

COMUNITÀ DI PRIMIERO - TAVOLO DI CONFRONTO E CONSULTAZIONE
Tabella di sintesi degli spunti emersi nell'incontro inerente al tema "TURISMO" in data 20.06.2012

In data 11.07.2012 Nicola Chiavarelli durante la seduta successiva all'incontro sul tema "Turismo" rileva come la tabella di sintesi non riporti delle argomentazioni emerse nella serata che si sono discusse e non lo soddisfi. A suo parere la tabella risulta carente in particolare nella sezione degli obiettivi e delle azioni, a fronte di una descrizione puntuale delle criticità e delle opportunità. In seguito apportate delle modifiche segnalate.

<i>Analisi dello stato di fatto: criticità e opportunità</i>	<i>Obiettivi (Cosa?)</i>	<i>Azioni e previsioni di Piano (Come?)</i>
<p>QUALITÀ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Il singolo operatore turistico riesce ad esprimere grande qualità, ma manca interrelazione tra le parti. • La qualità del personale nel comprato turistico non sempre è eccellente. Spesso si risparmia sulla qualità del personale che è il primo contatto con il cliente, quello più diretto con il turista, che in questa situazione può risultare deludente. • L'esperienza unica va caratterizzata con dei servizi turistici di qualità, fidelizzando il cliente: troppo spesso una mentalità sbagliata ha caratterizzato il cliente come una risorsa da spremere. • Dal 1988 al 2011 è stato registrato un decremento di 700.000 presenze, trend in continua diminuzione. Circa il 60% delle presenze sono a San Martino, il 30% nei comuni del sopra Pieve, il rimanente nel sotto Pieve, del Vanoi e Sagron Mis. È un notevole squilibrio all'interno della Comunità di Primiero. • Sarebbe auspicabile che al posto del termine "prodotto" si utilizzasse la parola "bene". Con il termine "prodotto" si presuppone che qualcuno produca qualcosa, ma questo può essere creato dal nulla, qualcosa di fittizio. Si entra in una diatriba seria sul fatto di vendere qualcosa che effettivamente esiste oppure vendere qualcosa che si decide di vendere, dandogli un marchio che lo connota come bello, piacevole, positivo, prodotto in Primiero. Una cosa giusta è vera, reale e concreta, si produce veramente ed ha un suo ruolo e significato, non serve investire denaro per creare un prodotto Primiero, ma basterebbe semplicemente creare una rete. Se una cosa esiste già, basta fare consapevolezza per quelle persone che hanno già quel bene in mano, frutto che è radicato nella comunità, allora è un bene. • Viene segnalato come gli eventi estivi manchino di coordinamento. Sono in programma molti eventi di qualità medio-alta che si sovrappongono tra loro sia nei tempi che nel target. Lo sforzo è encomiabile, ma il servizio potrebbe puntare alla ricerca di una qualità delle offerte. 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare uno soggetto in grado di fare sintesi, al quale dare capacità economica e potere decisionale. • Investire in risorse umane che possano fornire qualità al comparto turistico, una preparazione turistica mirata all'accoglienza (vedi ad esempio conoscenza delle lingue). • Organizzare dei percorsi formativi per gli operatori, affinché riescano a promuovere il proprio prodotto verso l'esterno e verso il cliente. • Programmare gli eventi all'interno di una linea unica nella stagione estiva, per offrire più qualità. • Indagare quante persone sono occupate nel settore turistico, qual è la loro provenienza. Allo stesso modo un raffronto tra l'indotto interno e l'indotto che si riserva sull'esterno. Questo per inquadrare quanto il fenomeno turistico produce d'indotto (interno ed esterno) e quanto è possibile recuperare in un'ottica di misure anti-crisi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formazione di operatori nella filiera turistica. • Creazione di una rete che valorizzi i prodotti esistenti e reali senza doverne andare a creare di fittizi.
