**Incontro con stakeholders del settore cultura, Comunità Montana, 25/03/2014:**

Presenti:

- **Battaglia e Franci per la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa;**
- **Camaioni, Pierantoni, Renzi per l'Università degli studi di Camerino;**
- **Poetini per MUSIL - Museo dell'Industria e del lavoro**
- **Gambassili, Seroli per Schiribis**
- **Giarelli- Presidente Riserva regionale naturale Siti rupestri. Ceto Cimbergo e Paspardo.**

**Battaglia** introduce il PSSMT e le sue finalità, descrive il gruppo di lavoro e la metodologia utilizzata ai fini della redazione del Rapporto sullo Stato di Fatto.

**Camaioni e Pierantoni** descrivono la suddivisione in ambiti paesaggistici che supera la visione classica della Valle Camonica in tre macro aree (Alta, Media e Bassa Valle) attraverso la definizione delle carte della pianificazione vigente e delle componenti strutturali del territorio e del paesaggio camuno, tenendo anche in considerazione le preesistenti caratteristiche e peculiarità amministrative (unione dei comuni,....). Viene chiesto ai portatori di interesse di fornire un primo feedback sull'interpretazione del territorio emersa da tale suddivisone, per individuare possibili strategie relativamente alla risorsa cultura che possano accomunare uno o più degli ambiti individuati.

**Poetini**, in riferimento alla suddivisione degli ambiti paesaggistici spiega che, dal punto di vista idroelettrico e della filiera del bosco, i due ambiti relativi alla Val Saviore e alla Val Paisco hanno strettissimi legami ed infatti sono in progetto alcune proposte didattico - culturali incentrate sul tema dell'energia prodotta sia nelle centrali idroelettriche che attraverso biomasse. In Val Paisco ci sono alcuni esempi molto interessanti legati alla valorizzazione culturale incentrata sulle importanti valenze agroalimentari. Viene fatto l'esempio di un mirtilleto sperimentale e della presenza della strada della castagna. Inoltre, in questa area, così come nelle altre valli secondarie, ci sono i più celebri valichi montani che ospitano, in ogni edizione, le tappe più importanti del Giro d'Italia.

Sempre in riferimento alla suddivisone in ambiti, viene precisato che Edolo ha molte connessioni, sempre dal punto di vista dello sfruttamento della risorsa idrica, con i ghiacciai superiori posti nell'ambito dell'Adamello dai quali per chilometri e chilometri l'acqua viene convogliata e più volte turbinata fino alla centrale di Edolo. Inoltre, spostandosi verso la parte inferiore della Valle, Poetini pone l'attenzione sulla stretta connessione delle filiere agroalimentari tra la Val Grigna e la Val di Scalve che dovrebbero essere tenute insieme da politiche e interventi comuni.

Infine, facendo alcune considerazioni sulla parte bassa della Valle e sui comuni prossimi al lago d'Iseo si suggerisce lo sviluppo di una maggiore connessione, anche dal punto di vista culturale, con i comuni sul lago, dove sono presenti moltissimi itinerari turistici che poi entrano in Valle Camonica. Inoltre, la sponda destra del lago ospita il collegamento con Bergamo e Milano, da cui si possono intercettare grandi flussi turistici. Si sottolinea che i maggiori paesi posti sul lago, godendo di un turismo molto specifico, non promuovono sufficientemente l'ampia offerta culturale, e turistica in generale, della Valle Camonica.

La fittissima rete idroelettrica, attraverso il fortissimo coinvolgimento delle comunità, coinvolgendo tutta la valle, può essere vista come uno dei valori fondamentali che unisce l'intero territorio della Valle Camonica. Poetini sottolinea come ancora siano molte le richieste per micro centrali idroelettriche, anche se tale

fenomeno ha portato allo schieramento in difesa della risorsa idrica da parte di associazione ambientaliste, ma anche da parte del Parco dell'Adamello, anche considerando il fatto che il fiume Oglio, in alcuni periodi dell'anno, si riduce moltissimo.

Gambassili, Serioli (Schiribis). Le due fondatrici della Società Schiribis operanti nel campo della comunicazione digitale stanno realizzando un sito per il rilancio del territorio camuno, promuovendo tutti i punti di interesse, proponendo pacchetti turistici (coupon) con la finalità di dare al turista la più ampia visione possibile su ciò che la Valle Camonica può offrire. L'idea è quella di promuovere l'intera gamma di servizi e attrazioni turistiche anche attraverso un messaggio rivolto ad un pubblico giovanile. Si deve proporre al possibile fruitore turistico un'offerta ampia e organica anche attraverso messaggi concreti e diretti. Il bagaglio di offerta è enorme, ma attualmente non esiste una visione unica ed organica complessiva.

