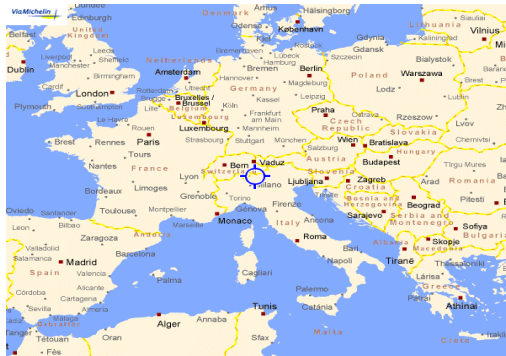




Attività sviluppate nell'ambito del progetto

INTERREG IIIB SPAZIO ALPINO



VIVI DAZIO



Premessa

Il progetto Alp City rappresenta una concreta opportunità per valorizzare il patrimonio culturale ed ambientale rappresentato dalle genti e dai piccoli comuni di montagna. Consapevoli dell'importanza dei contenuti del progetto e interessati a coglierne l'essenza sul territorio della provincia di Sondrio, si è ipotizzato da subito di operare su comuni che veramente fossero "adatti" a capitalizzare l'opportunità di Alp City. Di fatto le caratteristiche ricercate in questi comuni sono state l'aver un valore naturalistico elevato, popolarità limitata, ma con interessante flusso turistico (invernale ed estivo); è chiaro che non si è voluto legare il flusso turistico agli sport invernali di massa (es. lo sci), al contrario si è voluto dare un impulso al turismo legato all'ambiente, al commercio e all'artigianato.

In provincia di Sondrio molti piccoli centri rispondevano a questi requisiti, e a seguito di alcune prime valutazioni nonché consultazioni con gli amministratori locali, si è individuato un piccolo comune della Valle nella porzione più vicina al Lago di Como. Per le esigenze di progetto il comune di Dazio mostrava tutti i requisiti e i presupposti per innestare l'operatività attuativa.

L'abitato di Dazio in inverno



Dazio è il piccolo paese dove è stato attivato il progetto Interreg III Alp City; è ubicato nel cuore delle Alpi Retiche ad un'altitudine di 600 m s.l.m., nel dettaglio il territorio risulta compreso tra i 300 e i 916 metri sul livello del mare. L'escursione altimetrica complessiva risulta essere pari a 616 metri.

La superficie amministrativa si sviluppa su 3,73 Km², con una conformazione interamente montana; gli abitanti sono 362 (157 nuclei familiari), ma durante i periodi di ferie arrivano a soggiornare dalle due alle tre mila presenze.

Per queste peculiarità turistiche, l'amministrazione locale definisce con queste parole l'ambiente e l'abitato di Dazio:

"La conca di Dazio accoglie inaspettatamente i visitatori della Costiera dei Cech. Dopo un passaggio automobilistico stretto con ampia visuale su Morbegno, Talamona e le montagne orobiche la vista perde la sua vastità per la presenza della Culmine di Dazio, antico granito che preannuncia il giovane "serizzo" della Val Masino. Nel patrimonio faunistico della costiera dei Cech la Culmine di Dazio è stata dichiarata Oasi protetta dove il cervo ed il capriolo vivono con tranquillità e non è raro che il silenzioso visitatore di questa "antica" montagna li incontri nella sua escursione. Il verde pianoro che essa ripara ha permesso all'uomo di trovare un ambiente ideale per soggiornare. Oltre al mite clima le fortune di Dazio sono legate all'allevamento bovino ed alla via di transito con la vicina Val Masino. Esisteva qui, nel passato, una dogana che permetteva al feudatario di riscuotere il dazio per il transito del bestiame. Ecco così spiegata l'origine del toponimo.

Esso è uno tra i più piccoli comuni dell'intera provincia avendo come superficie comunale di solo 3,73 km². I daziesi sono stati tra "i più romani" dell'intera Costiera in quanto il fenomeno dell'emigrazione verso la capitale è stato molto intenso rispetto al vicino comune di Civo. Piante

da frutta, oleandri, allori e palme sono presenti nella vegetazione urbana a testimonianza del bel clima che si gode tutto l'anno in questa verde conca.”

L'economia del borgo è sempre stata condizionata dalla sua scarsa estensione. L'attività agricola presenta solo alcune superfici a prato ed altre a vigneto. Poco bosco ed assenti i pascoli. L'allevamento del bestiame è ridotto, sono presenti alcune attività artigianali e ricettivo-turistiche. I residenti trovano occupazione soprattutto nelle attività produttive del fondovalle. Molto forte fu il fenomeno dell'emigrazione, soprattutto dal sec. XVII, in direzione di Roma, come testimonia il cognome Caporali, derivato dal grado ottenuto dai daziesi.

