



Comunità di Primiero  
in collaborazione con Provincia autonoma di Trento  
UMST Trasparenza e partecipazione



qualeQualità?

# Report

dei primi incontri pubblici sui temi della qualità  
in attuazione dell'azione 1.1.1. del Piano stralcio  
per il Commercio di Primiero

Giugno 2016

*In occasione della formazione e approvazione del Piano Stralcio per il Commercio, sono emersi, dagli aderenti al processo partecipativo, alcuni temi che ruotano attorno al concetto di **Qualità** variamente declinato.*

*Su questi temi, la Comunità di Primiero ha proposto **una serie d'incontri** con tutti i cittadini per ragionare sugli **stili di vita locali** e capire assieme quale sia la Qualità di vita cui aspiriamo.*

*Presupposto di quest'azione è stata l'ipotesi che, per attivare un cambiamento rispettoso delle risorse legate al territorio, attualmente resosi indispensabile, sia fondamentale promuovere e supportare la costruzione di una base culturale comune.*

*Ogni incontro è stato condotto da un esperto che ha proposto alcune **riflessioni** su di un tema specifico per cercare, nella seconda parte della serata, **contributi e proposte condivise**.*

*I facilitatori della struttura provinciale denominata Unità di Missione Strategica Trasparenza e Partecipazione hanno accompagnato i gruppi di confronto e conversazione allo scopo di far dialogare portatori di interesse e punti di vista diversi.*

*Si raccolgono qui i risultati emersi come **indirizzi** per la pianificazione territoriale e sociale della Comunità di Primiero.*

*L'auspicio è che questi contributi vengano accolti dagli attori locali che li traducano in **azioni concrete**.*

# qualeQualità?

Qualità della vita?  
Qualità insediativa?  
Qualità abitativa?

**lunedì 18 aprile 2016**  
ore 20  
sala Negrelli **Tonadico**

*A cosa pensiamo quando parliamo  
di Qualità della vita, insediativa o  
abitativa?*

*Cosa significa per noi vivere bene?*

relatori:

**Bruno Virgilio Turra  
e Gianfranco Bettega**

*L'incontro ha aperto un percorso partecipativo proposto  
dalla Comunità di Primiero nell'ambito del Piano stral-  
cio del commercio.*

*Dopo due relazioni introduttive proposte dal ricercatore  
dott. Bruno Virgilio Turra sulla qualità della vita e da  
Gianfranco Bettega, tecnico della Comunità, sulla qua-  
lità abitativa e degli insediamenti, sono stati organizza-  
ti 3 gruppi di confronto e discussione sui temi proposti.*

*La finalità è stata quella di attivare una circolazione di  
pensieri funzionali a dare concretezza e a contestualiz-  
zare cosa si intende quando parliamo di qualità e quali  
azioni concrete auspichiamo per migliorare la qualità  
della vita, dell'abitare e degli insediamenti.*

## Report finale dei Gruppi di conversazione

### 1° GRUPPO DI CONFRONTO E DISCUSSIONE

Domanda guida:

*Quale qualità della vita?*

Contributi emersi:

- **Primiero un paradiso imperfetto** (una valle chiusa)  
Sotto il profilo geografico: difficoltà a raggiungere altre zone, difficoltà dei collegamenti
- **Primiero una valle per vecchi:** rischi e opportunità  
mancanza di lavoro per i giovani,  
una valle in cui la popolazione anziana è più numero-  
sa rispetto ad altri territori,  
una valle in cui non ci sono molte opportunità di la-  
voro, se non quelle legate alla stagionalità;
- **Unicità – identità – consapevolezza**  
mancanza di un'identità consapevole (per esempio: i  
bambini parlano poco il dialetto);  
rischio di omologazione, perdita di autenticità, (per  
esempio anche nei rifugi di montagna si propongono  
solo menù omologati, non attinenti alla tradizione)  
**Azione:** promuovere una conoscenza (consapevole)  
del territorio  
**Azione:** interagire con il parco  
**Azione:** progettare una guida di valle per fare cono-  
scere e promuovere  
**Azione:** recuperare gli antichi saperi e le conoscenze  
delle maestranze
- **Il significato del vivere nei paesi**
- **Primiero non è solo un territorio per turisti**  
**Azione:** va recuperato il senso di appartenenza alla  
Comunità di Primiero
- **Come guardare avanti** (programmi, priorità, com-  
petenze)  
**Azioni:** educare tutti anche i turisti al rispetto del ter-  
ritorio attraverso il buon esempio, provando a supe-  
rare la contraddizione che esiste nel mercato turistico  
da un lato la richiesta di sostenibilità, e dall'altro l'a-  
spettativa di confort e comodità.  
**Azioni:** riqualificare i paesi mantenendo le loro carat-  
teristiche evitando di copiare gli stili cittadini.