Si rileva, inoltre, una mancanza piuttosto marcata di cooperazione e di coesione tra le diverse e numerosissime associazioni turistiche oltre che tra gli stessi operatori.

(Viene ripetuta l'introduzione fatta all'inizio per l'arrivo di Giarelli)

**Giarelli,** relativamente alla questione ambiti, precisa che Corteno Golgi e la valle relativa gravitano particolarmente su Aprica piuttosto che su Edolo, come invece avviene nell'attuale suddivisione degli ambiti. Inoltre l'unità specifica tra Corteno e la Val Paisco dovrebbe essere inclusa nella Valle di Corteno in base ai collegamenti e alle relazioni che ci sono state e che ci sono ancora tra Corteno e quelle montagne. Anche Giarelli precisa che l'Adamello ha rapporti particolari, sia per lo sfruttamento dello risorsa idrica che per la pratica di escursionismo, con Edolo e Temù.

Si precisa, inoltre, che i siti culturali sono innumerevoli, ma in realtà, ad esempio, sono solo cinque le Chiese fondamentali assolutamente da non perdere. Ci sono molti aspetti culturali (Romanino, ecc) ma i flussi turistici sono molto ridotti.

**Battaglia** argomenta la difficoltà di offrire una visione univoca e di rendere riconoscibile il sito UNESCO. La scelta e l'individuazione di un sito specifico ha in sé una difficoltà a partire dai nomi, che spesso sono lunghissimi e non danno quel senso di unità che invece avrebbe senso nella promozione turistica. Inoltre la valorizzazione del sito UNESCO, anche cercando una rete con altri siti a livello europeo (Spagna, Romania, ecc), può essere molto importante.

**Giarelli** spiega come i numeri relativi al turismo dell'arte rupestre siano molto poco interessanti: siamo intorno alle 50.000 presenze annuali. L'archeopark (che è una simulazione del vero sito UNESCO) produce numeri analoghi concentrati in un unico sito.

Il problema fondamentale della Valle Camonica è che in moltissime aree non ci sono servizi di base per il turista. Se si sta visitando un sito delle arti rupestre nella media valle, in molti periodi dell'anno, si devono fare 15 o 20 km per raggiungere un posto per mangiare (tornare a Boario per esempio) così come le strutture ricettive sono focalizzate quasi totalmente nei centri turistici (alcuni dei quali in forte declino come Boario Terme). Ciò è dovuto forse al fatto che la Valle Camonica, anche dalle stesse popolazioni locali, non viene riconosciuta ancora come una valle da valorizzare sul piano turistico. Giarelli continua dicendo che bisogna creare le condizioni per cui il turista che visita i siti UNESCO deve essere messo nelle condizioni di sapere cosa fare, quali sono le sue possibilità, ad esempio, per trovare una buona offerta di ristorazione, quali attività fare oltre alla visita culturale. Dobbiamo costruire una forma di riconoscibilità dei punti di

informazione e gestire la proliferazione di enti e proloco attraverso la messa in rete dei diversi attori attivi sul territorio.

**Poetini** prosegue dicendo che c'è una disinformazione diffusa anche partendo dagli stessi enti pubblici, i quali non sanno spesso dare indicazioni sul proprio patrimonio culturale.

**Battaglia** fa presente che la grande frammentazione amministrativa presente nel territorio della Valle Camonica diventa un handicap per la definizione di politiche attrattive comuni del territorio. La Comunità Montana potrebbe assumere un ruolo centrale per il superamento di questa barriera.

**Giarelli** afferma che in valle, anche sulla base della frammentazione di cui Battaglia parlava prima, ci sono grandi frizioni dovute alla volontà di far prevalere i propri interessi, usando un brand comune. Non si fa sistema, mentre per promuovere un territorio così ampio si dovrebbe cercare un fare comune (un sistema comune).

**Gambassili** spiega come spesso gli attori nel campo del turismo di aree sviluppate (esempio: Ponte di Legno) non promuovono minimamente il resto del territorio della Valle Camonica. Chi va a sciare, spesso, non sa nulla della presenza della Valle dei Segni. Ma promuovere le altre emergenze della Valle non nuocerebbe a nessuno.