L'abitato di Dazio oggi



Attualmente risultano insistere sul territorio del comune 12 attività industriali con 45 addetti pari al 47,37% della forza lavoro occupata, 5 attività di servizio con 14 addetti pari al 5,26% della forza lavoro occupata, altre 8 attività di servizio con 24 addetti pari al 14,74% della forza lavoro occupata e 4 attività amministrative con 6 addetti pari al 8,42% della forza lavoro occupata. Risultano quindi occupati in loco complessivamente 95 individui, pari al 27,38% del numero complessivo di abitanti del comune.

Attivazione del progetto

Il progetto di rivitalizzazione e di animazione delle attività commerciali ed artigianali in un ambiente come quello individuato è chiaramente collegato ed inscindibile dalla valorizzazione turistica ed agricola (agroalimentare). Si tratta di un'economia di insieme che solo restando unita può innescare quel volano economico in grado di garantire la sopravvivenza di questi luoghi e cogliere gli obiettivi prefissi dal progetto Alp City.

Il progetto è stato attivato negli ultimi mesi dell'anno 2004 con la definizione delle fasi di intervento, proseguito con le attività attuate nell'anno 2005 e 2006.

Tra queste la prima in assoluto è stata il coinvolgimento dell'amministrazione comunale locale e degli attori economici attivi sul territorio.

Con l'Amministrazione comunale si è dato avvio ad una fase di interventi operativi e della tempistica da rispettare; sono stati così definiti le seguenti azioni:

anno 2004

- contatti con gli operatori commerciali della zona (gestori di bar, ristoranti ed alberghi, aziende agricole, cooperative sociali, negozi di prodotti tipici) e con gruppi attivi nell'animazione del territorio;
- raccolta materiale documentale (tecnico e storico) sul territorio;
- predisposizione del materiale promozionale;
- registrazione e sviluppo di uno spazio Web;

anno 2005

- contatti con i gestori e definizione dei termini dell'attivazione del punto di eccellenza/vendita dei prodotti tipici e dell'artigianato;
- predisposizione del calendario dell'animazione estiva;

- apertura del punto di eccellenza;
- revisione ed aggiornamento del sito Web;
- stampa del depliant promozionale ed invio a tutti i nuclei familiari dell'abitato di Dazio;
- funzionamento del punto di eccellenza;
- animazione del punto di eccellenza;
- realizzazione di un work shop con gli operatori economici della zona;
- realizzazione degli incontri di formazione e aggiornamento;
- monitoraggio sul funzionamento del punto di eccellenza.

anno 2006

- predisposizione del calendario dell'animazione estiva;
- revisione ed aggiornamento del sito Web;
- stampa del depliant promozionale ed invio a tutti i nuclei familiari dell'abitato di Dazio;
- funzionamento del punto di eccellenza;
- animazione del punto di eccellenza;
- realizzazione di un work shop con gli operatori economici della zona;
- realizzazione degli incontri di formazione e aggiornamento;
- monitoraggio sul funzionamento del punto di eccellenza.

La “culmine di Dazio” vista dall’alto e parte della Valtellina



La programmazione 2006 delle attività è stata prevista anche nei periodi di agosto, settembre e ottobre per coinvolgere un maggior numero di turisti che durante il periodo estivo animano il borgo.

Tutte le fasi programmate sono frutto di un’analisi attenta delle esigenze del territorio. Queste è servito per una migliore calibrazione delle fasi attuative.

Azioni svolte

Come programmato, nell’anno 2004, si è proceduto allo svolgimento della raccolta del materiale documentale, che è servito per la predisposizione dei primi materiali informativi. Si è provveduto anche alla registrazione del dominio Web www.vividazio.it e alla predisposizione di alcune pagine di presentazione del progetto.

La Dazio di un tempo



Contestualmente si sono presi i contatti con gli operatori commerciali della zona al fine della presentazione del progetto.

Si è proceduto poi alla individuazione del soggetto gestore e dell’ubicazione ottimale del punto di eccellenza dei prodotti locali.

L’interesse nello sviluppare il progetto è stato mostrato da una società attiva da qualche anno sul territorio che ha in gestione gli impianti sportivi del Comune di Dazio.