## 2° GRUPPO DI CONFRONTO E DISCUSSIONE

Domanda guida:

### Quale qualità abitativa?

Contributi emersi:

- **Senza le macchine, nel centro storico ci sarebbe qualità abitativa.**

**Azione:** fare adeguati piani parcheggi esterni ai centri storici.

**Azione:** far rispettare il divieto di parcheggio nei centri storici

- **C'è molta proprietà frammentata**

**Azione:** trovare il modo per rimuovere le frammentarietà, ad esempio ricorrendo alla compensazione e perequazione. Attivare e realizzare il mercato dei volumi. Usare lo strumento della compensazione per migliorare abitazioni e togliere abitazioni che non servono.

**Azione:** Incentivare la ristrutturazione

- **Molti edifici sono stati progettati male e sarebbero da riqualificare.** Alcune grandi strutture non sono utilizzabili in quanto progettate e costruite male.

**Azione:** molto importante è il ruolo dei progettisti, che dovrebbero fare adeguata consulenza ai clienti, sia rispetto all'uso degli spazi per rispondere a bisogni abitativi che per adeguatezza rispetto al contesto e ai tratti identitari locali. I progettisti dovrebbero trasmettere cultura di qualità.

- **Non sempre gli spazi sono progettati tenendo conto della loro funzione.** La tendenza è stata quella di usare spazi enormi anche dove non servivano. I progettisti avrebbero anche un importante ruolo educante a stili di vita rispettosi dell'ambiente e contribuirebbero a far crescere una cultura in grado di affiancare e permettere il cambiamento.

**Azione:** Porre attenzione nel costruire abitazioni ed edifici all'uso degli spazi. Commisurare l'edificato alle effettive esigenze. Rispetto a ciò è rilevante il ruolo dei progettisti e dei regolamenti edilizi.

- **Una volta le case dei centri storici avevano anche una parte di spazio dedicata alle attività** (stalle, fienili, piccole attività artigianali..).

**Azione:** recuperare in modo innovativo questa specificità di Primiero, per far rivivere i centri storici, che si stanno svuotando.

- **I centri storici si stanno svuotando e ci sono tante abitazioni vuote.**

**Azione:** individuare un modo per far rivendere le numerose case vuote vendute ai turisti o doppie case per

il turismo. Ad esempio, prevedere forme di agevolazione per l'acquisto e premi per la loro vendita. Contributi, ridefinizione dei vincoli di riqualificazione ...

**Azione:** migliorare e adeguare i servizi nei paesi, non toglierli.

- **Nella frazione di San Martino di Castrozza la questione abitativa è peculiare.** Negli edifici adibiti ad abitazione non ci sono spazi appropriati e funzionali per giovani famiglie.

- **A Canal San Bovo e nei nuclei periferici, quando è necessario andare fuori per lavoro, la vita e le relazioni di vicinato si vivono dove si lavora.** La casa è lo spazio per dormire oppure lo spazio in cui si trova tutto ciò che serve per rispondere alle esigenze extra lavorative.

