

RITRATTI DI MONTAGNA

Cura del territorio e valorizzazione turistica in aree montane marginali

Un progetto di storytelling sulle Alpi dell'Euregio

Coordinatrice

Anna Pasquali – project manager, consulente nello sviluppo di azioni di destination marketing
CV in allegato

Questo progetto si propone di contribuire alla conoscenza delle **condizioni di vita e di lavoro** degli abitanti delle **aree montane dell'Euregio** attraverso il metodo dello **storytelling**. Si propone altresì di incoraggiare la crescita in **attrattività e competitività** di queste zone attraverso la valorizzazione **dell'imprenditorialità agricola montana** ed il potenziamento di un'**ospitalità turistica attenta allo sviluppo sostenibile** e rispettosa delle tipicità culturali locali.

Genesi e note introduttive

Da alcuni anni sta emergendo l' **esigenza per molte aree montane marginali**, non tradizionalmente vocate al turismo, **di pensare a forme di sviluppo territoriale e turistico rispettose dei delicati equilibri naturali, economici e sociali** del territorio e della sua gente. Tali aree, infatti, che possiedono grandi ricchezze dal punto di vista naturalistico-paesaggistico, agricolo, storico-culturale e dell'artigianato locale, non sono inseribili in un modello di sviluppo turistico tradizionale, ma, perseguendo la strada dello **sviluppo sostenibile**, possono crescere significativamente in termini di attrattività e competitività, senza sacrificare la peculiarità culturale del territorio.

Il presente progetto intende **raccontare attraverso brevi video-ritratti le storie di donne e uomini di montagna** in alcuni ambiti-pilota del Trentino, dell'Alto Adige e del Tirolo. Grazie al metodo dello storytelling si cercherà di mettere in luce al contempo le scelte e il carattere dei protagonisti e le peculiarità del territorio nel quale vivono.

Il progetto intende inoltre realizzare alcune **micro-azioni pilota di marketing turistico/territoriale**, che coinvolgano i protagonisti delle storie raccontate e i territori nella costruzione di piccole esperienze rivolte al turista.

L'idea nasce dalla **positiva esperienza di lavoro in Valle dei Mòcheni**, dove, prima all'interno del progetto europeo "Listen to the Voice of Villages", poi attraverso il progetto "Microesperienze in Valle dei Mòcheni" si è sperimentata con successo una proposta turistica che ha visto protagoniste alcune donne della valle. Queste donne, facendo tesoro delle proprie competenze, hanno proposto un ricco calendario di attività e laboratori per le famiglie ospiti. Tale esperienza è stata da me raccontata attraverso il progetto "Gocce di Sapere" (in allegato il dvd e la presentazione del progetto).

Elementi di innovazione

1. Il progetto **sperimenta la sinergia tra strategie di sviluppo turistico/territoriale ed azioni di sostegno all'agricoltura montana in aree rurali**, nella convinzione che il potenziamento del turismo montano passi attraverso la "cura" del territorio, specialmente quella legata alla promozione dell'agricoltura.
2. Ritengo che il **mix "business + social"** sia una carta vincente anche rispetto all'**efficacia delle azioni di comunicazione** che verranno attuate: i video-ritratti che si intendono realizzare si presentano come un prodotto autentico, nato dal coinvolgimento emotivo degli attori del progetto.
3. Al centro della proposta di marketing territoriale si pone la valorizzazione del **turismo di nicchia**:
 - improntato sulla **conoscenza** di piccole ma autentiche **esperienze di vita rurale**
 - focalizzato sulla **diffusione dei valori e degli stili di vita montani**
4. Il progetto si propone di dare un contributo alla **destagionalizzazione** del turismo perchè è centrato sul racconto dei territori in tutte le stagioni e sulla valorizzazione di esperienze che si possono attuare durante tutto l'anno.
5. Mira a coinvolgere **diverse regioni dell'area Euregio**, incentivando la collaborazione tra le stesse e lo scambio di buone pratiche. Particolare attenzione è posta al **coinvolgimento diretto dei beneficiari del progetto**, in una logica bottom-up che faciliti l'efficacia delle azioni che si intendono attuare.
6. Un'attenzione speciale è posta alla **comunicazione, all'insegna dell'uso delle tecnologie più avanzate**, con costi relativamente contenuti (attraverso i social, la creazione di una sorta di "diario di bordo" che descriva le fasi del progetto in un blog, la comunicazione multi-mediale (video/foto), la possibilità di diffondere i video realizzati su scala internazionale prevedendo dei sottotitoli, ecc)

Obiettivi

Obiettivo generale

Sostenere la **crescita dell'attrattività e della competitività di alcune aree montane geograficamente marginali del Trentino, Alto Adige e Tirolo**

