanti l'abitazione e l'attrattività dell'abitato; b) a valutare e definire indici e premi edilizi o altri strumenti urbanistici (perequazione e compensazione urbanistica, piani attuativi) atti ad incentivare la formazione di spazi per attività di vicinato o aggreganti all'interno dell'edificato esistente, in coerenza con una politica di azioni amministrative mirante al medesimo obiettivo; c) ai fini delle precedenti lettere (a) e (b) i PRG dovranno sottoporre ad analisi e progettazione almeno le seguenti aree, esterne a quelle di influenza degli esercizi commerciali individuate nella tav. 2: 1. Ambito Basso Primiero: ▪ espansione ovest di Imèr, area gravante sugli assi di via Scarèna e via Micheli; ▪ espansione a nord ed est di Mezzano, sulle aree innervate dalle vie delle Scure, IV Novembre e Roma; ▪ località Oltra / Coppèra. 2. Ambito Alto Primiero:

	▪ espansione sud ed est di Transacqua, lungo gli assi delle vie Navoi, Caltena, Bellavista e Bersaglieri. ▪ espansioni di Tonadico verso la Campagna sugli assi di via Aisemponeri - via San Giacomo e via Sass Maor - via Falzeni ▪ espansioni tra Tonadico e Siror, lungo via Roma e Cisson; 3. Ambito San Martino, in coerenza con le indicazioni dell'obiettivo 5.2: ▪ espansioni verso sud ed est, sugli assi delle vie Val di Roda – Zagonel – Fontanelle – Pez Gaiard e Crode Rosse. ▪ espansione verso nord, lungo l'asse di via Fosse. 4. Ambiti del Vanoi e Sagron Mis: l'intero territorio secondo le indicazioni dell'obiettivo 5.1.
5.4. Governare la localizzazione delle medie e grandi strutture di vendita assicurando efficienza al settore senza sminuirne il ruolo di servizio alla comunità e ponendo massima attenzione alla loro coerenza con la struttura insediativa di riferimento. In questa prospettiva, tenere conto di come l'accentramento commerciale possa contribuire alla ristrutturazione del settore a sfavore delle attività di vicinato, tendendo così a spogliare i centri minori di attività vitali e creando squilibrio tra gli ambiti territoriali.	5.4.1. Nel contesto dell'adeguamento dei PRG al presente piano i Comuni provvedono: a) a riconoscere alle medie strutture commerciali di vendita al dettaglio (costituite sia da esercizi con generi misti e alimentari che specialistici) un ruolo analogo a quello degli esercizi di vicinato; b) a riconoscere che, soprattutto quelle a carattere merceologico misto e alimentare, inducono un traffico e necessità di parcheggio di maggior rilievo che vanno debitamente valutati; c) in conseguenza a ciò, ad indicare gli assi e i nodi viari dove è auspicato l'insediamento di medie strutture di vendita e quelli in cui, per ragioni d'inadeguatezza della struttura insediativa o della viabilità d'accesso, non è opportuno trovare insediamento medie strutture. 5.4.2. Ai sensi dell'art. 13 della L.P. 17/2010 e successivi <i>Criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale</i> il presente piano: a) individua una grande struttura commerciale di vendita al dettaglio esistente in località Giare in c.c. Imèr, come evidenziato dalla tav. 1.1 della cartografia di piano; b) definisce la normativa ad essa relativa attraverso le Norme di attuazione; c) evidenzia la problematicità dell'accesso veicolare alla zona per insediamenti produttivi in cui la grande struttura è collocata e sollecita i comuni di Mezzano ed Imèr a raccordare le previsioni dei relativi PRG in ordine all'adeguamento della viabilità stessa; d) in considerazione della lettura dello stato attuale e delle proposte avanzate dalla scheda n. 7. <i>Area artigianale esistente in località Giare</i> del progetto di <i>Riqualificazione paesaggistica del fondovalle di Primiero</i>, ribadisce l'opportunità di una riqualificazione, funzionale, edilizia, energetica e paesaggistica dell'area che contempli anche un miglior inserimento della grande struttura di vendita ivi esistente. Le modalità di tale riqualificazione dovranno essere indicate dai PRG nel contesto dell'adeguamento al presente piano. 5.4.3. Ai sensi dell'art. 13 della L.P. 17/2010 e successivi <i>Criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale</i> il presente piano: a) individua e delimita come destinata a nuove grandi strutture commerciali di vendita al dettaglio l'area che insiste su Viale Piave in c.c. Transacqua, evidenziata dalla tav. 3 della cartografia di piano; b) definisce la normativa ad essa relativa attraverso le Norme di attuazione; c) evidenzia la problematicità di dotazione di posti macchina indotta dall'attuale situazione e ribadisce che, al fine di risolverla, i futuri