**Azione:** anche nei piccoli paesi vanno programmate e sostenute iniziative per vivere la comunità dei residenti

- **Il lavoro porta vivibilità nei centri storici**

**Azione:** incentivare la riapertura di piccoli laboratori e attività artigianali nei centri storici

- **Non ci sono più a Primiero artigiani che sanno lavorare con le risorse del territorio, disponibili:** ad esempio artigiani e operatori della filiera del legno, maestri di restauro

**Azione:** incentivare l'immigrazione, anche di stranieri ma non solo (tra gli immigrati ci sono bravi artigiani e operatori rurali che potrebbero essere attratti con qualche incentivo o supporto). Promuovere una immigrazione finalizzata a dare risposta alle esigenze del territorio.

- **Da troppo tempo si è lavorato nella speranza che qualcosa accadesse, ora è necessario darsi da fare** e due cose, che a livello PAT stanno nascendo, potrebbero favorire una riqualificazione dell'esistente: i cambiamenti nella normativa dei centri storici e per il riuso delle case di vacanza.

- **Primiero è un territorio a vocazione turistica.**

**Azione:** far ripartire il turismo a San Martino di Castrozza e ripartirebbero tutti i comparti produttivi ed economici.

Su questa affermazione si apre un dibattito su come e cosa può esser fatto per rilanciare l'economia a Primiero. I presenti condividono che non c'è futuro se si rincorre l'illusione che un lavoro di 4 mesi permetta di vivere bene tutto l'anno a tutti i residenti di Primiero. Si può con 4 mesi di stagione a San Martino di Castrozza garantire lavoro e possibilità di vita a tutto un territorio? Pare un'utopia, per cui sarebbe auspicabile: **azione 1:** fare un accordo chiaro tra tutte le Ammi-

nistrazioni del territorio, che dovrebbero mettersi a tavolino e negoziare per rendere fattibile, ad esempio, un sistema in cui la relazione tra i produttori nei diversi ambiti definisca chi fa cosa per fare sistema, rinunciando un pochino tutti a fare solo il proprio interesse fin che dura. Per esemplificare, si dovrebbe arrivare ad avere tutti questa consapevolezza: tu mantieni il territorio che mi dà lavoro, io compero i tuoi prodotti e li uso e ti do lavoro. Un'Amministrazione che non ha opportunità di lavoro si allea con un'altra, ad esempio negoziando come di seguito: se voi date lavoro ad operai del mio comune io amministratore abbasso le tasse e ti vengo incontro con qualche agevolazione che risponda alle tue aspettative ....

**azione 2:** accordi e intese per il territorio, non solo per rilanciare un comparto, ma con investimenti per dare lavoro a tutti, ma solo ad una parte. Ciò vale sia che si parli di investimenti privati che pubblici. Può un'azienda che investe non investire per lavorare tutto un anno e accontentarsi di 4 mesi? Perché oramai si sa le stagioni tradizionalmente intese sono brevi.

**azione 3:** ripensare in chiave attuale alle manifestazioni turistiche, anche a quelle che hanno fatto la storia e sono state importanti volano economico, Ad esempio: il Rally di San Martino una volta era manifestazione internazionale e di richiamo d'altro tipo: veniva organizzata in un altro periodo dell'anno, per prolungare la stagionalità, aumentare la possibilità di lavoro. Ora si organizza a luglio per portare turismo in un mese in cui dovrebbero essere altri i fattori attrattivi: è una scelta per non perdere la stagionalità? Ma non si può valorizzare altro? La Desmontegada invece è subentrata come evento di prolungamento della stagionalità e funziona molto di più del Rally e porta un indotto su tutto il territorio.

• **Siamo un territorio molto attrezzato e con molte opportunità per attrarre turismo straniero, ma non riusciamo ad organizzarci** per dare valore a ciò che abbiamo e raggiungere il turista che sa apprezzare. Non abbiamo il turista giusto. Si dovrebbe andare in questa direzione. Ma per fare ciò si dovrebbe superare la frammentarietà dell'offerta. C'è un libro che parli di tutto il Primiero o pubblicazioni solo di ambito / di paese ...?

**Azione:** Costruire un'offerta unica di territorio, valorizzando la complementarietà e la diversità. Ideare e gestire una sponsorizzazione di tutto il Primiero unita, l'informazione deve essere unica.