La società Olympic Retica srl ha di fatto mostrato di possedere gli spazi e le competenze per attivare il punto vendita previsto dal progetto.

Nel corso del primo trimestre 2005, con i responsabili dell'Olympic Retica si è stabilito di allestire il punto vendita all'interno del Centro Sportivo di Dazio entro il mese di giugno 2005, e di dare vitalità al punto vendita con un calendario di corsi e degustazioni articolato su tutte le produzioni della montagna. Il punto vendita è stato predisposto presso il centro sportivo di Dazio; in quella sede l'attività commerciale ha trovato un centro già attrezzato per accogliere il pubblico, spazi adeguati per le degustazioni del prodotto e le attività formative.

Successivamente all'apertura del punto vendita e contestualmente all'avvio della stagione turistica si è proceduto alla distribuzione ad ogni famiglia di materiale informativo del progetto e il calendario delle iniziative estive.

Il calendario delle attività informative 2005

**Incontro di presentazione del progetto e programmazione a cura del responsabile progetto
Dott. Fabio Rava**

1. *Le degustazioni e l'ambiente*

titolo	data	relatore
Imparare a degustare il vino	22 luglio	Eno. Adriano Cappelletti
Conoscere le rocce della Valtellina	1 agosto	Dott. Attilio Montrasio
Imparare a degustare il formaggio	4 agosto	Dott. Davide Pozzi
Frutti di bosco, che passione	5 agosto	P.A. Luca Folini
Il fascino delle Erbe aromatiche ed Officinali	8 agosto	P.A. Ivano Fojanini
Il mondo dei funghi	9 agosto	Ass. Micologica M. Anzi
Vivere la montagna e il bosco	10 agosto	Dott. Cristian Puccio
Conoscere i formaggi valtellinesi	11 agosto	Dott. Davide Pozzi
Qualità e valore dei prodotti tipici	12 agosto	Dott. Martino Salvetti
Imparare a degustare il miele	16 agosto	Dott.ssa Gianoncelli Carla
Le api e come si produce il miele	18 agosto	Dott.ssa Gianoncelli Carla

2. *Imparare a cucinare "Valtellinese"*

I veri pizzoccheri di Teglio

Come si fa la "Bisciola"

Accademia del Pizzocchero di
Teglio

3. Work shop - rivolti ai produttori della zona

Gli incontri sono stati gestiti e diretti dal responsabile iniziale del progetto il Dott. Fabio Rava

- Gestori di bar
- Gestori di ristoranti
- Gestori di alberghi e di agriturismi
- Agricoltori e apicoltori
- Cooperative sociali che operano in settore agricolo

Materiale promozionale

Il materiale promozionale predisposto e allegato a questa nota finale ha avuto il compito di illustrare il progetto con la descrizione degli obiettivi e del programma degli incontri formativi. Si ritenuto importante illustrare sul materiale promozionale una “mappa” delle eccellenze del luogo, e cioè una carta che riporti la possibilità di “vedere”, “percorrere” , “acquistare” e “conoscere” quanto di meglio l’artigianato, enogastronomia ed il commercio offrono all’interno del piccolo comune di Dazio e dei territori limitrofi. La “mappa” ha riportato anche alcuni sentieri e itinerari, scelti tra i più interessanti da un punto di vista culturale e naturalistico, fissando come punto di partenza il centro di eccellenza dei prodotti.

Il calendario delle attività informative 2006

Le attività proposte, sulla base anche dell’esperienza acquisita, affronteranno in modo più concreto e pratico le opportunità di sviluppo che l’area oggetto di intervento offre. In oltre le azioni vengono proposte conciliando la possibilità di sfruttare al meglio le risorse presenti sul territorio.

Calendario animazioni Dazio e Workshop locali 2006

- La smielatura (azienda agricola Dazio)
- L’arte di produrre il formaggio(azienda agricola Dazio)
- L’arte della produzione del vino (azienda agricola Dazio)
- La trasformazione della frutta (azienda agricola Dazio)

Uscite didattiche e ambientali

Tem	
La raccolta spontanea delle erbe officinali	1° uscita
La raccolta spontanea delle erbe officinali	2° uscita
La raccolta dei frutti di bosco	1° uscita
La raccolta dei frutti di bosco	2° uscita
La produzione di confetture artigianali	1° uscita
La produzione di confetture artigianali	2° uscita
La raccolta e il riconoscimento dei funghi	1° uscita
La raccolta e il riconoscimento dei funghi	2° uscita

Attività formazione operatori locali

Destinato ai produttori della zona:

- Gestori di bar
- Gestori di ristoranti
- Gestori di alberghi e di agriturismi
- Agricoltori e apicoltori
- Cooperative sociali che operano in settore agricolo

Due incontri sulla valenza dello sviluppo integrato dell'area, attraverso la partecipazioni di relatori che abbiano in qualche modo affrontato lo stesso percorso.