	interventi dovranno adeguarsi agli standard indicati dai <i>Criteri di programmazione urbanistica del settore commerciale</i> di cui alla delibera della Giunta Provincia n. 1339 del 1/7/2013; d) individua nell'affaccio dell'area verso nord, sulla viabilità interna di Viale Piave, un ulteriore elemento critico dovuto all'accesso diretto dalla medesima ad un fronte di parcheggi a pettine dello sviluppo di circa 35 m e indica la necessità di rivedere tale assetto riducendo l'accesso ad un passo carraio che immetta a parcheggi interni al lotto; e) fa salva la possibilità del Consiglio comunale di derogare agli stessi sulla base di un'analisi approfondita delle criticità di scala d'ambito evidenziate e di idonee proposte di soluzione.
5.5. Riconoscere e valorizzare il centro storico di Fiera di Primiero come <i>centro commerciale naturale</i> a servizio dell'intero territorio di Primiero, evitando che tale funzione ricada a svantaggio della dotazione minima di strutture di vicinato ed aggreganti degli abitati circostanti e garantendo, al tempo stesso, un rapporto coerente tra le varie parti dell'ambito dell'Alto Primiero.	5.5.1. Il presente piano stralcio riconosce e sottolinea il valore del centro storico di Fiera come <i>centro commerciale naturale</i> di tutta la comunità di Primiero.
	5.5.2. Nel contesto dell'obiettivo 4.1, Fiera di Primiero svolge un ruolo centrale in quanto nodo territoriale, economico e culturale di primo livello e, pertanto, si sottolinea la necessità, nell'ambito del PTC, di raccordare tale ruolo con la soluzione delle criticità infrastrutturali, di traffici e percorsi e dei servizi di scala territoriale che, da tempo, vi insistono.
	5.5.3. Si indica il centro storico di Fiera di Primiero come possibile sede del mercato di cui all'obiettivo 5.6, tenendo conto che il centro urbano ricava benefici, anche economici, dalla presenza del mercato.
	5.5.4. Si sottolinea la necessità di garantire alla gestione del comparto commerciale di Fiera coerenza con l'obiettivo 1.1, contenendo l'avvicendamento di attività ispirate allo stile d'acquisto dello <i>shopping</i> e scoraggiando le proposte di consumo per nulla o poco sostenibili e quelle all'origine di dipendenze. Data la sua attrattività, si individua Fiera di Primiero come centro in cui sperimentare un monitoraggio e una sensibilizzazione sulla sostenibilità delle proposte di consumo (slot machines, alcool...) (OST 2.2.6).
5.6. Dare spazi e tempi adeguati al mercato settimanale dell'ambito Alto Primiero e ai mercatini stagionali o periodici che già si tengono, riconoscendo loro valenza di offerta d'intermediazione commerciale qualificata e di luoghi aggreganti, di offerta stagionale dei prodotti locali e di confronto diretto tra acquirenti e produttori.	5.6.1. Nel contesto dell'adeguamento dei PRG al presente piano, i Comuni di Fiera di Primiero, Tonadico e Transacqua stabiliscono (ai sensi dell'art. 16 della L.P. 17/2010) i criteri, i limiti e le modalità per l'istituzione, lo spostamento e l'ampliamento dei mercati. A tal fine, dovranno raggiungere un accordo che individui, a seguito di apposite indagini e valutazioni, uno spazio pubblico specificamente destinato allo svolgimento di mercati e eventi pubblici che sia coerente con le seguenti indicazioni orientative: a) il nuovo spazio dovrebbe concorrere alla riqualificazione complessiva delle aste dei torrenti Cismon e Canali come cuore dei servizi dell'ambito Alto Primiero e pertanto, a far centro sul municipio di Fiera di Primiero, esso dovrà essere individuato entro un raggio massimo di 300 m, senza portare all'occupazione di aree verdi e all'impermeabilizzazione di nuovi suoli; b) lo spazio individuato si raccorderà il più organicamente possibile con il <i>centro commerciale naturale</i> di Fiera di Primiero, tenuto anche conto degli effetti sulla viabilità e l'esigenza di parcheggi: in questo senso, la sua collocazione in centro storico di Fiera va attentamente valutata come soluzione preferenziale; c) si dovrà tenere in debito conto che il mercato sia anche luogo di sensibilizzazione e formazione dei consumatori, in cui si chiarisce il significato dell'acquisto e dove il valore delle relazioni con chi produce assume importanza facendo sì che la transazione economica porti con sé un arricchimento in termini di conoscenze, competenze, relazioni ed esperienza; d) si dovrà assegnare a tale spazio un valore altamente qualificante il disegno urbano e se ne programmerà un uso ricorrente