• **Siamo un territorio che fa fatica a collaborare e a fare sistema, non solo a livello istituzionale.** Con maggior collaborazione tra operatori si potrebbe offrire più servizi ai residenti e rivitalizzare i paesi

**Azione:** Garantire sempre apertura anche i giovedì in tutti i paesi, a rotazione: ad esempio se a Fiera è aperto l'alimentare, a Mezzano il fiorista, a Imer il benzinaio.

### 3° GRUPPO DI CONFRONTO E DISCUSSIONE

Domanda guida:

## *Quale qualità insediativa?*

Contributi emersi:

• **È importante capire chi si è, per capire dove guardare, dove andare;** mettersi d'accordo su cosa vogliamo essere e su questo costruire lo stile di vita.

Primiero può diventare un posto fortemente caratterizzato, dove i "Primierotti" si riconoscono.

**Azione:** costruire un'idea di luogo di territorio condivisa. Ciò serve ad esempio quando c'è l'esigenza e l'interesse individuale a costruire in zone aperte per capire come costruire.

• **Le problematiche legate anche all'edificazione non controllata hanno tolto identità.**

**Azione:** da ripensare l'edificazione e lo sfruttamento del territorio.

• **Il frazionamento particellare del territorio rende difficile una gestione sostenibile, l'utilizzo .**

• **Il principio di sostenibilità a 360 gradi dovrebbe entrare nella mentalità locale.**

**Azione:** da ripensare anche la politica della globalizzazione. La costruzione ad esempio di un grande centro commerciale darebbe una risposta immediata ai cittadini per quanto riguarda il consumo, ma risulterebbe carente dal punto di vista della sostenibilità del territorio, infatti la perdita di tipicità, di prodotti identitari anch'essa è un problema.

• **Esistono prodotti che identificano il territorio,** Miele, Formaggi ecc. La loro produzione, richiede l'esecuzione di azioni e comportamenti rispettosi delle risorse disponibili e quindi favoriscono l'assunzione di uno stile di vita sostenibile.

**Azione:** Sviluppare e sostenere filiere locali e prodotti legati e utilizzati nel territorio ( alberghi ecc.), favoriscono il micro- commercio.

• **In un'epoca di globalizzazione bisogna puntare, non tanto a limitare lo spostamento dei giovani verso altri paesi, ma bensì ad aumentare l'attrattività del Territorio.** Infatti solo così si può puntare ad aumentare il senso di appartenenza e pensare che dopo le esperienze di accrescimento personale, il giovane ritorni a Primiero portando esperienza e novità. In poche parole, bisogna creare un luogo dove si viva

bene, che diventi attrattivo per tutti, dal giovane al turista.

- **L'assetto del territorio dovrebbe essere costante**, senza subire l'ondata turistica nel breve periodo, il turista viene perché si vive bene, anche fuori stagione.

**Azione:** porsi e darsi una risposta a questa domanda: “Potrebbe essere utile usare l'attrattività legata a “Dolomiti Patrimonio dell'umanità”, per insediare qualsiasi attività utilizzano le dolomiti come sfondo, o inseriamo nel nostro ambiente solo le attività compatibili e sostenibili?”

**Azione:** puntare sulla qualità delle relazioni, andando incontro alle persone fragili. Ad esempio, privilegiare la chiusura dei centri storici ma con aiuti per anziani (deambulatori pubblici), puntando sulla qualità architettonica del centro stesso.

**Azione:** imparare a decentrare le attività sui diversi comuni, rete di servizi.



# qualeQualità?

Bisogni, Consumi  
Desideri e Relazioni

**giovedì 26 maggio 2016**  
ore 20  
sala Negrelli **Tonadico**

*Come **approfittare di una crisi**  
per transitare dalla cultura  
degli oggetti a quella delle funzioni?  
Quale **educazione sentimentale**  
**ed economica** serve per correggere  
l'eccesso di individualismo e tornare  
a pensarci comunità?*

*Quale cultura per passare  
dalla dipendenza all'interdipendenza?*

relatrice:

**Cinzia Scaffidi**

*In questo secondo incontro sono stati proposti gruppi di confronto per riflettere, da un lato, su bisogni e servizi di prima necessità e, dall'altro, desideri, consumi di beni ma anche di suoli. La relatrice, giornalista e docente universitaria, ha illustrato come il sistema economico, che ha non solo caratterizzato ma di fatto determinato il modello di sviluppo dell'Occidente, sta mostrando la propria mancanza di sostenibilità ambientale, fino a rivelare addirittura la propria antieconomicità.*

*Insieme alle sicurezze ambientali ed economiche saltano quelle sociali, relazionali e identitarie.*

*Se dal punto di vista economico ed ambientale si stanno manifestando le prime reazioni (si progettano e realizzano alternative e si mettono a fuoco percorsi dichiaratamente orientati alla sostenibilità), dal punto di vista sociale si fa ancora fatica ad esplicitare il bisogno della costruzione, o ricostruzione, di una diversa cultura dell'umanesimo, della relazione, della comunità.*

*La relatrice ha evidenziato che per garantire la sostenibilità e un futuro al sistema vivente, non abbiamo altra strada se non quella di ripensare le modalità della nostra convivenza, a tanti livelli, non solo con gli altri umani, ma più in generale con gli altri viventi.*

## Report finale Gruppi di conversazione

### 1° GRUPPO DI CONFRONTO E DISCUSSIONE

Domanda guida:

*Quale cultura per passare dalle dipendenze all'interdipendenza?*

Contributi emersi:

È stato chiaro fin da subito che il tema pone una sfida culturale, che coinvolge innanzitutto ciascuno in prima persona, prima di coinvolgere la dimensione sociale.

- **Primiero piccola valle che nel contatto con la cultura globalizzata attenua le proprie specificità.** D'altra parte c'è bisogno di essere comunque coscienti che bisogna aprirsi al mondo, perché c'è interdipendenza da altri. E' decisivo guardare oltre, al di là del bisogno individuale.

**Azione:** promuovere conoscenza e consapevolezza: cos'è dipendenza, cos'è la capacità di creare interdipendenza intesa come capacità di creare relazione, fiducia.

- **Primiero in passato società costruita su legami forti di interdipendenza,** adesso bisogna un po' ripartire, spesso le relazioni personali sono mediate dalla tecnologia (tra i ragazzi è normale comunicare anche cose importanti, personali attraverso social – così si evita il disagio della relazione dell'altro/a).

Ci si pongono domande: il nuovo assetto istituzionale come impatta nella relazione tra persone e tra cittadini e le istituzioni? Si può superare la mentalità tipica del cliente in favore di una mentalità di cittadino consapevole?

**Azione:** recuperare il concetto di co-responsabilità

### 2° GRUPPO DI CONFRONTO E DISCUSSIONE

Domanda guida:

*Quale educazione sentimentale ed economica ci serve per correggere l'eccesso di individualismo e tornare a pensarci comunità?*

Contributi emersi:

- **Sviluppare filiere favorisce la conoscenza reciproca** tra gli imprenditori dei diversi ambiti economici e lo stesso cittadino consumatore. Se conosci il prodot-

to lo proponi in modo diverso e il prodotto acquista valore anche per il consumatore. L'alleanza di filiera produttiva corta aiuta a far acquisire consapevolezza che la relazione porta al profitto. Quando c'è relazione e conoscenza reciproca, se il profitto lo fa il tuo vicino, lui ti farà avere profitto, ciò non significa che si deve agire per avere una contropartita, significa che il senso di comunità favorisce la relazione e lo scambio: ognuno dovrebbe acquisire consapevolezza che "se tu stai bene è anche un vantaggio per me", a cui chiederai di fornirti dei servizi dai quali tu trarrai utilità e vantaggio.

**Azione:** Fare in modo che si accorcino le distanze tra produttore e consumatore. Se si accorcia la filiera, si sviluppano relazioni e si stabiliscono legami che crescono con il tempo.

