CIPRA
Zukunft in den Alpen
Avenir dans les Alpes
Futuro nelle Alpi
Prihodnost v Alpah
Future in the Alps

Seminario di Futuro nelle Alpi

La qualità dell'ambiente e del territorio: come il turismo può creare valore aggiunto per le comunità alpine

Giovedì 31 Maggio – Venerdì 1 Giugno 2007

Chiavenna – Centro Interdipartimentale di Ricerca

Alice Giulia Dal Borgo

Dipartimento di Geografia e Scienze Umane dell'Ambiente

Università degli Studi di Milano

I. Valore aggiunto regionale

Come si possono utilizzare con successo le potenzialità endogene per creare catene di prodotti e di servizi a elevato valore aggiunto regionale?

<u>Obiettivo 1</u>
Presentare, attraverso l'esame della letteratura e delle buone pratiche, processi virtuosi di valore aggiunto regionale.

<u>Obiettivo 2</u>
Analizzare le potenzialità del valore aggiunto regionale e proporre strategie per il futuro.

Le risorse endogene…

CIPRA
Zukunft in den Alpen
Avenir dans les Alpes
Futuro nelle Alpi
Prihodnost v Alpah
Future in the Alps

...risorse naturali:

- paesaggio
- acqua
- flora
- legname
- fauna
- clima

Le risorse endogene…

…risorse socio-culturali

- capacità umane
- cultura e tradizioni
- patrimonio di saperi e saper fare
- alleanze e cooperazioni

Il valore aggiunto…

…rappresenta quel beneficio addizionale generato attraverso un processo di sviluppo sostenibile…

…Beneficio economico: aumento del numero di impiegati, ricavi ecc.
…Beneficio sociale: tutela del patrimonio di saperi e di valori culturali, costituzione di alleanze e reti sociali ecc.
…Beneficio ecologico: tutela del patrimonio ambientale

Obiettivo 1

Presentare, attraverso l'esame della letteratura e delle buone pratiche, processi virtuosi di valore aggiunto regionale.

Analisi di 50 pubblicazioni e selezione di 29 buone pratiche lungo l'intero arco alpino secondo i seguenti criteri di selezione:

- Contenuto innovativo;
- Valore aggiunto economico sostenibile;
- Valore aggiunto socio-culturale sostenibile;
- Impatto sostenibile sull'ambiente;
- Capacità di azione sociale;
- Creazione di reti e alleanze;
- Trasferibilità;
- Varietà (risorse endogene utilizzate, settori economici coinvolti)