	facendovi convergere, oltre alle varie manifestazioni di mercato, eventi aggreganti culturali e sportivi (OST 1.4.5). 5.6.2. La gestione del mercato settimanale dovrà prevedere un disciplinare che: a) miri ad una offerta di qualità che privilegi le produzioni locali e, per le categorie merceologiche in cui queste non esistano, garantisca un'offerta proveniente dall'esterno di Primiero ad buon rapporto qualità/prezzo; b) connetta le due <i>Fiere</i> annuali (di primavera e d'autunno) a questo spazio avendo cura di evitare interferenze negative (OST 1.1.1); c) commisuri il contributo di platetaico ad un adeguato rapporto costi/benefici per l'operatore e lo impieghi anche come strumento per orientare le presenze esterne al soddisfacimento della domanda locale e per garantirne la presenza continuativa (OST 1.1.2-1.1.3). 5.6.3. Indagine di approfondimento che coinvolga amministrazioni e produttori locali onde valutare le più convenienti soluzioni per dotare i vari ambiti di mercati dei prodotti locali considerando, tra le altre, le seguenti alternative: a) definizione di una calendario settimanale di mercati dei produttori dislocati nei singoli ambiti e/o abitati; b) individuare in ciascun ambito o abitato un mercato tematico a cadenza regolare (settimanale, quindicinale, mensile o altro).
5.7. Favorire la riorganizzazione e il potenziamento delle agglomerazioni commerciali meno strutturate, inquadrando in un ridisegno urbano complessivo delle porzioni d'abitato coinvolte e tenendo conto che le attività commerciali si inseriscono in un più ampio quadro di proposte aggregative quali servizi pubblici, offerte culturali e eventi, attività artigianali compatibili, spazi associativi, offerte di ristorazione e simili.	5.7.1. L'agglomerazione commerciale del centro di Imèr, penalizzata da un accesso dalla nuova circonvallazione poco agevole e distribuito su due nodi (al Bivio e alla Cooperativa), si estende lungo la vecchia strada statale dal bivio per il Passo Gobbera fino all'innesto di via San Francesco ad est dell'abitato. Essa presenta un'alta rarefazione di esercizi commerciali disposti in maniera disorganica e non attrattiva. Nel contesto dell'adeguamento al presente piano, il PRG: a) individuerà tutti gli elementi territoriali aggreganti (negozi, bar, uffici pubblici, piazze, teatro e scuole, usi saltuari di spazi pedonalizzati, ecc.) lungo l'asse dell'agglomerazione; b) proporrà un disegno funzionale coerente per questi elementi, integrandolo con specifiche indicazioni circa l'inserimento di nuove attività commerciali; c) proporrà soluzioni coerenti di disegno urbano che configurino l'agglomerazione in maniera attrattiva e funzionale; d) valuterà e definirà eventuali indici e premi edilizi o altri strumenti urbanistici atti ad incentivare gli interventi di riordino e inserimento di nuove attività. 5.7.2. L'agglomerazione commerciale di San Martino di Castrozza, imperniata nel ponte sul torrente Cismon, già si configura come un "corso" unitario di ispirazione urbana e come tale è fruita dai turisti. Nei periodi di punta turistici, la parziale pedonalizzazione del percorso non riesce ad ovviare alla congestione del traffico e degli spazi. Nel contesto dell'adeguamento al presente piano, i PRG dei Comuni di Siror e Tonadico dovranno: a) individuare tutti gli elementi territoriali aggreganti lungo l'asse dell'agglomerazione, tenendo conto della stagionalità della loro offerta; b) verificare una dotazione minima di offerta commerciale in relazione all'obiettivo 5.2 ed avanzare eventuali proposte integrative; c) proporre un disegno funzionale coerente per gli elementi aggreganti integrandolo con specifiche indicazioni circa il sistema dei percorsi e degli spazi, i flussi pedonali e veicolari e la gestione delle pedonalizzazioni; d) proporre soluzioni di disegno urbano che diano coerenza ed attrattività all'aggregazione, tenuto anche conto del suo diretto rap-