<p>STAGIONALITÀ DEL TURISMO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La grande risorsa di questo territorio è il turismo invernale, legato a una serie di variabili sulle quali il controllo è minore (fattori climatici, crisi). • Riguardo al calo dei turisti, gli attori locali si interrogano fornendo risposte diverse, chiedendosi se questo sia un dato contingente dovuto alle condizioni climatiche, a un elemento congiunturale o se sia il segnale di un'inversione di tendenza. • Il Primiero si caratterizza per due stagioni molto forti, estate ed inverno, che fanno numeri diversi in valore assoluto. Il turista invernale sembra essere sostanzialmente diverso da quello estivo, pur rivolgendosi a un target prevalentemente familiare. Chi viene su questo territorio in vacanza in inverno lo fa per sciare. Chi viene in estate ha una varietà di motivazioni più complesse e più difficili da cogliere, per questo le proposte sono opportunamente molto articolate. In estate l'aspetto ambientale, la valenza paesaggistica, la scoperta del territorio, la scoperta delle identità locali, le tradizioni gastronomiche, diventano elementi che integrano un'offerta più complessa che ha motivazioni di richiamo meno forti rispetto allo sci. • Effettuando una divisione tra le presenze annuali (650.000) e i numeri di posti letto disponibili nel settore alberghiero (5.600), si evince che gli alberghi sono utilizzati per 3,6 mesi all'anno. Ci sono alberghi che a gennaio chiudono, le strutture turistiche quindi sono fortemente sottoutilizzate. 		
<p>DOLOMITI PATRIMONIO DELL'UNESCO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Viene rilevato come Dolomiti Patrimonio dell'Unesco non sia un marchio utile da sfruttare, ma che ci fa entrare in competizione molto ferrea con i territori limitrofi. Stesso discorso vale per la convenzione delle Alpi, dove stiamo rincorrendo realtà che sono molto sviluppate. Dolomiti Patrimonio Unesco arriva come è arrivata la convenzione delle Alpi, ma siamo indietro e dobbiamo cercare di precedere queste situazioni, uscendo dal idea "è un marchio, sfruttiamolo". • Le posizione territoriale può dare degli spunti per ragionare su una "piattaforma dolomitica". 	<ul style="list-style-type: none"> • Il riconoscimento di Dolomiti come patrimonio UNESCO può diventare elemento simbolico, immagine su cui costruire una nuova percezione e nuove offerte turistiche. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creazione di una casa museo incentrata sulle Dolomiti Patrimonio dell'Unesco.
<p>SOGGETTI FORTI DEL TERRITORIO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Il Parco Naturale Paneveggio – Pale di San Martino viene indicato come principale porta di sistema, soggetto che propone un'offerta turistica. L'immagine che hanno gli operatori turistici rispetto al Parco è però ancora legata a un soggetto di tutela che pone vincoli e che limita la libertà imprenditoriale e/o l'accesso e la fruibilità del territorio da parte degli ospiti e dei turisti. • Viene segnalato come il ruolo del Parco sia in prima istanza quello della conservazione, della ricerca scientifica e ambientale, dell'uso sociale dei beni ambientali. Da queste peculiarità si collega anche alla promozione turistica, al controllo degli accessi. • Viene segnalato come nel territorio vi siano inquinamenti di torrenti ad opera di aziende industriali, abusi edilizi. Il Parco non copre tutto il territorio e nelle zone esterne ai suoi confini si è fatto tutto quello che si è voluto. Ci sono poi aspetti di complessità perché si estende sulla Valle di Fiemme e di Fassa, non è solo nostro, è soggetto territoriale che condividiamo. Vi sono dei limiti e una delle funzioni del Parco è quella di incrementare la cultura del limite da parte di chi lo visita. La visione vincolistica ormai è superata perché adesso siamo tutti concentrati sul marchio territoriale. • Per valorizzare maggiormente quello che fa il Parco, i suoi principi, non bisogna allontanarsi dai centri di maggior afflusso turistico. San Martino ad esempio ha una sede del Parco posta in una zona decentrata. • ACSM, assieme ad APT e al Parco possono rivestire un ruolo fondamentale nella promozione di un marchio ecosostenibile sul territorio con le energie rinnovabili. • I principi del Parco quali conservazione, educazione, ricerca e avventura, sono stati tradotti fisicamente in parchi che ospitano animali alpini (ALPEN ZOO a Innsbruck). 		<ul style="list-style-type: none"> • Migliorare la visibilità del Parco presso San Martino, dove la sede è decentrata ed isolata.