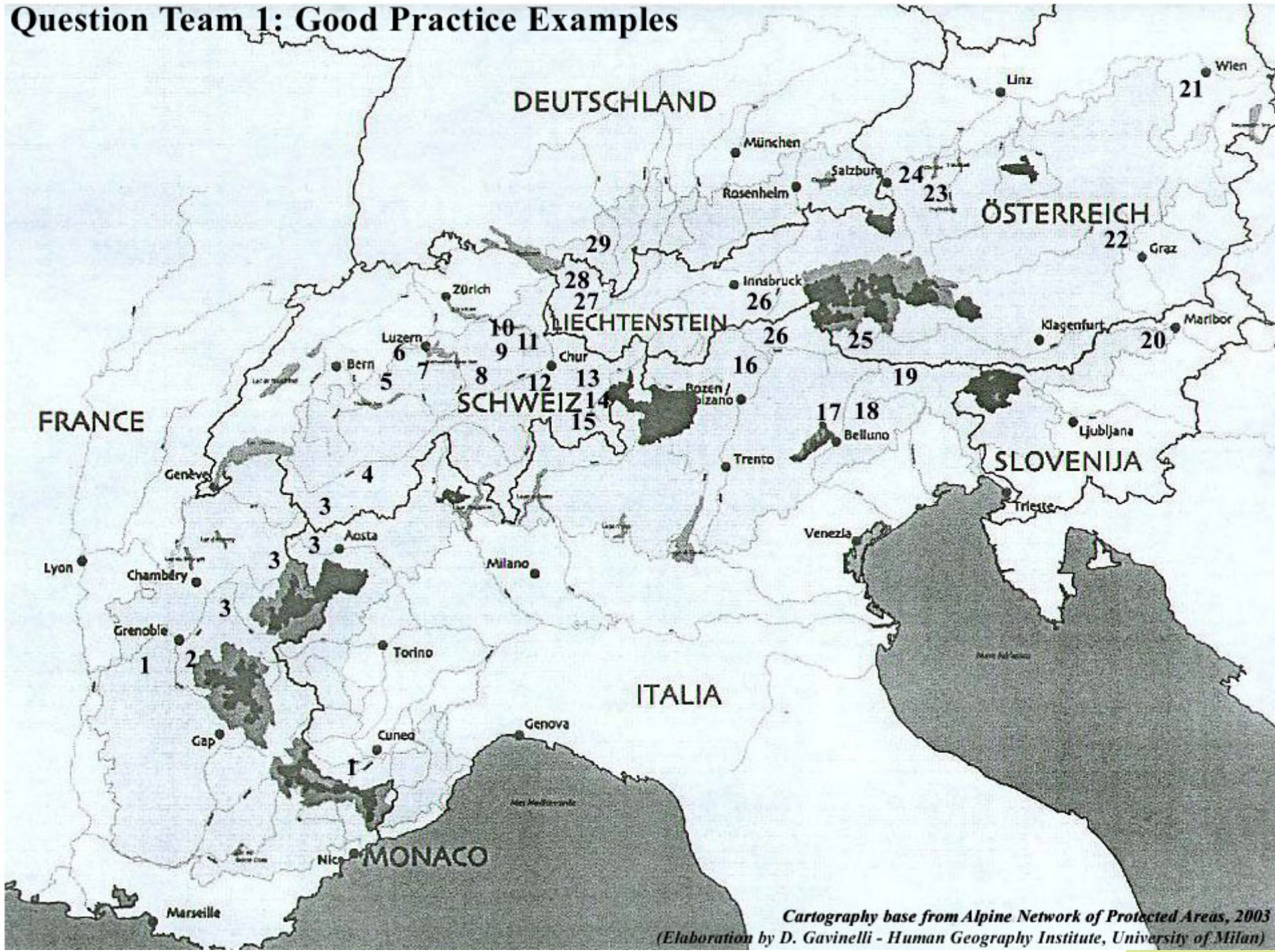
Obiettivo 1

Presentare, attraverso l'esame della letteratura e delle buone pratiche, processi virtuosi di valore aggiunto regionale.

Le 29 buone pratiche possono essere classificate in 4 categorie principali:

1. Progetti relativi a cooperazioni intersettoriali (agricoltura, turismo, artigianato, commercio)
2. Progetti relativi al settore della trasformazione del legno
3. Progetti relativi a salute, turismo ed educazione
4. Progetti relativi a concetti di sviluppo regionale integrato

Question Team 1: Good Practice Examples



Cartography base from Alpine Network of Protected Areas, 2003
(Elaboration by D. Gavinelli - Human Geography Institute, University of Milan)

Risultati finali

La persona chiave svolge un ruolo fondamentale nell'iniziare un progetto

→ persona conosciuta e carismatica, con una rete sociale ramificata,

→ è in grado di costruire consenso intorno all'iniziativa

Risultati finali

L’azione cooperativa e la costruzione di alleanze costituiscono la strada verso il successo

- cooperazione orizzontale o verticale
- cooperazione intersettoriale
- cooperazione regionale e sovra-regionale
- cooperazione tra istituzioni pubbliche e private

Risultati finali

La cooperazione avvicina i portatori di interesse rilevanti e favorisce

→ scambio di conoscenze
→ apertura di nuovi mercati
→ condivisione di infrastrutture e strumenti
→ maggior accettazione del progetto
→ senso di appartenenza e di condivisione

Risultati finali

Innovazione → prodotti di nicchia e di elevata qualità

L'**innovazione** combinata all'utilizzo di risorse alpine rappresenta un elemento centrale per lo sviluppo di prodotti e di servizi **unici**!

Risultati finali

L’innovazione può consistere…

…nello sviluppo di un nuovo concetto nella lavorazione del legno

L’**innovazione** combinata all’utilizzo di risorse alpine rappresenta un elemento centrale per lo sviluppo di prodotti e di servizi **unici**!

Risultati finali

L’innovazione può consistere…

…nell’impiego di nuove risorse endogene per servizi e prodotti conosciuti (produzione energetica: legno, biomassa)

L’**innovazione** c… un elemento centrale n… …viluppo di prodotti e di servizi **unici**!