Risultati

La rivitalizzazione delle aree di montagna rappresenta una delle priorità dell'Amministrazione Provinciale di Sondrio.

L'intervento si è inserito dunque nelle priorità della Provincia di Sondrio, interessata a sviluppare azioni concrete che rappresentino un nuovo tassello all'interno delle numerose azioni che anche altre Istituzioni territoriali (in particolare le Comunità Montane) stanno conducendo a sostegno dell'economia di montagna nei diversi settori della produzione artigianale, agricola, culturale.

Gli obiettivi iniziali del progetto:

1. definire una "ipotesi di modello" per rivitalizzare il commercio di prodotti tipici in quei comuni che sono ai margini dei più importanti circuiti turistici;
2. avviare un'indagine sul campo che coinvolga le istituzioni, gli artigiani produttori della zona e di altre zone che potrebbero essere interessati a far confluire i propri prodotti;
3. sulla base delle indicazioni raccolte individuare un luogo fisico e la/le persone (impresa artigiana, commercianti già attivi, imprese sociali, ...) interessata/e e costruire il "business plan" dell'iniziativa;
4. "accompagnare" la sperimentazione di apertura/rivitalizzazione del "punto di vendita" con l'intento di seguirlo "passo-passo" (un sostegno diretto, ma "leggero" alla sperimentazione non è in contraddizione con l'asse Interreg prescelto, ma fornisce

concretezza alla ricerca/azione e alla modellizzazione per attività di trasferimento di buone prassi).

Il progetto Alp City ha rappresentato una concreta opportunità per la valorizzazione del patrimonio culturale ed ambientale di una piccola realtà di montagna.

Tutte le azioni intraprese hanno permesso di valorizzare la realtà coinvolta, valorizzando le produzioni locali, che hanno visto accrescere la loro possibilità di collocazione all'interno dell'area. Inoltre si sono portate a conoscenza dei fruitori, della possibilità di reperire, in quel determinato contesto, prodotti di cui ne ignoravano l'esistenza. Tutto questo ha fatto da volano per il rilancio anche economico e produttivo delle realtà imprenditoriali coinvolte. Sulla partecipazione dei vari soggetti alle iniziative, vi è stata, in termini sociali, la massima apertura, senza discriminazioni. Così come ci si è fatti carico del rispetto della tradizione della zona, rispettando, anzi valorizzando le peculiarità positive legate al passato.

La finalità di fondo è stata quella di salvaguardare e di non compromettere quelli che sono i processi dinamici di autorganizzazione e dei sistemi bio-ecologici.

Questo ha favorito l'elaborazione di nuovi indicatori quali lo spazio ambientale e l'impronta ecologica che consentiranno in futuro di calcolare e di valorizzare, a livello locale, il sistema *naturale globale*.

Infine vi è la necessità di migliorare le condizioni di vita attraverso il riconoscimento e la valorizzazione del pluralismo culturale e delle tradizioni locali.

La dimensione economica della sostenibilità richiede, in particolare, di porre l'accento e l'attenzione sulla qualità e non sulla quantità della crescita attraverso una maggiore efficienza nell'uso delle materie. Il principio di riferimento è, molto semplicemente, "fare di più con meno", cioè produrre gli stessi beni e servizi utilizzando meno risorse naturali, attraverso una maggiore efficienza sia nell'uso dell'energia e delle materie prime, sia una riduzione delle emissioni di sostanze nocive e della produzione di rifiuti.

L'iniziativa può essere replicata in altri contesti con caratteristiche simili alla situazione del comune di Dazio attore dell'iniziativa. Il progetto può trovare una sua collocazione anche in contesti più poveri dal punto di vista turistico, ma dove si possono convogliare esperienze simili. Vedasi ad esempio unioni di più comuni, oppure associazioni temporanee di comuni. Oltre all'aspetto promozionale e illustrativo del progetto con una descrizione degli obiettivi, del programma e dei risultati ottenuti nel progetto "vivi Dazio", occorre una maggiore incisività nel coinvolgimento degli attori locali.