<i>Analisi dello stato di fatto: criticità e opportunità</i>	<i>Obiettivi (Cosa?)</i>	<i>Azioni e previsioni di Piano (Come?)</i>
<p>INTEGRAZIONE TERRITORIALE:</p> <ul style="list-style-type: none"> Viene rilevata la presenza di una serie di sottoambiti che non si parlano tra di loro. Zone meno vocate rispetto a San Martino, come il Vanoi con l'ecomuseo, si stanno ritagliando una vocazione turistica legata all'ambiente naturale, a risorse specifiche come la valorizzazione del parco fluviale, degli aspetti rurali e tradizionali. Questi numeri anche se limitati rispetto ad altri, stanno crescendo e sono offerte che riscuotono incrementi che in prospettiva potranno avere maggior attrattiva (turismo legato alla natura, sostenibile, culturale). Iniziative di questo genere vengono portate avanti quasi a carattere volontario, con il supporto operativo del Parco. Esempio di forte dinamicità si rileva nel basso Primiero, ove l'investimento sul recupero dei centri storici, la vitalità del piccolo commercio locale, la presenza di borghi con valenze importanti sta determinando una rivitalizzazione, che legata a proposte, manifestazioni ed eventi culturali fa di questi piccoli borghi dei poli di attrazione che vivono anche loro di una dimensione turistica propria. I Comuni hanno un peso determinante nelle scelte e nei collegamenti delle opportunità che emergono. C'è bisogno di capire quale sono le opportunità per ridisegnare le gerarchie, avendo dei territori che anche se in poli opposti hanno caratteristiche da spendere in maniera unitaria e forte. Vi sono dei localismi e campanilismi particolarmente spiccati, segnali di resistenze forti su quelle che possono essere opportunità da cogliere in maniera comunitaria. Il livello di collaborazioni in questo senso tra soggetti di sistema (Parco, APT, caseificio, Cassa Rurale, ACSM), diventano importanti in un'ottica allargata per le attività legate alla promozione del territorio. Sotto la regia della Comunità diventano quegli elementi che favoriscono il superamento della logica campanilistica e localistica che determina fenomeni di chiusura. L'integrazione con gli altri settori economici è fondamentale, non si vive di solo turismo. Tutto il territorio comprende anche l'agricoltura, l'artigianato, il commercio. Una qualità turistica vera necessita di questi elementi, i paesi sono abitati e vivono 365 giorni all'anno, offrono una vitalità apprezzata nei periodi di bassa stagione, dove magari da altre parti si trovano gli esercizi commerciali chiusi. Gli esercizi commerciali in Primiero, o sono strutturati per vivere con le persone che sono in loco, oppure in questo momento sono in sofferenza fortissima se hanno basato il loro business sull'utenza turistica. Possono esserci delle nicchie di turismo che hanno dei grandi spazi, opportunità fino ad ora non percorse. In futuro, soprattutto nel periodo estivo, uno dei settori appetibili potrebbe essere quello delle "vacanze-lavoro": persone che seguono percorsi di formazione, stage e convegni basati sulla componente del telelavoro, accompagnato dalla componente piacevole del luogo. Con il caldo estivo delle grandi città si potrebbero offrire queste opportunità a professionisti che svolgerebbero il proprio lavoro in strutture adeguatamente attrezzate. Viene segnalata la mancanza di foresterie. In raccordo con le offerte formative presenti tali strutture potrebbero ospitare persone che investono sulla loro formazione nel nostro territorio, creando un indotto di un certo tipo. Viene segnalato come APT e Parco abbiano ruolo fondamentale nel progettare e definire micro-attività, micro-prodotti, micro e macro iniziative. La comunicazione e la promozione dei prodotti, delle iniziative e delle offerte è presente ma viene segnalata la criticità operativa degli operatori e imprenditori che non riescono a pubblicizzare, comunicare, proporre e gestire in modo effettivo queste opportunità. Viene segnalato come strategia da perseguire quella di un turismo policentrico, da vivere come percorso, una staffetta tra gli operatori. Da San Martino, al Primiero, alla Val Canali, al Vanoi, un turismo che non abbia l'obiettivo di tenere il cliente per se durante tutta la permanenza, ma in grado di far vivere un'esperienza di attraversamento nelle numerose opportunità presenti. Viene segnalata come criticità la mancanza di target turistico specifico del Primiero: se questo sia più legato alle famiglie, ai giovani, agli anziani, categorie di turisti che in ogni caso necessitano di strutture ad hoc. 	