Risultati finali

L’innovazione può consistere…

…nella combinazione di servizi e prodotti

L’**innovazione** combin[illegible]izzo di risorse alpine rappresenta un elemento centrale per lo sviluppo di prodotti e di servizi **unici**!

Risultati finali

Lo sviluppo di nuovi servizi, prodotti e mercati genera

- effetti positivi su reddito e impiego
- effetti positivi sulle infrastrutture esistenti (uffici postali, negozi, trasporto pubblico)
- effetti positivi sulla cultura della cooperazione
- effetti positivi sull'immagine della regione

e favorisce l'accrescimento del senso di appartenenza

Risultati finali

Il progetto deve poter contare su una gestione professionale

→ responsabilità chiare

→ identificazione dei portatori di interessi

→ immagine chiara

→ attuazione nell'ottica del miglioramento continuo

→ comunicazione trasparente tra i partner

Risultati finali

Informare la comunità locale
e i portatori di interessi

→ **fin dall'inizio**
del progetto !

Risultati finali

CIPRA
Zukunft in den Alpen
Avenir dans les Alpes
Futuro nelle Alpi
Prihodnost v Alpah
Future in the Alps

L’impiego di fondi personali…

…favorisce l’impegno a lungo termine nel progetto

Obiettivo 2: Strategie per il futuro

CIPRA
Zukunft in den Alpen
Avenir dans les Alpes
Futuro nelle Alpi
Prihodnost v Alpah
Future in the Alps

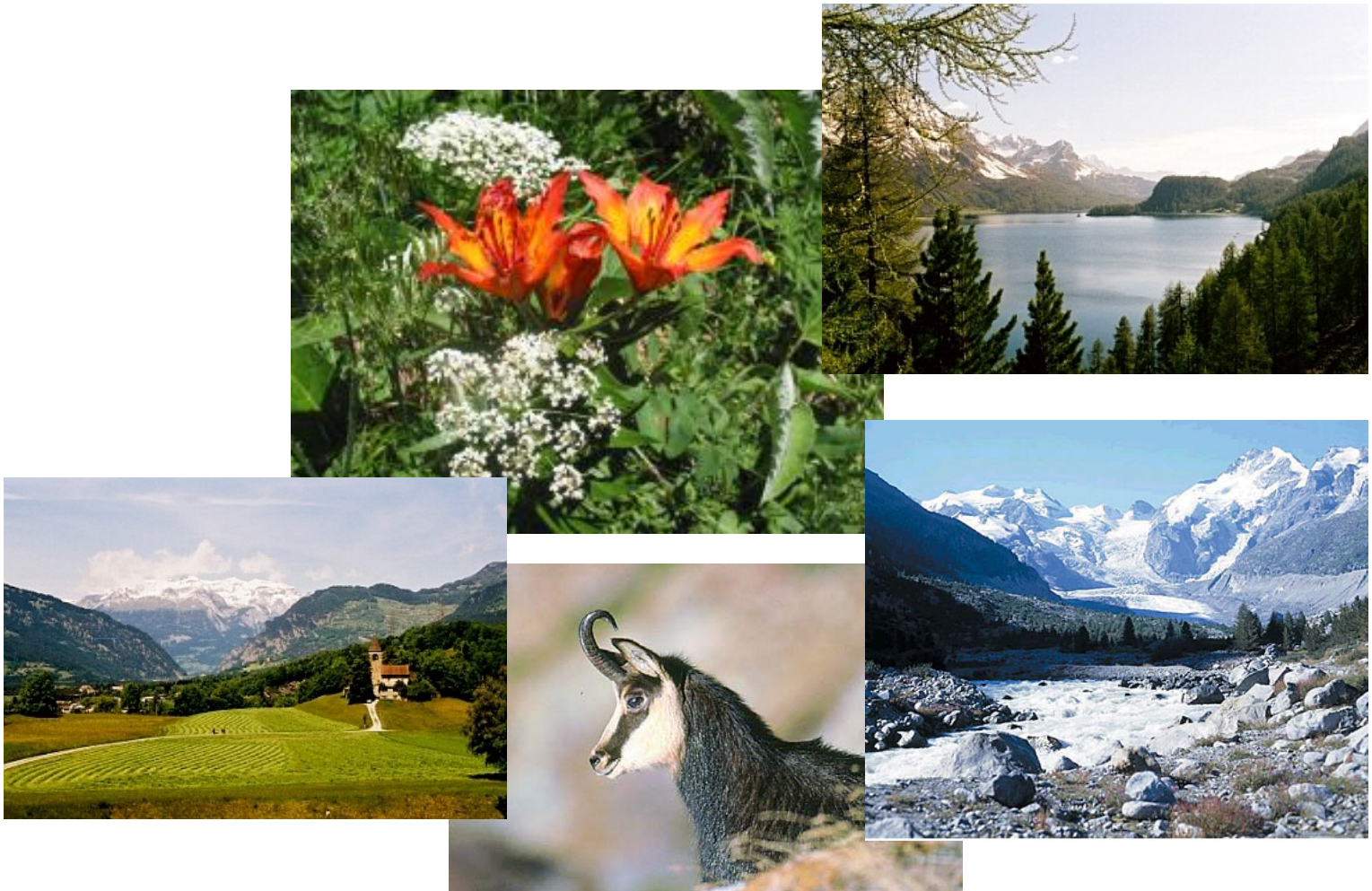
Strategia (1)