Obiettivi specifici

- a. Sostenere il **rafforzamento dell'imprenditoria montana nella zona dell'Euregio**, con particolare attenzione ai settori della **ricezione turistica e all'agricoltura**
 - a.1 Fornire supporto alla **crescita della conoscenza reciproca tra piccoli imprenditori montani** per lo scambio di buone pratiche e la circolazione di esperienze vincenti
- b. Potenziare forme di **sviluppo dell'ospitalità turistica in aree non tradizionalmente vocate al turismo**
 - b.1 **Dare visibilità a testimonianze di vita montana** in linea con la promozione della vacanza rurale in zone marginali e favorirne la diffusione attraverso un sistema di comunicazione innovativa
 - b.2 Incoraggiare la progettazione di **micro-azioni di marketing territoriale** attente allo sviluppo sostenibile dei territori pilota

Attori

Imprenditrici e imprenditori del settore turistico e agricolo

Che vedano nell'abitare in montagna una scelta di vita e nello sviluppo sostenibile del proprio territorio una possibile fonte di reddito.

Punto di partenza per la costituzione di una rete sono le 6 testimonianze raccontate nei video-ritratti del progetto "Gocce di Sapere in Valle dei Mòcheni", disponibili su You Tube, canale Valle dei Mòcheni.

Azioni

Indicativamente, si prevede l'articolazione in **2 moduli**.

Modulo 1

Individuazione e realizzazione di video-ritratti secondo il metodo dello story-telling

Modulo 2

Sviluppo di micro-azioni di marketing territoriale pertinenti con le storie raccontate

All'interno di questi moduli si svolgeranno le seguenti **azioni**

a. Mappatura (preliminare e propedeutica al progetto)

Individuazione delle testimonianze-pilota da raccontare attraverso mini video-interviste.
Condivisione degli obiettivi del progetto

b. Prodotto informativo e turistico

b.1 **Realizzazione delle video-interviste** e loro diffusione mediatica, con attenzione ai nuovi sistemi di comunicazione e all'internazionalizzazione

b.2 **Sostegno alla realizzazione di mini-prodotti turistici** mirati per ciascun territorio partner

d. Comunicazione

Costruzione di una piattaforma multi-mediale per la messa in rete delle esperienze: sito, blog, social e altri sistemi per favorire la circolazione delle testimonianze.

I video-racconti, tradotti in italiano/tedesco/inglese potrebbero essere valorizzati attraverso i siti di enti/associazioni che si occupano delle tematiche di vita nelle aree montane (come CIPRA International).

Potenzialità future

L'iniziativa si propone come **progetto-pilota di cooperazione nella zona dell'Euregio** per la valorizzazione delle aree montane marginali e dell'imprenditoria agricola connessa ad esse.

Potrebbe essere il punto di partenza per la partecipazione della zona Euregio ad un progetto europeo di valorizzazione dello sviluppo territoriale in aree montane.

Allegati

- CV Anna Pasquali
- DVD "Gocce di Sapere in Valle dei Mòcheni" e presentazione del progetto

Trento, 2 agosto 2013

Anna Pasquali



Microesperienze in Valle dei Mòcheni estate 2012

Il progetto

Microesperienze in Valle dei Mòcheni – estate 2012
Il sapere e la creatività delle donne in campo per l'accoglienza turistica

Il finanziamento

Ufficio per le politiche di pari opportunità
Provincia autonoma di Trento

I protagonisti

ISTITUZIONALI

Consorzio Pro Loco Valle dei Mòcheni
(soggetto proponente)
Associazione P.I.R.L.O. en Bersntol
Istituto Culturale Mòcheno
Soprintendenza Beni librari archivistici e archeologici

OPERATIVI

GRUPPO DI LAVORO

- *Consorzio Pro Loco*
- *P.I.R.L.O en Bersntol*
- *Istituto Culturale Mòcheno*
- *Soprintendenza*
- *Operatori turistici ed economici*
- *Soggetti privati*

Microesperienze in Valle dei Mòcheni estate 2012

...da dove siamo partiti?



Progetto europeo **Listen to the Voice of Villages**
(2009-2011)

Obiettivo

Accrescere attrattività e competitività di aree rurali non tradizionalmente vocate al turismo attraverso **azioni di sviluppo sostenibile**

Output (Valle dei Mòcheni)

Microattività – laboratori e piccole esperienze didattiche per gli ospiti della valle (estate 2011)