<ul style="list-style-type: none"> Ridisegnare delle gerarchie territoriali, che vedevano nella località di San Martino lo sci, nel fondovalle altre caratteristiche e il Vanoi più legato alla natura e alle tradizioni locali. Individuare un soggetto unico in grado di fare sintesi e mettere in rete le risorse e le infrastrutture disponibili. Servirsi di professionisti che sappiano indicare quali sono le vie da seguire. 	
<p>INFRASTRUTTURE E SERVIZI:</p> <ul style="list-style-type: none"> Viene segnalato come prioritario il tema di ammodernamento degli impianti: una moderna stazione sciistica deve disporre di impianti adeguati. San Martino lamenta la perdita di una quota rilevante di turisti invernali che preferiscono raggiungere stazioni sciistiche vicine. In passato c'erano 5-6 località sciistiche invernali, definite in zone specifiche. Successivamente la politica Provinciale ha orientato le scelte verso un ampliamento delle stesse e sono nate numerose stazioni sciistiche nuove. Questo ha portato ad una concorrenza spietata tra località vicine divenute concorrenti. Si sono ridotte inoltre altre caratteristiche, che ora proviamo a inventarci di pubblicizzare (agricoltura-artigianato). Viene segnalata la limitata accessibilità alle valli, in termini relativi alla gestione del traffico e alla mobilità. I picchi turistici determinano un afflusso tale che nella normale vita della comunità non si vedono, ma in certi periodi si creano congestioni del traffico, problematiche ambientali, che sono un deterrente dal punto di vista turistico più che di attrazione. Il bypass dei paesi della bassa valle è elemento di vitalità per i centri. Viene segnalata come opportunità la pedonalizzazione dei centri storici. Il treno che collegherà San Martino a Passo Rolle è strategico e di grande importanza, se a questa struttura si accorpasse un collegamento tra il fondovalle e San Martino diventerebbe il nuovo sistema di accesso alla Comunità di Primiero. Viene segnalata l'opportunità di creare nuovi fornitori di servizi. L'accompagnatore di territorio può diventare una nuova professionalità del turismo, opportunità di lavoro, integrazione del reddito. Viene segnalato come a San Martino negli ultimi anni vi sia stata una mancanza di investimenti e infrastrutture. Nel 1988 si registravano 1.925.000 presenze a Primiero, mentre nel 2011 ne sono state registrate 1.244.000, 700.000 presenze in meno nell'arco di 22 anni. I motivi del decremento delle presenze sono molteplici: il mancato reinvestimento degli utili nel settore impiantistico, il calo di presenze delle seconde case clamoroso: il cliente delle seconde case veniva prevalentemente per sciare durante il turismo invernale. Nonostante questa defaillance il turismo invernale rimane primario. Al momento il settore trainante è ancora lo sci. La Provincia ha finanziato un la funicolare di collegamento tra San Martino e Passo Rolle, che ha il pregio della messa in rete delle ski area. Le attività complementari sono sempre più importanti, ma ad oggi nel periodo invernale la famiglia viene a San Martino perché qualcuno scia. Il vero problema è recuperare le presenze, ma non si recuperano pensando singolarmente nei vari settori e nelle varie competenze a compartimenti stagni. Ormai la stazione turistica deve essere vista in sinergia tra tutti gli operatori. 	<ul style="list-style-type: none"> La messa in rete o collegamento delle aree sciabili. presenti sul territorio deve essere obiettivo principe per la riqualificazione del settore impiantistico e il rilancio della stagione invernale. 	<ul style="list-style-type: none"> Effettuare l'ammodernamento degli impianti di risalita che permetta di collegare l'intera offerta sciistica di San Martino e Passo Rolle.