- **La differenza di prezzo è criterio che guida il consumatore.** Il cittadino è però anche sempre più attento al rapporto qualità prezzo. Il produttore è anche consumatore e cittadino. Se si esce dall'individualismo e si sviluppano relazioni si entra in un circuito di mercato costruttivo e di corresponsabilità territoriale. Il territorio diventa bene comune e tutti ne traggono utilità.

**Azione:** sostenere e sviluppare alleanze di territorio tra produttore, venditore e consumatore. Se aumentano gli acquisti si può ipotizzare una riduzione dei costi e un buon rapporto qualità prezzo, che a sua volta favorisce l'aumento di acquisti e riduzione dei prezzi. Un mercato attento al rapporto qualità prezzo può trovare produttori e consumatori dentro e fuori del territorio e nelle alleanze che si sviluppano nel territorio e tra il territorio e altri territori, si sviluppano relazioni di reciproco vantaggio e ciò diventa motore di profitto.

- **La differenziazione delle produzioni favorisce lo sviluppo di relazioni e aumenta le possibilità di produzione- vendita e acquisto.**

**Azione:** trovare il modo per dare maggior valore alla piccola imprenditoria, alle produzioni che possono raccontare il territorio, che sono funzionali alla cura del territorio. Ad esempio, permettere che le malghe garantiscano la trasmissione nel tempo dei saperi e il mantenimento di biodiversità. Il caseificio garantisce lavoro agli allevatori e produttori di latte e va bene, ma dovrebbero esser sviluppate forme innovative di rapporto tra le esigenze del Caseificio e degli allevatori, che possano garantire il mantenimento e lo sviluppo di attività legate al territorio e alla cultura del territorio di alta montagna. Forse anche il caseificio potrebbe trarne un vantaggio da un ripensamento sulla propria modalità operativa e organizzativa, valorizzando

la propria specificità, senza pensare solo all'utile di una categoria economica.

- **Il tempo e l'impegno personale dovrebbero avere più valore.** La banca del tempo è operativa sul territorio di Primiero, ma funziona in un'ottica di scambio commerciale, non in un'ottica di dono e di reciprocità legata a valori etici e cultura dell'impegno responsabile verso l'altro.

- **Spesso acquistiamo cose che costano molto perché non abbiamo il tempo di farle.** Se ci fermassimo a pensare, potremmo scoprire che per questioni di organizzazione e gestione del tempo, rischiamo di pagare di più e di perdere l'opportunità di fare noi stessi ciò che abbiamo pagato molto, trovando soddisfazione nel fare alcune cose, spendendo meno e acquistando qualcosa di non commerciabile (salute, benessere, conoscenza, saperi ..).

- L'economia e il sistema economico esistono e nello scambio ognuno ricerca da sempre l'utilità e il vantaggio reciproco. Va individuato come l'utilità e il vantaggio del singolo può essere e diventare collettivo. La relazione e collaborazione si attiva quando si capisce che tutti abbiamo un vantaggio nella collaborazione e nello scambio.

**Azione:** promuovere la sperimentazione di azioni concrete in cui puntando su valori condivisi tutti possano avere un vantaggio.

**Azione:** per attivare un cambiamento è utile fare piccole sperimentazioni e iniziare a fare qualcosa di concreto: se su un territorio un gruppo di persone decidono di non acquistare prodotti di cui non conoscono i produttori, aumentano gli acquisti presso i produttori locali.

**Azione:** la logica dei GAS dovrebbe essere sostenuta dalle Amministrazioni che hanno una mappatura dei fornitori locali... con i GAS non solo si acquistano prodotti di cui si conosce la storia ma si sviluppano relazioni e legami, che possono andare oltre il territorio.

- **Sempre di più è condivisa l'idea e il desiderio di una economia sostenibile.**

**Azione:** capire da che punto di vista si stabilisce la soglia di sostenibilità di un sistema, poi si potrebbero fare scelte più congruenti.

- **Spesso non è compreso che l'idea di sostenibilità è idea di durata nel tempo.** Abbiamo perso la capacità di avere una visione di futuro e di programmare, tenendo conto delle risorse disponibili.