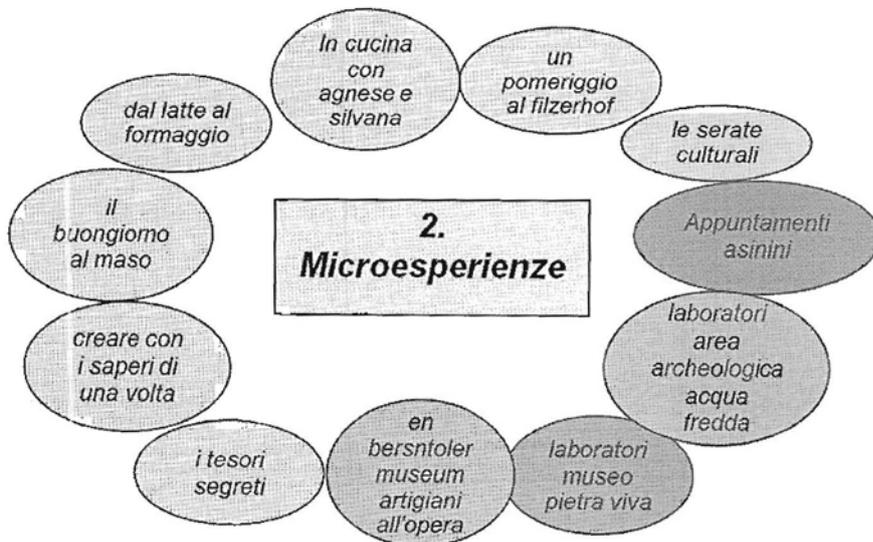
Obiettivi

- Favorire il consolidamento di una **promozione turistica coordinata** (calendarizzazione della proposta di animazione) e **coerente** con gli obiettivi strategici individuati dal progetto *Listen to the Voice of Villages*
- Stimolare gli operatori turistici ed economico/sociali a **lavorare assieme su obiettivi comuni condivisi**
- Sostenere **l'imprenditorialità femminile** nel campo dell'ospitalità turistica (scambio di know-how, formazione nel campo della promozione online)

03/12/12

Microesperienze in Valle dei Mòcheni Azioni

**1. Progettazione / restituzione
con il gruppo di lavoro**



**3. Formazione social e web nella
promozione turistica**
(Four Tourism)

Microesperienze in Valle dei Mòcheni

RASSEGNA STAMPA



VAL DEI MOCHENI

Due mesi con decine di appuntamenti di offerta turistica

«Microesperienze», l'estate è donna

ADIGE 4/12/2012

VAL DEI MOCHENI - L'estate mòchena è donna. Le donne sono infatti le prime protagoniste delle decine di appuntamenti e iniziative che rendono ricca assai l'offerta turistica della valle incantata. Ogni piccola iniziativa, se messa in rete con altre decine di proposte, moltiplica il suo valore. L'hanno chiamato «Progetto Microesperienze», quelli del consorzio delle Pro loco della valle, che l'hanno concepito in collaborazione con l'Associazione «Pirio en Bersenole» che raggruppa le piccole imprese rurali che lavorano per l'ospite, con l'Istituto culturale mòcheno, la Soprintendenza per i beni librari archivistici e archeologici della Provincia. «Micro», quasi a voler volare

basso. Si tratta, in realtà, del consolidamento, con nuove proposte e nuovi protagonisti, del lavoro sperimentato negli ultimi tre anni con il progetto Listen to the voice of villages, dedicato alle cosiddette «aree turistiche minori», particolarmente vocate allo sviluppo di un turismo sostenibile. Non a caso le donne della valle sono le principali protagoniste. «Microesperienze» vuol dire serate culturali, passeggiate per le famiglie con gli accompagnatori del territorio alla scoperta degli angoli più suggestivi e veri, appuntamenti in fattoria per scoprire l'arte del formaggio, accudire gli animali, imparare a fare l'orto. Vuol dire micro-

laboratori, per gli adulti, dove si impara a cucinare i piatti mòcheni e ci si inventa produttori di manufatti artigianali e di detersivi e cosmetici naturali. Vuol dire «appuntamenti asinini», cioè piccole pelose ed escursioni con l'asinello nei masi La Marianna e del Saro, a Sant'Orsola. In gioco, in tutto ciò, giorno per giorno in un calendario di iniziative avviato il 2 luglio e che avrà termine il 31 agosto, soprattutto il talento e la creatività femminile. E, grazie a loro, quindi, che la valle trasmette cultura e saperi, facendone una risorsa per lo sviluppo economico. Lunedì sera, si è partiti da Frassinigo, in municipio, con un incontro su natura,

benessere e saperi mòcheni. E così sarà ogni lunedì. Il martedì è invece il dì del buongiorno al maso, con l'esperienza in fattoria e la creazione, da Palò a Fierozzo, da Mala a Canezza, con i saperi di una volta. Il mercoledì è riservato ai più piccoli, giochi, esperienze (e merende!) al Maso Filzerhof di Fierozzo. Il giovedì alle passeggiate per conoscere boschi, montagne, animali, piante, tradizione e leggende della valle, e pure, sempre al Filzerhof, agli appuntamenti per conoscere i segreti dell'artigianato tradizionale e sperimentare la manualità che si tramanda nei secoli. Il venerdì, dal latte al formaggio, la proposta è quella dell'agritur Klopfof e