<i>Analisi dello stato di fatto: criticità e opportunità</i>	<i>Obiettivi (Cosa?)</i>	<i>Azioni e previsioni di Piano (Come?)</i>
<p>PERCORSI CICLABILI - MOBILITÀ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Il ciclo turismo è fenomeno di forte crescita, attrattivo per un turista, sta diventando potenzialmente lo sci dell'estate. La mappatura dei percorsi, l'apertura di percorsi dedicati, la risoluzione dei percorsi d'uso (trekking e bicicletta), caratterizzano un tipo di turismo nella natura e nel verde che non si rivolge solo allo sportivo, ma anche all'appassionato e può diventare una modalità di scoperta delle attrattive del Parco. • Viene segnalata la criticità di non di non avere disponibile un percorso ciclabile interno completo e una segnaletica che indichi i percorsi ciclabili. • Viene segnalata l'opportunità di associare un marchio territoriale/turistico alla mobilità elettrica e alle energie rinnovabili. 		
<p>SECONDE CASE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Viene segnalato un'evidente squilibrio nella classificazione della dotazione ricettiva, tra la presenza alberghiera, le seconde case e gli appartamenti turistici: il 70% dei posti letto disponibili è d'iniziativa non imprenditoriali. Mentre l'albergatore si struttura per fornire servizi alternativi e promuovere il territorio, chi offre un appartamento, una volta consegnate le chiavi forse lavora meno sulle aspettative del turista. Il prodotto locale non viene promosso dai proprietari delle seconde case o viene fatto in maniera sporadica. • Le seconde case che rimangono chiuse e non utilizzate invece di essere patrimonio attrattivo diventano fenomeno di degrado, a discapito di chi professionalmente offre ricettività turistica. Questo è già leggibile a San Martino di Castrozza: ci sono ancora strutture antiche ed obsolete che danno la percezione di una cosa mescolata tra il nuovo e il bello, ancora dagli anni '70-'80. Sono presenti strutture vecchie che in qualche modo la pianificazione da una parte e gli sforzi della pubblica amministrazione dell'altra porti anche a un miglioramento netto di quella che è la visione urbana della stazione di San Martino di Castrozza. • Viene segnalata una disaffezione da parte dei proprietari delle seconde case, che sarebbero un bacino di utenza presente e consolidato. Chi ha comprato una casa sul territorio una volta che viene a passarvi dei periodi diventa un cliente. • Le presenze nel settore alberghiero sono tendenzialmente in crescita dal 1987 al 2011, come le presenze negli esercizi complementari. Quelle in crollo verticale sono le presenze nelle seconde case e negli alloggi privati. Alla luce di questo trend si segnala il paradosso della continua urbanizzazione che ha caratterizzato il nostro territorio, dove si sono favorite delle lottizzazioni per la creazione di seconde case, quando c'è un crollo delle presenze nelle stesse. 		
