

VCO – Paesaggio di montagne

Indicazione dei luoghi, beni culturali materiali ed immateriali, eventi e prodotti locali più rappresentativi della tematica indicata (10 compilatori).

FILONE/TEMATICA/PERCORSO	Dettaglio	Rappresentatività (da 1 a 5 *)
Luoghi ed ambienti 10	Parchi (Val Grande e aree protette Ossola) 6 Monte Rosa 2 Sempione 1 Mottarone 1 Alpe Selviana 2 Giardino Alpina 1	*****
Attività e strutture sportive della montagna 7	Escursionismo 6 Scialpinismo 1 Arrampicata 1 Torrentismo 1 Rifugi CAI 1	****
Patrimonio architettonico rurale montano 6	Alpeggi 2 Terrazzamenti 2 Cave, miniere 3 Torri e torrioni Cappellette votive 1 Torchi e mulini 1 Lavatoi Dighe e centrali idroelettriche 1 Mulattiere 1	****
Patrimonio archeologico e storico-etnografico 6	Linea Cadorna 5 Strutture megalitiche e incisioni rupestri Varchignoli 2 Musei etnografici legati alla montagna 1	****
Eventi di valorizzazione del tema montagna con diverse sfaccettature 5	Letteratura 3 Musica in Quota 3 Arte nelle terre Alte 1 Girolago 1	****
Patrimonio etnografico della cultura montana 4	Cultura Walser 3 Costumi tipici valligiani 1 Dialetto 1 Enogastronomia e produzione casearia e insaccati ossolani e cusiani 1 Il noce albero, legno, frutto, olio) 1	***
Percorsi storici della religiosità montana 3	Processioni religiose tradizionali (Autani) 2 Via dei Morti di Campello 1	***

***** = da 75 a 100% dei partecipanti al tavolo

****= da 50 a 75% dei partecipanti al tavolo

***=da 25 a 50% dei partecipanti al tavolo

**=da 10 a 25% dei partecipanti al tavolo

*= meno del 10% dei partecipanti al tavolo

1. I punti forza e le opportunità

punti di forza	% alto/ molto alto
ricchezza e varietà degli habitat montani in tutto il territorio provinciale, ivi compresi gli Enti parco	70,00
presenza di vari Parchi e soggetti che si occupano ed operano da tempo per la gestione e la tutela del patrimonio	70,00
alcuni indici di qualità della vita	60,00
eventi di richiamo legati al tema	60,00
posizione geografica- cerniera- direttrici internazionale	60,00
tematismo fortemente riconosciuto come identitario e caratterizzante del VCO da parte dei pubblici a vario titolo interessati (turisti, enti/istituzioni, seconde case, etc..)	50,00
strette connessioni con elemento turismo	40,00
strette connessioni con altri tematismi identitari	20,00
presenza Comunità montane	10,00
iniziative di valorizzazione prodotti agroalimentari	10,00
esistenza di forme di ospitalità tipica di montagna	10,00
Opportunità	% alta/ molto alta
crescita lenta ma continua del turismo naturalistico/ escursionistico e green in generale	90,00
espansione del turismo integrato (sci+benessere; trekking + cultura; climbing + enogastronomia)	80,00
potenziamento e incentivazione di forme di ospitalità tipica di montagna	80,00
possibilità di creare relazioni più forti di quelle già esistenti tra la montagna e attività fisiche/sportive praticabili (mountain biking, skyrunning, equitazione, etc..)	80,00
recupero e valorizzazione dei siti e delle abitazioni rurali in pietra	70,00
sviluppo percorsi ciaspole/sci fondo	70,00
attivazione pianificazione strategica	60,00
programmazione concertata pubblico/ privato di azioni e interventi	60,00
sviluppo trasporti pubblici	60,00
iniziative valorizzazione prodotti agroalimentari	50,00
facilità di inserimento in reti lunghe	40,00