	porto paesaggistico con lo scenario dolomitico di grande pregio; e) valutare e definire eventuali indici e premi edilizi o altri strumenti urbanistici atti ad incentivare gli interventi di riordino e riqualificazione. 5.7.3. Al Passo Rolle la qualità dell'edificato e degli spazi particolarmente modesta, in netto contrasto col pregio dell'intorno paesaggistico dolomitico, è penalizzata da una serie di elementi concorrenti. Nel contesto dell'adeguamento al presente piano, il PRG di Siror dovrà, tra l'altro: a) individuare tutti gli elementi territoriali aggreganti lungo l'asse stradale, tenuto conto della stagionalità della loro offerta; b) verificare l'impatto funzionale e ambientale delle attività presenti, comprese quelle commerciali stagionali e ambulanti; c) proporre un disegno funzionale coerente del Passo, dando specifiche indicazioni circa il sistema dei percorsi e degli spazi di parcheggio, i flussi pedonali, di sciatori e veicolari; d) proporre soluzioni di disegno urbano che diano coerenza e attrattività al Passo, tenuto anche conto del suo stretto rapporto con l'intorno paesaggistico; e) valutare e definire eventuali indici e premi edilizi o altri strumenti urbanistici atti ad incentivare gli interventi di riordino e riqualificazione. f) valutare e definire norme regolamentari per il commercio e la pubblicità atte a controllare possibili elementi di disordine. 5.7.4. La valle del Vanoi vede come massima agglomerazione di offerta commerciale l'abitato di Canal San Bovo, con un'estensione nella frazione di Lausen posta allo sbocco della galleria che proviene da Primiero. Questa collocazione dei due abitati suggerisce di individuarli come agglomerazione da potenziare in rapporto sia alla domanda interna, sia alla relativamente facile accessibilità da Primiero. Nel contesto dell'adeguamento al presente piano, il PRG di Canal San Bovo dovrà: a) individuare tutti gli elementi territoriali aggreganti lungo l'asse stradale che congiunge i due abitati; b) verificare l'impatto funzionale e ambientale delle attività presenti, comprese quelle ambulanti, anche tenendo conto della stagionalità dell'offerta di produzioni locali; c) proporre un disegno funzionale coerente dell'agglomerazione, integrandolo con indicazioni relative all'inserimento di nuove attività commerciali ed al sistema dei percorsi, degli spazi di parcheggio, dei flussi pedonali e veicolari; d) proporre soluzioni di disegno urbano che diano coerenza e attrattività ai luoghi, tenuto anche conto del rapporto con l'accesso da/per Primiero; e) valutare e definire eventuali indici e premi edilizi o altri strumenti urbanistici atti ad incentivare gli interventi di riordino e riqualificazione.
5.8. Dare coerenza alla previsione di aree o funzioni commerciali nei PRG comunali rispetto all'assetto dell'offerta commerciale attuale e rispetto agli obiettivi, le indicazioni e le azioni individuate dal presente piano stralcio.	5.8.1. Nel contesto dell'adeguamento al presente piano, i PRG comunali dovranno: a) produrre un quadro organico delle indicazioni e delle azioni proposte dal piano per gli ambiti, le agglomerazioni e le strutture di vendita insistenti sul territorio comunale di competenza; b) produrre un approfondimento delle medesime indicazioni ed azioni in ragione della scala di dettaglio del PRG; c) deriverne una zonizzazione delle aree commerciali coerente con le indicazioni di cui al presente piano e della legislazione in materia.
5.9. Coniugare una visione multimodale di	5.9.1. Indagine e analisi conoscitiva del rapporto tra attività attrattive (pubbliche, private, servizi, commerciali e non) e assetto dei percorsi

