



I “Luoghi” di Dislivelli

L’IDEA

Individuare sul territorio alpino del Nordovest italiano una serie di attività di ricezione turistica capaci di offrire ai visitatori non solo un servizio alberghiero o para-alberghiero di elevata qualità, ma anche la possibilità di condividere le identità locali, i loro valori e i loro problemi, attraverso servizi e iniziative che fungano da “chiave di accesso” alle peculiarità di un territorio di cui la stragrande maggioranza dei potenziali turisti oggi conosce ancora molto poco.

Grazie a queste caratteristiche le realtà che verranno a far parte della rete riceveranno l’appellativo di “Luoghi”. Con questa parola – che verrà usata come marchio dell’iniziativa – si vuole indicare ciò che, provvisto di una propria identità fisica e socio-culturale, si contrappone ai non luoghi descritti da Marc Augé, spazi omologati, attraversati da “folle solitarie” di individui che, come nelle grandi stazioni sciistiche, si riducono ad essere semplici clienti consumatori anonimi di servizi in un contesto montano anch’esso anonimo.

Al contrario i frequentatori dei “Luoghi” di Dislivelli devono trovare in essi un servizio che permetta loro di entrare a far parte di una realtà contestuale complessa, in grado di superare l’appiattimento dell’offerta comunemente associata alla montagna, fatta di seconde case, sci da discesa in inverno, e trasferimento della quotidianità urbana in quota in estate.

I “Luoghi” che verranno a far parte della rete di Dislivelli dovranno offrire agli ospiti l’opportunità di sentire anche come propria una realtà, fatta di identità definite, biodiversità, memorie storiche, valori paesaggistici, tradizioni culturali, attività economiche e relazioni sociali-

L’idea è di promuovere un gruppo di operatori turistici in rete, in grado di offrire ai visitatori non solo un’alternativa a una vita urbana che non li soddisfa, ma anche e soprattutto un’alternativa all’immagine stereotipa della montagna come “campo di gioco” o come semplice testimonianza nostalgica del passato. Compito di questi “luoghi” dev’essere di favorire la scoperta di un ambiente unico nel suo genere, fatto non solo di valli, fiumi, pascoli, boschi e paesaggi, ma anche di “dislivelli” sociali, economici e culturali, di grandi opportunità capaci di superarli, grazie anche alla solidarietà dei visitatori, alcuni dei quali non è escluso che possano poi contribuire - con le loro capacità cognitive, tecniche, imprenditoriali e finanziarie - alla rinascita della montagna stessa.

IL RUOLO DI DISLIVELLI

Dislivelli, attraverso la cessione del marchio di “Luogo”, mette a disposizione le sue competenze e le sue capacità comunicative per creare una rete di realtà ricettive legate all’idea di turismo espressa nel capoverso precedente. Una rete di realtà ricettive in montagna di turismo sostenibile*.

L’Associazione si farà sostenitrice e promotrice di un punto di vista innovativo, attraverso la creazione di tale rete di servizi di qualità capace di offrire all’ospite la chiave di lettura e di comprensione di un territorio unico. Attraverso storia, cultura, ambiente e innovazione.

Sottolineando come un turismo in montagna possa essere non solo gradevole e appagante per chi ne usufruisce, ma anche interessante dal punto di vista sociale, culturale e, non ultimo, economico.

Possa essere una fonte di reddito di idee e di progetti per chi abita e lavora nelle valli alpine e anche per chi da visitatore potrebbe diventare abitante, imprenditore, sostenitore, come già è capitato da noi in alcuni casi e ancor di più all’estero negli ultimi decenni.

Dislivelli, nello specifico, all’interno del progetto “Luoghi” si impegna a:

- 1- Promuovere l’idea di turismo sostenibile in montagna tra i turisti e gli abitanti locali
- 2- Individuare e mettere in rete i luoghi
- 3- Creare e promuovere un servizio di qualità con importanti ricadute sul territorio

Dislivelli

Associazione di ricerca e comunicazione sulla montagna

sede legale: via Maria Vittoria 37, 10123 Torino, info@dislivelli.eu



4- Comunicare una nuova cultura del turismo in montagna

INDIVIDUAZIONE DEI LUOGHI

Per individuare i potenziali “Luoghi” nelle valli alpine piemontesi, valdostane e liguri, Dislivelli si avvarrà di una serie di testimoni di sua fiducia, profondi conoscitori dei territori in cui vivono o lavorano. Successivamente tali luoghi indicati dai testimoni, verranno visitati, analizzati e valutati da Dislivelli, sulla base di alcuni criteri di selezione contenuti in una scheda di valutazione appositamente preparata.

PROMOZIONE DELLA RETE DEI LUOGHI

Una volta individuati i “Luoghi” selezionati verranno inseriti in un database accessibile su Internet, con la possibilità di essere commentati dai visitatori con l’invio di un post in tempo reale. Questo strumento di web 2.0 servirà, oltre che per avere un feedback immediato da parte dei turisti, per tenere sotto controllo, riverificare all’occorrenza le valutazioni date a distanza di tempo e accogliere eventuali suggerimenti provenienti dai frequentatori della rete. Con un meccanismo di creazione, ampliamento e revisione partecipata della “Rete dei Luoghi di Dislivelli”.