La consapevolezza dell'importanza del progetto deve crescere, oltre che attraverso illustrazione del materiale promozionale, sull'eccellenza del luogo, sulla possibilità di "vedere", "percorrere", "acquistare" e "conoscere" quanto di meglio l'artigianato, enogastronomia ed il commercio offrono in quella determinata area, anche attraverso la maturazione della potenzialità del luogo.

La programmazione di eventuali progetti futuri deve necessariamente passare attraverso una crescita dei soggetti economici coinvolti. In queste realtà, i soggetti economici, a torto, si sentono appartenenti ad un sistema territoriale più "debole" e di conseguenza fanno fatica a capire le potenzialità che il luogo nasconde. Solo dopo una incisiva azione di "autostima" dove si fanno conoscere e capire le azioni previste, modelli già sperimentati, è possibile far decollare positivamente le attività. Si ritiene infatti che il lavoro debba svilupparsi per verifiche successive sulla percezione della validità progettuale, eventualmente applicando gli accorgimenti correttivi alla programmazione e necessari a garantire con solo il buon esito delle iniziative, ma tenere alta la consapevolezza degli attori coinvolti del valore del proprio territorio.

Si tratta di un'economie di insieme che solo facendo sistema può innescare quel volano economico in grado di garantire la sopravvivenza di questi luoghi e cogliere gli obiettivi prefissi dal progetto Alp City.

Eventuali progetti futuri, come già espresso, devono abbracciare porzioni di territorio più vasto, coinvolgendo un maggior numero di soggetti.

Un coinvolgimento più ampio permetterebbe di ampliare le azioni già effettuate confrontandoli inizialmente con altri progetti regionali e comunitari per armonizzare gli interventi ed evitare sovrapposizioni, anche se Alpcity si caratterizza per la dimensione commerciale e turistica.

Sul piano dell'utilità di integrazione tra più soggetti sembra se pur in presenza di esigenze diverse dovute alla tipologia descritta si avrebbe una più incisiva azione in tutti i settori economici.

Come si è giustamente sottolineato occorre avere una visione strategica ed elaborare in futuro progetti che indichino prospettive di rilancio e di sviluppo di aree più estese.

Il progetto si deve fondare su iniziative concrete e su un'identità precisa, che prefiguri eventualmente anche la creazione di un marchio d'area a garanzia della qualità dei prodotti e dei del territorio.

Dall'analisi delle attività sono emerse proposte interessanti e significative. La necessità di attivare il progetto dei negozi multiservizio, che prevedano un collegamento almeno settimanale con le frazioni sparse nel territorio (attraverso prenotazioni e ordini telefonici), in modo da assicurare alla popolazione anziana i rifornimenti necessari, evitando faticosi spostamenti.

La necessità di puntare sui prodotti tipici, individuando quelli che possono incontrare anche l'interesse dei turisti.

I negozi multiservizi possono offrire un serie di opportunità per evitare l'isolamento dei comuni montani, ad esempio fornendo l'accesso ad Internet.

Un altro obiettivo da perseguire è la formazione dei commercianti alle tecniche di vendita e alle strategie commerciali, in modo che le nuove generazioni siano in grado di reggere le sfide del mercato e di rispondere ai bisogni locali.

Bisogna progettare un'azione che permetta di sviluppare un'attività redditizia anche nei mesi di scarsa affluenza turistica (primavera ed autunno), ad esempio fidelizzando i turisti e creando un richiamo attraverso la fornitura di prodotti tipici che passi attraverso il contatto con il produttore di conseguenza presso la località d'origine (sul modello dei gruppi di acquisto). Occorre attivare e implementare il servizio di bed and breakfast, utilizzando come alloggio le seconde case non abitate e rese disponibili dai proprietari e assicurando la prima colazione tramite ristoranti e bar convenzionati con il comune.

La rotazione di turisti aumenta il volano economico locale.

E' importante anche migliorare l'offerta turistica complessiva con servizi adeguati alle diverse tipologie di turisti, anche creando attività, come quelle attivate con il progetto che attirino nuovi abitanti nella zona, contribuendo al necessario ripopolamento, almeno a medio-lungo termine.

Il turismo enogastronomico deve diventare il punto di legame con altre tipologie di turismo (scolastico, culturale, ambientale ecc.) in grado di stimolare il commercio e l'artigianato della zona ad una ripresa e ad un rilancio dell'attività, creando, grazie alle nuove tecnologie legami significativi e duraturi, al di là del tempo e dello spazio. Il progetto attivato ha fatto emergere queste prospettive: ora tocca agli amministratori locali, alla stessa popolazione sfruttare e ampliare le occasioni di sviluppo.