**Giarelli** continua puntualizzando sul fatto che il turista non riesce a informarsi bene. I diversi enti operanti sul territorio non lavorando insieme, cercano di attirare a sé i turisti a discapito delle altre parti di valle. Il lavoro vero sarebbe quello di razionalizzare le associazioni operanti in Valle e anche i Comuni stessi dovrebbero trovare sinergie tra di loro.

**Battaglia.** Dal punto di vista del cosiddetto “PIANO B”, ovvero del cosa fare dopo la visita dei siti rupestri (ad esempio), nei sopralluoghi sono stati colti elementi positivi per quanto riguarda la valorizzazione dell’agroalimentare. Si porta ad esempio gli shop della CISSVA. Questi elementi, che accolgono i valori della ristorazione, ma anche della diffusione delle ricchezze enogastronomiche, possono costituire, seppur parzialmente, un buon “piano b” per il turista?

**Gambassili**: ci sono molte iniziative private, sia di agenzie di viaggi che degli stessi operatori agrituristici che organizzano e vendono pacchetti in cui oltre alle visite storico – culturali l’itinerario viene arricchito con degustazioni di prodotti tipici locali. Il sito che si sta realizzando vuole dare proprio questo tipo di offerta.

**Battaglia** fa presente la centralità delle strutture ricettive nel coinvolgere ed informare il turista sulle attività da fare e le cose da poter vedere.

**Gambassili** dice che gli operatori veramente informati e che danno informazioni sono davvero pochi. Molti non sono formati per farlo, ma spesso manca proprio una cultura di base. Ad esempio, ogni settimana, viene inviata a tutti gli operatori una newsletter con gli eventi presenti in Valle, ma solo poche strutture stampano questa newsletter e la mettono a disposizione del turista.

Non c’è preparazione ad accogliere, ad esempio, i potenziali fruitori dell’Expo. Ci sono delle iniziative private in tal senso (www.scappodaexpomilano.it), ma sono delle operazioni frammentarie e anche poco accattivanti.

SINTESI DELLE PRINCIPALI OSSERVAZIONI EMERSE:

- Necessità di azioni di sistema relative all'intera filiera bosco-energia (nello specifico legame tra Val Paisco e Val Saviore);

- Necessità di azioni di sistema relative all'intera filiera agroalimentari tra la Val Grigna e la Val di Scalve;

- Attenzione particolare al tema dell'idroelettrico (rete di canali, laghi, corsi d'acqua), strategicamente rilevante per tutta la Valle;

- Necessità di valorizzare le connessioni tra tipologie di patrimonio diversi: filiera bosco energia, sistema culturale e ambito idroelettrico.

- Opportunità di potenziamento delle connessioni, soprattutto dal punto di vista culturale, tra i comuni della bassa Valle e quelli più interni; a tale proposito occorre indirizzare le politiche di promozione legate al settore culturale e turistico, soprattutto dei paesi posti sul lago, verso le peculiarità dell'intera Valle;

- Opportunità di promozione del settore turistico, individuando come target il turismo giovanile; occorre proporre un'offerta ampia e organica attraverso messaggi concreti e diretti;

- Necessità di sinergia tra associazioni turistiche e operatori (messa in rete dei diversi attori attivi sul territorio);

- Necessità di valorizzazione del Sito UNESCO anche attraverso la messa in rete con altri siti di livello europeo;

- Opportunità di potenziamento dei servizi di base per il turista, soprattutto nella media Valle;

- Opportunità di intervenire sulla cultura legata al turismo della Valle, educando soprattutto gli enti pubblici, ma anche gli operatori privati, a fare turismo ed a promuovere il patrimonio culturale. In questo senso, il ruolo della Comunità Montana deve diventare centrale, fare sistema per promuovere l'intero territorio della Valle (ruolo centrale delle strutture ricettive nel coinvolgere e informare il turista);

- Opportunità di potenziamento del settore turistico-culturale legandolo a quello agroalimentare; spingere su un marketing territoriale che leghi il territorio ai prodotti tipici (settore agroalimentare): in questo senso, il PSSMT dovrà integrare le iniziative che coinvolgono il sistema turistico-culturale a quello agroalimentare, anche in vista di EXPO 2015.