



I “Luoghi” di Dislivelli

L’IDEA

Individuare sul territorio alpino 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
- 4- Comunicare una nuova cultura del turismo in montagna

INDIVIDUAZIONE DEI LUOGHI

Per individuare i potenziali "Luoghi" nelle valli alpine, 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 con il supporto delle competenze del Comitato scientifico dell'Associazione (<http://www.dislivelli.eu/blog/chi-siamo>).

PROMOZIONE DELLA RETE DEI LUOGHI

Una volta individuati i "Luoghi" selezionati verranno inseriti in un sito Internet dedicato (www.luoghididislivelli.it), 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 realizzato il sito l'Associazione si impegnerà a promuoverlo attraverso i canali a sua disposizione.

I 10 CRITERI DI SELEZIONE DEI LUOGHI

Il Soggetto

- **Contestualizzazione**

Esiste qualcosa che fa diventare il contesto analizzato un "Luogo"? C'è qualcosa che fa sì che questo contesto possa essere considerato qualcosa di più di un semplice edificio che offre servizi di accoglienza, diventando un vero e proprio "Luogo", che comunica o tenta di comunicare al visitatore l'anima profonda del territorio in cui è inserito?

Questa è la prima domanda, la "condicio sine qua non" per poter prendere in considerazione una qualsiasi realtà.

- **Motore**

Valutare se e quanto il "Luogo" in questione funziona da "impulso economico e sociale" della realtà del territorio circostante. Se funge da stimolo nei confronti dell'economia locale e quali ricadute ha sulla sua società.

- **Impatto sull'immagine complessiva**

Il sedicente "Luogo" e le sue attività concorrono alla creazione dell'identità locale? Se sì, vi concorrono in maniera positiva o negativa? Ovviamente un "Luogo", per essere tale, dovrà concorrere in maniera positiva alla creazione dell'immagine legata all'identità locale.

La struttura

- **Coerenza architettonica**

Considerando il termine architettonico in senso lato, cioè in maniera più ampia possibile, il "Luogo" dovrebbe avere la possibilità di armonizzarsi nell'ambiente circostante, ma senza



dover rientrare per forza nelle “gabbie imposte dalla tradizione”. L’idea di fondo è che non esistono delle formule precostituite, dei capitolati all’interno dei quali far rientrare l’edificio. E che anche se tale edificio non è “in linea” con l’architettura locale, non è detto che la discontinuità debba per forza essere negativa.

D’altro canto però, ad esempio dal punto di vista dei materiali utilizzati per la realizzazione dell’edificio, ci vorrebbe una riflessione a monte. Il responsabile dovrebbe almeno porsi il problema della coerenza all’interno del contesto culturale in cui opera.

- **Adattamento**

Partendo dal presupposto che non esiste un’evoluzione della cultura alpina che non tenga presente lo spirito di adattamento, in che modo il “Luogo” viene incontro alle esigenze del contesto territoriale, sociale, culturale ed economico locale? Il “Luogo” accompagna, asseconda o tal volta promuove lo sviluppo sostenibile del territorio in cui opera?

- **Ospitalità**

Un “Luogo” deve essere una realtà in grado di ospitare il turista per la notte. Questo perché, per poter fungere da “chiave di accesso” alle peculiarità di un territorio e creare un rapporto di reciproca fiducia e coinvolgimento tra ospitante e ospitato, il “Luogo” ha bisogno di più tempo ed è l’esatta antitesi del turismo mordi e fuggi.

- **Qualità narrante**

Quanto e come il “Luogo” riesce a comunicare le sue attività, la sua idea di offerta turistica e di coinvolgimento degli ospiti nelle attività locali. Quanto e come il “Luogo” riesce a parlare e a far parlare di se e attraverso quali strumenti.

L’inclusione

- **Coinvolgimento**

Il “Luogo” deve essere in grado di valorizzare e coinvolgere l’ospite facendolo sentire quanto più possibile “parte” della comunità locale. Se il visitatore del “non luogo” esiste solo ed esclusivamente in funzione di cliente, fruitore o utente, nel “Luogo” deve poter essere messo in condizione di comprendere la realtà in cui si trova e di esprimersi all’interno e nel rispetto della comunità, pur godendo in libertà della propria vacanza.

- **Radicamento**

Bisogna chiedersi come e se il Luogo si radica nel contesto locale. Se esiste una relazione forte tra questo “Luogo” e il territorio circostante. Una relazione che passa attraverso rapporti sociali, economici, culturali, linguistici ecc. ecc. Oppure se tale luogo, seppur virtuoso, possa essere preso e trasportato altrove senza subire sostanziali problemi.

- **Reti sovralocali**

Un “Luogo”, oltre ad essere inserito in maniera armonica all’interno della realtà locale, nell’era della globalizzazione dovrebbe essere anche in grado di collegare il territorio con realtà sovralocali. In modo da poter diventare un nodo per quanti sono interessati, nella singola comunità locale, ad entrare in contatto con altre realtà anche lontane geograficamente, ma toccate da interessi comuni.

** 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.*