Le donne della Val dei Mòcheni protagoniste di Microesperienze 2012

di Malga Plezn, esperienza tra fuochi e pentole assistiti dal malgaro, e - la sera - quella della cucina di Agnese e Silvana a Sant'Orsola Terme, per una immersione nei sapori del paese. Ma venerdì è anche il giorno riservato alla visita all'area archeologica Acqua Fredda al Passo Redebus. Sabato, invece, è dedicato all'avventura lungo il Fersina,

con passeggiate e caccia al tesoro aiutati dal gps, e al laboratorio per i piccoli cercatori d'oro al Museo della Pietra Viva di Sant'Orsola. Domenica, infine, ecco la visita guidata alla segherie veneziana «Sog va Rindel» a Fierozzo, con relativo laboratorio didattico dove si utilizzano segatura e pasta di legno. Per informazioni: www.valledelmocheni.it

03/12/12

Microesperienze in Valle dei Mòcheni

estate 2012



Cronogramma

gen-giu 2012	lug-ago 2012	set-dic 2012
<ul style="list-style-type: none"> • PROGETTAZIONE • PROMOZIONE 	<p>MICROESPERIENZE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • RESTITUZIONE • FORMAZIONE • RENDICONTAZIONE

Monitoraggio dei risultati

in itinere

→ incontri di programmazione con il gruppo di lavoro a cadenza regolare (Consorzio Pro Loco, partner istituzionali, soggetti privati coinvolti)

ex-post

→ valutazione sul gradimento del progetto

- All'interno del gruppo di lavoro
- Tra gli ospiti beneficiari (questionario di gradimento)

03/12/12

Analisi SWOT

PUNTI DI FORZA

- **Centrato il target**
- **Acquisizione di un metodo (progettualità)**
- **Maggiore conoscenza e fiducia nel progetto** da parte degli operatori locali
- Sono stati **individuati e condivisi** dal gruppo di lavoro alcuni **margini di perfezionamento** del progetto (restituzione ex-post)
- **Potenziamento della conoscenza dell'offerta turistica della Valle dei Mòcheni** (passa-parola, web)

PUNTI DI DEBOLEZZA

- **La conoscenza del progetto** non è ancora sufficiente (alcuni operatori faticano a riconoscerlo come un valore diretto alla loro attività)
- **Scarso coinvolgimento** di Pro Loco e associazioni locali
- **Perdita di motivazione** del gruppo nel corso della progettazione: *La solitudine del coordinatore*
- **Comunicazione inadeguata** (sito Consorzio)

OPPORTUNITA'

- **Cenni di autonomia:** prove di continuità con le «Microesperienze invernali»
- Il modello «Microesperienze»: un modo di fare turismo sostenibile in altre aree rurali minori in Trentino?
- **Potenziamento di nuovi strumenti di promozione** (social, video)

MINACCE

- **Delusione delle aspettative** del gruppo di lavoro se il progetto si interromperà
- **Equilibri delicati** tra Consorzio e territorio

03/12/12

Innovazione

- Si sono poste le basi per la creazione di un gruppo di lavoro **coinvolto attivamente** nella programmazione di progetti strategici di sviluppo territoriale e turistico → **verso l'allargamento della base decisionale del Consorzio Pro Loco a nuovi soggetti economici?**
- **Comunicare una destinazione con lo Story-telling**

GOCCE DI SAPERE
microesperienze Estate 2012

03/12/12

GOCCE DI SAPERE microesperienze Estate 2012

Navigation menu: TRENTINO | TEMI VACANZA | DOVE BORMIRE | COSA FARE | COME ARRIVARE | SERVIZI E MULTIMEDIA | COMMUNITY | IL GRANDE SPORT

Video player: Gocce di Sapere - Daniela 1/3
GOCCE DI SAPERE
 microesperienze Estate 2012

Quote: “ Conoscere di vicino i luoghi e il territorio, avvicinarsi alla genuinità dei gesti e dei sapori semplici che sembravano perduti. Scopri negli angoli meno noti del Trentino la calorosa ospitalità di agriturismo baite, bed and breakfast ”

Buttons: Cerca, Come trovare e prenotare la tua vacanza in Trentino, Iscriviti alla Newsletter, Prenota Facile

http://www.visittrentino.it/it/vacanze_a_tema/rurale

03/12/12



Barbara

<http://www.youtube.com/watch?v=cD5bjvhM7fo>



Paola



Maria
e
Sabrina

GOCCE DI SAPERE microesperienze Estate 2012

<http://www.youtube.com/watch?v=GqwKzssG9N8>



Daniela



Eleonora