2. I punti di debolezza e le minacce

punti di debolezza	% alto/ molto alto
insufficiente visibilità di alcune risorse perché non conosciute o poco pubblicizzate	100,0
ancora insufficiente coordinamento tra i soggetti/pubblici che a vario titolo vi operano	90,0
strutture ricettive in alcune aree ancora assenti e/o insufficienti e/o non adeguate alla richiesta	90,0
invecchiamento popolazione e ridotto ricambio fasce demografiche	80,0
limitate attività produttive	77,8
trasporti, viabilità, sentieristica non sempre adeguati alle esigenze della popolazione e dei visitatori/turisti	71,4
insufficiente attrattività di alcune risorse e loro ripetitività (es. musei etnografici della vita rurale montana)	70,0
costi relativamente elevati del turismo invernale se rapportato all'offerta erogata	60,0
minacce	% alta/ molto alta
abbandono della montagna da parte dei residenti stabili	100,00
difficoltà nel fare sistema a livello provinciale	88,89
problemi generati dall'assetto idrogeologico	80,00
costi ambientali del turismo montano	40,00
crescente difficoltà del turismo della neve e dello sci a fronte scenari economici	33,33
marginalizzazione sociale e territoriale	30,00
concorrenza altre aree, limitrofe e non, attrattive per il turismo sciistico	22,22
concorrenza altre aree di turismo escursionistico	10,00

Le strategie

priorità	% alta/ molto alta
valorizzazione e miglioramento dell'offerta	
nuovi prodotti (es. pacchetti turistici)	100,0
crescita qualitativa dell'offerta	85,7
individuazione dei beni culturali coerenti al tema	85,7
crescita quantitativa dell'offerta	14,3
banda larga	14,3
strategie di sistema	
miglioramento infrastrutture di trasporto/viabilità	85,7
messa in rete delle risorse materiali e immateriali	71,4
restauro/ripristino/adeguamento beni culturali	71,4
migliore accessibilità ai luoghi/siti/beni culturali	57,1
attività di formazione e didattica sul tema	57,1
incentivi a enti virtuosi	42,9
creazione regia a livello provinciale	42,9
miglioramento spazi espositivi esistenti	28,6
politiche fiscali e normative che disincentivino le seconde case	14,3
strategie di comunicazione	
rafforzamento canali di comunicazione già attivi	85,7
creazione di immagine coerente	85,7
adozione segnalazioni punti di interesse e percorsi	85,7
implementazione strumenti informativi innovativi (infopoint multimediali, mappe GPS e smartphone, QR code, audioguide...)	71,4
sviluppo strumenti didattici finalizzati ai ragazzi e alle loro famiglie	28,6
marketing interno (media locali, scuole, sistema bibliotecario, operatori economici...)	28,6
creazione di strumenti di comunicazione tradizionali (guide, brochure, carte...)	14,3
marketing territoriale affidato alle giuste competenze	14,3

Le linee di intervento (paesaggio di montagne)

nuovi prodotti:

- Creazione agenzie di sviluppo per gestione patrimonio di cui sopra
- Realizzazione pacchetti tematismi: siamo una provincia montana, tutto è legato alla montagna
- No prodotti nuovi abbiamo già tanto individuiamo piuttosto delle priorità da cui partire
- A favore per il sistema per evitare le solite frammentazioni
- Creazione dei circuiti a tema ogni anno coinvolgendo le associazioni ed enti in modo da creare dei pacchetti condivisi
- Raccogliere e coordinare tutte le proposte esistenti e quelle prodotte nei molteplici progetti elevati sul territorio provinciale (Interreg, Cariplo, PSR etc...) riorganizzarle per tema e per territori vasti (provincia o almeno distretti ossola, verbano, cusio)

crescita qualitativa dell'offerta:

- Sviluppare offerta di ricettività da patrimonio abitativo esistente (2°case/baite) ecc..
- Legare qualità alla valorizzazione culturale dei luoghi
- Creare offerte turistiche per territori ampi (escursioni Trekking / proposte in bici)
- Destagionalizzare l'offerta turistica
- Incremento patrimonio abitato con utilizzo delle seconde case
- Ricordarsi sempre che l'unione non fa la forza ma la qualità si , evitando di creare rete poco elastica
- Lavorare per incentivare tutti i sistemi di qualità(EMAS, ITO, ECOLABEL, CARTA TURISMO, SOSTENIBILITA') e informare gli operatori in merito. Individuare reti di promozione (rete musei, ecomusei ecc) che devono coordinarsi con una regia globale.

individuazione dei beni culturali coerenti al tema

- Potenziamento e sostegno alla rete museale

miglioramento infrastrutture di trasporto/viabilità:

- Diffusione banda larga
- Miglioramento e flessibilità del trasporto pubblico, dal lago alla montagna e di collegamento tra le valli
- Lavorare pesantemente sulle amministrazioni locali affinché non solo mantengono in modo decoroso i servizi pubblici laddove esistono ma ne

<p>creano a nuovi</p> <ul style="list-style-type: none"> -Lavorare con l'arte turismo sostenibile in fase di attuazione, dove si sta discutendo -Anche attraverso incentivi per le aziende private locali che offrono questo territorio <p>lavorare con carte turismo sostenibile</p>
-
<p>Attività di formazione e didattica:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Formazione alla popolazione locale e operatori economici basata sull'esperienza di visita -Recupero della cultura di montagna e creazione di una cultura del turismo -Formazione specifica di chi materialmente si occupa di promozione -Formazione degli operatori (2) <p>centralizzare anche la formazione individuando un ente designato (ARSUNI VCO, FORMONT, o altro). Essa va pensata insieme ai rappresentatni di categoria.</p>
<p>rafforzamento canali di comunicazione già attivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> -concentrare la politica della comunicazione , gestione accurata da siti internet -Creazione di un portale che che raccolga i vari siti attivi per dare un informazione comune -Reazionalizzazione dei canali esistenti , rete ambita , limite alle offerte localistiche <p>cercare di uniformare i canali di comunicazione in un solo portale del territorio, nel quale vengano date le informazioni principali, con la possibilità di collegamento ai siti specifici (PORTALE TRENINO, BIELLA OUTDOOR ECC)</p>
<p>creazione di immagine coerente</p> <ul style="list-style-type: none"> -La creazione di un sito è più semplice dell'individuazione dei soggetti deportati a caricare il materiale -Forma unitario per tutti -A livello provinciale <p>sul portale deve emergere (da grafica, temi ecc) un immagine del territorio ben individuabile e definita da chi usufruisce del portale</p>
<p>adozione segnalazioni punti di interesse e percorsi</p> <ul style="list-style-type: none"> -La segnaletica dei percorsi ha una legge regionale, i punti di interesse devono essere unificati da tutto il territorio in basi ai loro temi

-Segnalazioni plurilingue
messa in rete delle risorse materiali e immateriali
-Certamente dopo aver tematizzato i percorsi -Censimento dei soggetti che sono attivi sul territorio sul fronte della gestione e della valorizzazione
restauro/ripristino/adeguamento beni culturali
-Con una logica di conservazione -In particolare quando riguardano beni culturali legati alle valli per essere conosciuti , e volontari per il turismo , ottimo sarebbe legare percorsi naturalistici –culturali- culinari
implementazione strumenti informativi innovativi (infopoint multimediali, mappe GPS e smartphone, QR code, audiogiude...)
- lo strumento principale resta il sito/portale, gli altri strumenti non credo possano sostituire il web. Piuttosto bisogna usare il web per diffondere gratuitamente le informazioni (sentieri, beni culturali, paesaggi ecc...) - Costruzione di un portale unico provinciale in cui far confluire tutti i soggetti del tavolo e aperto ai contributi di cui ne condivide con facilità e obiettivi