- **È importante iniziare a vedere il cittadino, con diritti e doveri, piuttosto che il cliente.** Soprattutto



porre attenzione nel far sentire i giovani parte attiva nel costruire una “grande cosa” e far loro sperimentare che unendo le forze si riesce ad avere un vantaggio per tutti.

**Azione:** supportare l’attuazione di “grandi cose” con la collaborazione di tutti.

- **Manca la cultura del sentire, l’empatia.** Le nuove generazioni non imparano ad ascoltare, a relazionarsi, a tener conto dell’altro.

**Azione:** da intervenire e migliorare la relazione scuola –famiglia-territorio

- **C’è a Primiero collaborazione e relazione, ma ogni iniziativa, anche di elevato spessore a livello culturale, economico e sociale, avviene nell’ambito di gruppi autoreferenziali.**

**Azione:** trovare il modo per obbligare a creare interconnessioni tra gruppi autoreferenziali

- **Non c’è coraggio di cambiare un modello anche se c’è consapevolezza che non va bene.** In realtà non si tratta di coraggio. Le Amministrazioni dovrebbero scegliere e attuare azioni coerenti con gli obiettivi che si pongono. Ovunque c’è molta incoerenza, si dice verde e si fa nero!

- **Il boom economico ha demolito la rete e i valori connessi.** Soprattutto le nuove generazioni conoscono solo la rete tecnologica.

### 3° GRUPPO DI CONFRONTO E DISCUSSIONE

Domanda guida:

*Si può approfittare di una crisi per transitare dalla cultura degli oggetti a quella delle funzioni?*

Contributi emersi:

- **La crisi può favorire l’avvicinamento ad una nuova Cultura “delle funzioni”**, in parte generata da necessità materiali (poco virtuosa), in parte dettata da nuovi valori con al centro la società anziché le esigenze personali del singolo (virtuosa). Innescare il cambio culturale puntando su una serie di azioni.

**Azione:** recuperare gli antichi saperi e le conoscenze delle maestranze. (esempio la persona che segava la legna per l’intero paese), riscoprire le conoscenze degli anziani.

**Azione:** Creare/favorire le professionalità che puntino ad una produzione di alta qualità e manutenzione (al contrario delle politiche consumistiche).

- **Il riuso non deve esser visto come politica di po-**

**vertà ma come esempio virtuoso di sostenibilità.**

**Azione:** Incentivare le relazioni sociali, anche con progetti/attività come il negozio del riuso, il filtro alla discarica (una pre-discarica per mettere a disposizione oggetti ancora utilizzabili).

**Azione:** Promuovere una conoscenza (consapevole) del tema.

**Azione:** Educare tutti, informare attraverso diversi canali e iniziative (scuola, famiglia, gruppi giovani, amministratori, istituzioni....ecc.), creare un sistema educativo alternativo a quello offerto da tv e mezzi di comunicazione di massa. Non solo virtuale, ma reale. Promuovere uno stile di vita diverso (GAS...) favorendo la funzione dell’oggetto (macchina sottovuoto, bio-tritratore ecc) che potrebbe esser messa in comune, contro l’idea dell’oggetto status simbol.

In sintesi diffondere una cultura nuova con iniziative informative e progetti concreti.

- **Il territorio, nuova visione che passa per i giovani.**

**Azione:** Porre attenzione al linguaggio utilizzato per il coinvolgimento degli stessi nelle iniziative di cui sopra.

**Azione:** Formazione ed informazione mirata.

**Azione:** Puntare ad uno stile di vita sostenibile e guardare al mondo. Il Primiero deve diventare attrattivo puntando su territorio e stile di vita.

Un territorio che punti sul benessere del cittadino sarà il fattore attrattivo anche per i giovani.

# qualeQualità?

Locale? Tipico? Tradizionale?

È possibile un racconto autentico e attendibile dei prodotti?