Una volta costruito il database l’Associazione si impegnerà a promuoverlo attraverso i canali a sua disposizione.

10 CRITERI DI SELEZIONE DEI LUOGHI

- Posti letto (SI o NO)

Il Luogo deve essere una realtà in grado di ospitare il turista per la notte. Non verranno presi in considerazione semplici ristoranti, agriturismo ecc., in quanto per creare quel rapporto di reciproca fiducia e coinvolgimento tra ospitante e ospitato, e far sì che l’ospitato si senta in qualche modo partecipe della comunità locale, c’è bisogno di un soggiorno che vada al di là del singolo giorno. Ristoranti, agriturismo e altre realtà interessanti potranno tuttavia entrare nella Rete dei Luoghi di Dislivelli attraverso la segnalazione da parte dei singoli Luoghi ai propri clienti.

- Apertura (da 1 a 8 – 5 mesi [con almeno 2 o 3 mesi in + di apertura nei weekend]=1//7 mesi=2//8 mesi=3 ecc.)

Il Luogo deve rimanere aperto più mesi possibili nel corso dell’anno (almeno 5 + 2 o 3 mesi di apertura nei weekend). In modo tale da diventare una sorta di “presidio” del territorio, grazie all’attività continuativa dei gestori, che a ricaduta coinvolgerebbe anche le altre realtà economiche, culturali e sociali locali. E in modo da attrarre turisti nel corso di tutto l’anno, e non solo nei mesi invernali o estivi.

- Accoglienza (da 1 a 5)

Il luogo deve valorizzare e coinvolgere il turista ospitato facendolo sentire quanto più possibile “parte” della comunità locale. Se l’individuo nel non luogo perde tutte le sue caratteristiche e i ruoli personali per continuare ad esistere solo ed esclusivamente come cliente, fruitore o utente, nel luogo deve poter essere messo in grado di esprimere le sue peculiarità all’interno e a servizio della comunità locale. Inoltre l’accoglienza del Luogo deve essere declinata a seconda delle esigenze del visitatore: famiglie con bambini, escursionisti di passaggio, anziani, animali ecc.

- Sostenibilità ambientale, culturale e paesaggistica (da 1 a 5)

Il Luogo deve porre attenzione al concetto di sostenibilità delle sue attività e di impronta ecologica. Nel rispetto dell’ambiente naturale, sociale, culturale ed economico locale. Ad esempio attraverso l’utilizzo di energia da fonti rinnovabili e la raccolta differenziale dei



rifiuti. Ma anche attraverso l'utilizzo di prodotti di filiera corta o a km 0 e attraverso l'utilizzo di manodopera locale che permetta una ricaduta positiva in termini economici sulla comunità locale. Il Luogo deve porre particolare attenzione agli aspetti architettonici e paesaggistici, a partire dalla scelta degli edifici che devono essere ecologicamente efficienti e inserirsi armonicamente nel contesto locale.

- Servizi (da 1 a 5)

Il Luogo deve essere in grado di offrire una rosa diversificata di servizi e attività ai suoi ospiti: trasporto collettivo, nuovi sport legati alla montagna, offerte culturali, informazioni sui progetti di sviluppo e sulle opportunità di insediarsi e di partecipare alla vita locale. Anche in rete con altre attività del territorio. In modo da poter soddisfare le esigenze dei turisti nel corso di tutto l'anno.

- Informazioni sul territorio (da 1 a 5)

I Luoghi, in qualità di "chiave di accesso" alle peculiarità di un territorio alpino, devono veicolare quante più informazioni locali possibili: iniziative culturali, sportive, economiche e sociali.

- Iniziative locali (da 1 a 5)

I Luoghi, in qualità di presidi del territorio, devono partecipare il più possibile alle iniziative pubbliche del territorio, concorrendo anche alla loro promozione. Anche quando queste ultime sono slegate all'attività di ricezione in senso stretto.

- Prezzi (da 1 a 3)

Il Luogo deve avere un rapporto qualità/prezzi ragionevole.

- Sito web (da 1 a 5)

Il Luogo deve curare l'attività promozionale attraverso un sito internet di qualità: semplice, immediato ed efficace

* Turismo sostenibile:

Il turismo responsabile (o sostenibile) è il turismo attuato secondo il principio di giustizia sociale ed economica e nel pieno rispetto dell'ambiente e delle culture (Aitr, 2005).

E sebbene una definizione universalmente accettata di ecoturismo o turismo responsabile non esista ancora, è possibile evidenziare alcuni elementi chiave in quasi tutte le interpretazioni di questa espressione:

- *rispetto e salvaguardia dell'ambiente e in particolare dell'ecosistema e della biodiversità, con minimizzazione dell'impatto ambientale delle strutture e delle attività legate al turismo.*
- *rispetto e salvaguardia della cultura tradizionale delle popolazioni locali.*
- *requisito di consenso informato da parte di tali popolazioni sulle attività intraprese a scopo turistico.*
- *dove possibile, partecipazione attiva delle popolazioni locali nella gestione delle imprese ecoturistiche;*
- *in ogni caso, condivisione con esse dei benefici socio-economici derivanti dal turismo.*