mobilità, trasporti e comunicazioni con la necessità di garantire a tutti i cittadini l'accesso a servizi e attività commerciali organizzati in prospettiva policentrica, contenendo e mitigando il più possibile le problematiche causate dall'eccesso di accentrimento territoriale in taluni ambiti di agglomerazioni commerciali e strutture di vendita.	interni a Primiero, alla ricerca sia di elementi puntuali di criticità (ad esempio attività commerciali che, a causa del loro affaccio, creano impedimenti al traffico anche saltuari), sia di fenomeni generali o di larga scala, anche stagionali (quali le interferenze tra percorsi veicolari, ciclabili e pedonali) che possano essere risolti con un raccordo più organico di reti e attività (OST 2.2.6).
	5.9.2. Formulazione, conseguente all'indagine di cui all'obiettivo 4.5, di un piano stralcio del PTC inerente mobilità, trasporti e comunicazioni e successiva revisione del presente piano stralcio, onde renderne coerenti contenuti e previsioni.
	5.9.3. Formulazione, conseguente all'indagine di cui all'obiettivo 4.5, di un'ipotesi organizzativa dei servizi di trasporto pubblico che favorisca la mobilità dei cittadini e il loro accesso ai servizi (OST 2.2.5 e PSC12).

La verifica di coerenza interna delle proposte di progetto qui espone e quella in rapporto ai disposti del quadro provinciale è oggetto della Valutazione Ambientale Strategica costituente un apposito elaborato che accompagna il presente piano.

La prima formulazione del piano stralcio ha comportato un lavoro di ricerca di dati, di analisi e di attività progettuale che ha messo in evidenza diverse questioni meritevoli di approfondimento. Alcune di queste tematiche, segnalate nella presente relazione, non sono state approfondite a sufficienza anche a causa degli stretti tempi di elaborazione del piano. Altre presuppongono invece un lavoro di raccolta e aggiornamento dei dati ad oggi indisponibili. A ciò si aggiunga che, proprio in riferimento alla visione del Piano Territoriale di Comunità come “macchina progettuale” in continua evoluzione ed aggiornamento, anche le tematiche del commercio dovrebbero essere periodicamente aggiornate e riviste. A scopo di verifica sono, peraltro, conformati anche gli indicatori definiti nel capitolo 3 della presente Relazione. Inoltre, anche la progressiva conformazione di altri stralci del PTC (come ad esempio quella qui proposta all'azione 5.9.2 per il tema *mobilità, trasporti e comunicazioni*) comporterà inevitabilmente la necessità di raccordare i vari stralci a seconda degli esiti specifici degli stessi.

La redazione della presente proposta è avvenuta in assenza dell'Accordo quadro di programma previsto dalla legislazione urbanistica provinciale. Ciò costituisce un oggettivo limite nel controllo della completezza e della coerenza generale delle proposte, il quale potrà essere superato, prima di procedere con altri stralci di pianificazione, solo con la formazione di alcuni contenuti generali del PTC (Inquadramento strutturale e Carta del Paesaggio) e con la successiva sottoscrizione dell'Accordo quadro.

Per tutte queste ragioni, si indica come arco temporale di prima applicazione del presente piano stralcio un periodo di tre anni a fare data dalla sua definitiva approvazione. Dopo tale data sembra opportuno prevedere una sua revisione che incorpori i nuovi dati conoscitivi raccolti e verifichi l'attuazione di azioni ed indicazioni nonché il raggiungimento degli obiettivi delineati, portando così ad una conseguente riformulazione della proposta progettuale.

Primiero, febbraio 2015.