**giovedì 9 giugno 2016**

ore 20

sala Negrelli **Tonadico**

*Perché si sono **scelti** alcuni cibi,  
piuttosto che altri,  
per **rappresentare** Primiero?  
**Chi** li ha scelti, **quando** e **perché**?  
Che influenza hanno avuto  
**turismo di massa, modelli  
di vita ed offerta commerciale**  
nel definirli prodotti locali, tipici e  
tradizionali?*

relatore:

Angelo Longo

*Angelo Longo, ricercatore in antropologia, in qualità di esperto, ha introdotto i gruppi e offerto stimoli alla discussione.*

***Locale** è proiezione nello spazio. Implica la costruzione intenzionale di un prodotto con particolari forme di attività e interattività, che lo caratterizzano e lo trasformano in prodotto riconoscibile come appartenente ad un luogo.*

***Tradizionale** è proiezione nel tempo, legame con il passato che implica variazione, trasformazione e adattamento in un arco temporale riconosciuto idoneo.*

***Tipico** è ciò che esce da una dimensione privata e acquisisce una dimensione pubblica. E' rendere pubblico il privato all'interno di un mercato concorrenziale.*

*Se per il prodotto "locale" e "tradizionale" si parla principalmente di produzione (quindi di pochi attori sociali allevatori-agricoltori-trasformatori-cuochi), per il prodotto tipico occorre includere numerosi altri soggetti locali e non locali: commercianti-albergatori-operatori turistici-associazioni e pro loco-enti privati e pubblici. Soggetti che molto spesso non hanno unitarietà di intenti e un coordinamento esplicito: possono avere idee differenti, obiettivi diversi, necessità divergenti.*

*Per il prodotto tipico si esce dalla fase di produzione per entrare in quella del consumo e dell'utilizzo del prodotto (consumo reale e concreto del piatto/prodotto; e virtuale e immaginario dell'immagine del piatto/prodotto).*

# Report finale Gruppi di conversazione

## 1° GRUPPO DI CONFRONTO E DISCUSSIONE

Domanda guida:

*Come produrre e vendere per soddisfare il cittadino / consumatore locale? Come produrre e vendere per soddisfare il turista?*

Contributi emersi:

- È indispensabile dare motivazione per attivare iniziativa privata e poter disporre di tanti prodotti e più produttori e raggiungere una certa quantità di prodotto
- È importante creare sinergie, condividere, creare filiere
- Dare visibilità alla filiera; se la lavorazione è visibile viene maggiormente garantita l'autenticità. Vanno riscoperte e valorizzate le autenticità. Costruiti i percorsi di prodotto. Porre attenzione e individuare forme per dimostrare al cittadino che i prodotti sono locali. A volte è necessario far scoprire al cittadino che il prodotto è locale.
- Aumentare la conoscenza delle risorse del territorio. Importante è avere prodotti locali.
- Ci sono alcune esperienze di piccole filiere di prodotti locali, che non tutti conoscono. Si riparte iniziando a fare e dando visibilità a ciò che c'è.

## 2° GRUPPO DI CONFRONTO E DISCUSSIONE

Domanda guida:

*Come si può raccontare il territorio attraverso i prodotti locali?*

Contributi emersi:

- Esistono prodotti simili con nomi diversi. C'è differenza nel dire "prodotto di qua" e "prodotto fatto qua"
- Più che raccontare i prodotti è importante raccontare il territorio che produce i prodotti.
- Il piatto *tipico* primierotto si trova anche in altri territori.
- L'attuale prodotto tipico primierotto non racconta. E' più facile capire il territorio attraverso il prodotto.
- Un luogo è unione di più cose ed è il Territorio che deve decidere con cosa rappresentarsi all'esterno (uscire).

Proposte:

- Conoscere e capire il territorio e partire da una maggior consapevolezza per decidere dove si vuol andare .
- Conoscere la storia, l'ambiente, le potenzialità che ci sono.
- Avere onestà intellettuale. Onestà su chi siamo e consapevolezza di dove vogliamo andare.
- Formazione /Informazione.
- Esperti che studiano il territorio.
- Fare informazione e sensibilizzare la popolazione con incontri.
- Fare rete.
- Capire con cosa può "uscire" il territorio.