<p>PAESAGGIO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Viene segnalato come opportunità il recupero dei sentieri esistenti ai margini delle zone urbanizzate, i vecchi centri storici, invasi dalla vegetazione negli ultimi decenni. • La nostra offerta deve essere vera, genuina, non di un prodotto, ma di quello che normalmente facciamo, di quello che viviamo. Se invece creiamo delle strutture, delle idee, delle cose che si rifanno più o meno ad un budget territoriale e che quindi in realtà ci costano dei sacrifici monetari per mantenerle, non parliamo più di genuinità. Il Parco da un lato vive di cose genuine, il modo in cui gestisce Villa Welsperg e Paneveggio. Dall'altro lato si crea quell'effetto di museizzazione, come l'ecomuseo, dove per mandare le persone nei masi di Tognola si devono prima mandare operatori con i decespugliatori a pulire dalle erbacce perché è bello. Non parliamo mai di queste cose, ma è basato su questo il turismo, quello che facciamo, quello che mangiamo in un territorio. Non è un problema di vecchio e nuovo, ma di pieno e vuoto. La nostra valle è totalmente edificata: allora se siamo genuini dovremmo ragionare su un territorio di fondo valle che è un tutt'uno, da gestire in un certo modo, oppure semplicemente facciamo il borgo più bello d'Italia, il giardino più bello d'Europa. In modo genuino invece siamo una valle che non ha più un prato. Dobbiamo operare delle scelte di altro tipo, non è più una questione di riqualificazione, è soprattutto una questione di bloccare un certo tipo di sviluppo e agire su un recupero dell'esistente. • La convenzione delle Alpi fa tesoro di una riflessione ventennale, se vogliamo sopravvivere sulle alpi bisogna innovare e diversificare. Un Parco Fluviale, un Parco dell'Ombra, l'Oasi della Iontra, percorsi agro-pastorali con ristorazione, sono iniziative che possono qualificare questo territorio. • Oggi il Primiero è forse conosciuto perché c'è un percorso da Petina fino a Cereda che attraversa spazi di assoluto pregio e offre allo stesso tempo servizi come la ristorazione? Queste offerte sono valorizzate e pubblicizzate in termini di unitarietà? La val di Fassa e la Val Fiemme hanno percorsi del genere? Questi indirizzi di larga massima cominciano a diventare patrimonio di tutte le comunità alpine, questo tipo di turismo prende quota ed ha risposte in termini di frequentazioni. • Gli allevatori utilizzano la campagna come sito di smaltimento dei liquami. L'inquinamento derivante è paesaggistico (rumex – erbacce), a livello del suolo e delle acque. Lo smaltimento dei liquami è tale in diverse zone ed è un problema serio. Quando parliamo di turismo eco-sostenibile, di tutela del paesaggio, di salvaguardia naturale e se vogliamo risolvere il prodotto della qualità ambientale di Primiero c'è bisogno di coerenza, non possiamo fare grandi proclami quando poi vi sono numerosi esempi contraddittori. Tutta la zona che si vede attraversando la nuova strada che affianca Mezzano ed Imer è un altro esempio di degrado. • Il contributo allo sviluppo del turismo in Primiero è ascritto anche al lavoro di tutela del singolo cittadino. Difendere e potenziare le aree agricole primarie tutela un paesaggio che nel fondovalle sta per essere definitivamente compromesso. È importantissimo che assieme allo sviluppo turistico siano salvaguardati il paesaggio, l'identità, quel qualcosa che probabilmente attirerà ancora il turista domani. La riqualificazione edilizia minore, oltre a dare respiro al settore edile, conferisce qualità alle zone in degrado. Vi sono dei turisti che apprezzano i nostri centri storici e probabilmente li apprezzeranno ancora di più se si sviluppa questo tipo di politica che passa attraverso regolamenti ed incentivazioni alla riqualificazione edilizia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nell'ottica di diversificazione possibilità di infrastrutturare in modo soft il nostro prodotto turistico-territoriale. 	