(1) Identificazione di "*punti vendita di unicità alpina*" basati su specifiche risorse endogene

Obiettivo 2: Strategie per il futuro

Strategia (2)

(2) Utilizzo sostenibile delle risorse endogene



Obiettivo 2: Strategie per il futuro

CIPRA
Zukunft in den Alpen
Avenir dans les Alpes
Futuro nelle Alpi
Prihodnost v Alpah
Future in the Alps

Strategia (3)

(3) Cooperazione e coinvolgimento della comunità locale

…da progetti individuali a progetti di cooperazione!!!

Obiettivo 2: Strategie per il futuro

Strategia (4)

(4) Integrazione delle istanze regionali, nazionali e globali di sviluppo sostenibile

... adattando i metodi di realizzazione dello sviluppo sostenibile ai differenti contesti geografici, sociali, ambientali, politici, economici e istituzionali.

Obiettivo 2: Strategie per il futuro

CIPRA
Zukunft in den Alpen
Avenir dans les Alpes
Futuro nelle Alpi
Prihodnost v Alpah
Future in the Alps

Strategia (5)

(5) Agire localmente, pensare globalmente

UNESCO Biosphäre
Entlebuch
Luzern Schweiz

Obiettivo 2: Strategie per il futuro

CIPRA
Zukunft in den Alpen
Avenir dans les Alpes
Futuro nelle Alpi
Prihodnost v Alpah
Future in the Alps

Strategia (6)

(6) Cooperazione tra regioni alpine metropolizzate, rurali e regioni urbane extra-alpine

Obiettivo 2: Strategie per il futuro

Strategia (7)

(7) Costruzione di capacità

"Master in Sviluppo Alpino"

Obiettivo 2: Strategie per il futuro

Strategia (8)

(8) Gruppo dirigente

Obiettivo 2: Strategie per il futuro

Strategia (9)

“Banca per lo Sviluppo Alpino”

Domande aperte

CIPRA
Zukunft in den Alpen
Avenir dans les Alpes
Futuro nelle Alpi
Prihodnost v Alpah
Future in the Alps

- Quali strumenti e metodologie sono più utili per migliorare la cooperazione tra gli attori locali delle regioni alpine?
- Non sarebbe opportuno evitare la proliferazione di marchi regionali di qualità “deboli”, favorendo invece la diffusione di un marchio di qualità “forte”?
- In base alla capacità portante degli ecosistemi alpini, qual è l’effettivo limite di utilizzo delle risorse in essi presenti?
- Quali sono le possibili alternative di sviluppo per quelle regioni alpine nelle quali le risorse endogene sono state irrimediabilmente compromesse?

??????????????????????????????????????

Grazie al Question Team 1!

- Johannes Heeb
- Luis Fidlschuster
- Karl Reiner
- Guglielmo Scaramellini
- Chiara Pirovano
- Alice Giulia Dal Borgo
- Karin Hindenlang
- Peter Bebi
- Corinna Lardelli

Grazie per l’attenzione!!!